

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL
CUSTOMER SERVICE HONDA PRIMA HARAPAN
INDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

SKRIPSI

**Oleh:
Nur Annisa
201610415061**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Komunikasi Interpersonal
Customer Service Honda Prima Harapan
Indah terhadap Loyalitas Pelanggan

Nama Mahasiswa : Nur Annisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415061

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

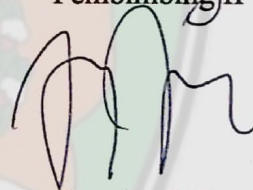
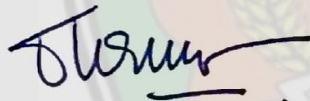
Tanggal Lulus Ujian : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II



Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D

Ratna Puspita, S.Sos., M.Si

NIDN. 0319036103

NIDN. 0329088305

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : Pengaruh Komunikasi Interpersonal
Customer Service Honda Prima Harapan
Indah terhadap Loyalitas Pelanggan

Nama Mahasiswa : Nur Annisa

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415061

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 26 Januari 2021

Jakarta, 02 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom
NIDN 0321048302

Penguji I : Dra. Truly Wangsalegawa,
M.A., M.Ed., Ph.D
NIDN 0319036103

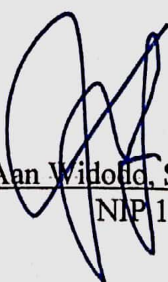
Penguji II : Metha Madonna, S.Sos. M.Si
NIDN 0318087603

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Wa Ode Siti Nurhaliza, S.Ikom., M.Ikom
NIP 1904409

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Honda Prima Harapan Indah terhadap Loyalitas Pelanggan ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,



Nur Annisa

201610415061

ABSTRAK

Nur Annisa. NPM 201610415061. Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Honda Prima Harapan Indah terhadap Loyalitas Pelanggan.

Customer service di sebuah instansi merupakan ujung tombak yang akan berhadapan langsung dengan pihak publik sebagai pelanggan atau konsumennya. Pentingnya kegiatan pelayanan *customer service* dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan juga mempertahankan pelanggan. Honda Prima Harapan Indah merupakan perusahaan dalam bidang jasa yang meningkatkan layanan purnajual untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Namun, dealer Honda Prima Harapan Indah banyak menerima keluhan pada saat “*Delivery Kendaraan*” yaitu proses penjelasan saat kendaraan selesai *service*. Hal tersebut menimbulkan beberapa pelanggan yang kurang puas akibat penjelasan. Maka dapat dirumuskan masalah bagaimana pengaruh Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Honda Prima Harapan Indah dalam proses pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal *customer service* Honda Prima Harapan Indah terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial (*social exchange theory*) yang meliputi *cost* dan *reward*. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei, dengan data yang diperoleh melalui kuisioner yang disebar kepada 100 orang responden. Berdasarkan analisis data yang dilakukan menunjukkan nilai F_{hitung} yang didapat sebesar 30.123 lebih besar dibandingkan nilai F_{tabel} 3.09 hal ini menyatakan jika H_a diterima bahwa terdapat pengaruh antara Komunikasi Interpersonal *Customer Service* Honda Prima Harapan Indah dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai korelasi 0,642 yang berarti hubungan antar kedua variabel kuat, dengan nilai koefisien determinasi yang menandakan sebesar 41,2% variabel loyalitas pelanggan adalah kontribusi dari variabel komunikasi interpