

**HUBUNGAN KUALITAS KOMUNIKASI ANTAR
PERSONAL DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PT
PUTIH SALJU TERHADAP PRODUK**

SKRIPSI

**Oleh:
Dhini Nur Cahyanti
201110415047**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
BEKASI
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : HUBUNGAN KUALITAS KOMUNIKASI ANTAR
PERSONAL DENGAN LOYALITAS PELANGGAN
PT PUTIH SALJU TERHADAP PRODUK

Nama Mahasiswa : Dhini Nur Cahyanti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201110415047

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pembimbing I


Dra. Yerah Melita, MM

Pembimbing II


Erita Riski Putri, S.Sos., M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom

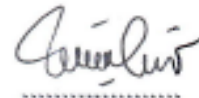
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Drs. Dwinarko MM., MH

Penguji I : Dra. Sari Endah Nursyamasi

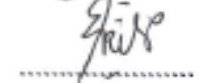
Penguji II : Erita Riski Putri, S.Sos., M.Si



.....



.....



.....

2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Diah Ayu Permatasari, ST., S.IP., MIR



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 10 Agustus 2015

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **HUBUNGAN KUALITAS KOMUNIKASI ANTAR PERSONAL DENGAN LOYALITAS PELANGGAN PT PUTIH SALJU TERHADAP PRODUK** adalah hasil karya sendiri bukan merupakan jiplakan dari karya orang lain.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya menerima sanksi apapun dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, Agustus 2015

Yang membuat pernyataan,



Dhini Nur Cahyanti

2011.104.15.047

ABSTRAKSI

Nama : Dhini Nur Cahyanti
N.P.M : 2011.10.415047
Judul : Hubungan Kualitas Komunikasi Antar Personal dengan Loyalitas Pelanggan PT Putih Salju terhadap Produk.
Jumlah Halaman : 13 halaman Romawi, 68 halaman angka, 24 lampiran
Kata Kunci : Kualitas komunikasi Antarpersonal dan Loyalitas Pelanggan
Daftar Pustaka : 23 Buku, 1 internet

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas komunikasi antar personal dengan loyalitas pelanggan PT Putih Salju terhadap produk. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah "Survey" dengan pendekatan kuantitatif dengan tujuan penelitian korelasional. Variabel yang diteliti adalah Kualitas komunikasi antar personal dan loyalitas pelanggan. Pengambilan sampel acak sederhana dengan besaran sampel 57 Responden.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan hampir seluruh responden yaitu sebanyak 46 orang (81%) menyatakan berkualitas dalam situasi Kualitas komunikasi antar personal, hampir seluruh responden yaitu sebanyak 54 orang responden (95%) menyatakan sangat tinggi dalam loyalitas pelanggan di perusahaan. Hipotesis yang penulis rumuskan H1 Diterima. Artinya ada hubungan antara variabel Kualitas Komunikasi Antar Personal dengan Loyalitas pelanggan. Saran: Tetap menjaga kualitas komunikasi antar personal untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan perlunya untuk dilakukan promosi yang lebih luas lagi kepada masyarakat melalui media online, agar dapat memudahkan konsumen baru dalam mengetahui produk barang pakaian yang di jual di PT Putih Salju.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas Karunia dan Rahmah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bantuan berbagai pihak maka skripsi ini selesai pada waktunya. Untuk itu penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dra. Yerah Melita, MM, dan Ibu Erita Riski Putri S.Sos.M.Si sebagai Tim pembimbing atas bantuan dan bimbingan yang diberikan mulai dari pengembangan minat terhadap permasalahan penelitian ini, pelaksanaan penelitiannya sampai dengan penulisan skripsi.

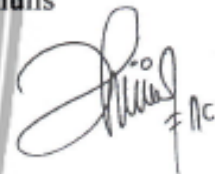
Terima kasih kepada Orang tuaku dan adikku yang selalu memberi semangat, dukungan dan juga doa sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Hj. Suryaning Kusumawati, selaku Direktur PT Putih Salju yang sudah banyak membantu dan memberi motivasi kepada penulis dalam mengerjakan penelitian ini. Kemudian terima kasih juga kepada Bapak Eko Dedi Arianto, selaku Manager Marketing PT Putih Salju yang sudah banyak memberi bantuan dalam informasi

mengenai perusahaan selama penulis mengerjakan penelitian ini. Tak lupa kepada teman-teman seperjuanganku Ayu, Mustika, Bachtu, dan lain-lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terima kasih selalu memberi support, dan dukungan penuh kepada penulis selama penulis mengerjakan penelitian ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari, skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga masukan-masukan dari pembaca sangat bermanfaat demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca di masa yang akan datang, khususnya pengembangan ilmu di bidang Komunikasi.

Bekasi, Agustus 2015

Penulis



(Dhini Nur Cahyanti)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Identifikasi Masalah.....	4
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Maksud & Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian komunikasi.....	8
2.2 Pengertian hubungan.....	9
2.3 Pengertian Kualitas.....	9
2.4 Komunikasi Antarpersonal.....	9
2.4.1 Jenis-jenis Komunikasi Antarpersonal.....	10

2.4.2	Kualitas Komunikasi Antarpersonal.....	11
2.4.3	Ciri-ciri Komunikasi Antarpersonal.....	13
2.5	Kegiatan Public Relations.....	13
2.6	Pengertian Loyalitas	14
2.6.1	Loyalitas Pelanggan	16
2.7	Kerangka Pemikiran	18
2.8	Hipotesis	18
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
3.1	Metode Penelitian	19
3.2	Ruang Lingkup Penelitian	20
3.3	Populasi & Sampel	21
3.3.1	Populasi	21
3.3.2	Sampel.....	22
3.4	Operasional Variabel.....	24
3.5	Validitas dan Reliabilitas.....	27
3.5.1	Validitas.....	27
3.5.2	Realibilitas.....	28
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.6.1	Data Primer.....	30
3.6.2	Data Sekunder.....	31
3.7	Pengolahan & Analisis	32
3.7.1	Pembedah Data	32
3.7.2	Uji Korelasi Product Moment	32
3.7.3	Koefisiensi Diterminansi	34
3.8	Hasil Uji Validitas & Realiabilitas	36

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	37
4.1.1 Visi & Misi Perusahaan	38
4.1.2 Target Market	39
4.1.3 System Pemasaran	39
4.2 Analisis Karakteristik Responden	40
4.3 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	43
4.3.1 Variabel Independen X	43
4.3.2 Variabel Independen Y	51
4.4 Uji Hipotesis	59
4.5 Pembahasan	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	66

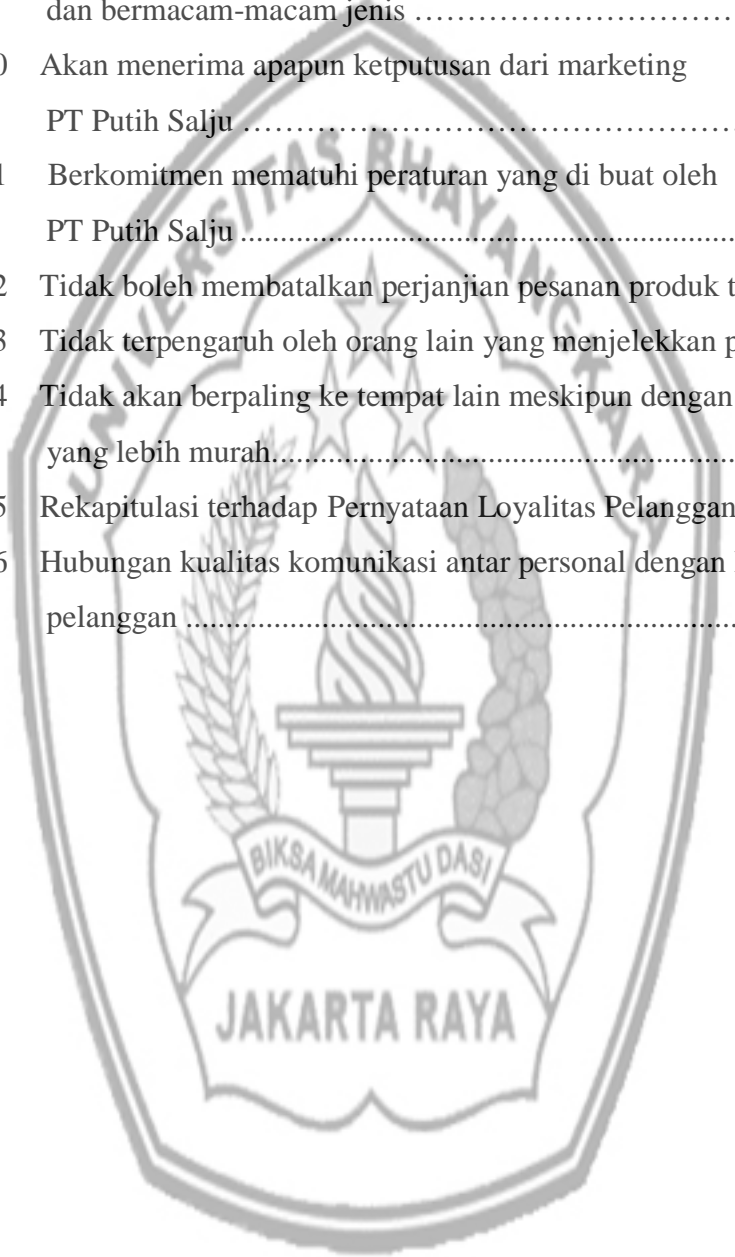
DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 3.1	Kerangka Sampling.....	24
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	24
Tabel 3.3	Interprestasi koefisien korelasi nilai r	34
Tabel 3.4	Korelasi test re-test x dan y.....	36
Tabel 3.5	Hasil Uji Relibilitas.....	36
Tabel 4.1	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2	Data Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3	Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	42
Tabel 4.4	Memberikan informasi produk dengan jelas dan terbuka.....	44
Tabel 4.5	Menggunakan bahasa/ istilah yang mudah di mengerti.....	44
Tabel 4.6	Selalu memposisikan dirinya sebagai pelanggan.....	45
Tabel 4.7	Selalu menjaga kontak mata saat menjelaskan produk kepada Pelanggan.....	46
Tabel 4.8	Memberikan saran dan dukungan kepada pelanggan.....	46
Tabel 4.9	Mendengarkan keluhan pelanggan dan akan memperbaikinya...	47
Tabel 4.10	Berpakaian rapi dan sopan.....	47
Tabel 4.11	Memberi dukungan kepada pelanggan untuk membeli produk tersebut.....	48
Tabel 4.12	Tidak membedakan satu sama lain	49
Tabel 4.13	Selalu menyamakan dalam penyampaian informasinya.....	49
Tabel 4.14	Rekapitulasi Pernyataan Kualitas Komunikasi Antarpersonal...	51
Tabel 4.15	Melakukan pembelian berulang- ulang.....	51
Tabel 4.16	Merasa percaya terhadap produk.....	52
Tabel 4.17	Memiliki keyakinan yang teguh terhadap produk terhadap produk tersebut.....	53
Tabel 4.18	Akan menginformasikan kepada customer lain untuk	

	membeli produk tersebut di PT Putih Salju	53
Tabel 4.19	Akan rutin mengambil barang dengan jumlah banyak dan bermacam-macam jenis	54
Tabel 4.20	Akan menerima apapun keputusan dari marketing PT Putih Salju	55
Tabel 4.21	Berkomitmen mematuhi peraturan yang di buat oleh PT Putih Salju	55
Tabel 4.22	Tidak boleh membatalkan perjanjian pesanan produk tersebut..	56
Tabel 4.23	Tidak terpengaruh oleh orang lain yang menjelekkan produk..	57
Tabel 4.24	Tidak akan berpaling ke tempat lain meskipun dengan harga yang lebih murah.....	57
Tabel 4.25	Rekapitulasi terhadap Pernyataan Loyalitas Pelanggan	58
Tabel 4.26	Hubungan kualitas komunikasi antar personal dengan loyalitas pelanggan	60



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	41
Gambar 4.2 Usia Responden.....	42
Gambar 4.3 Lama Berlangganan.....	43

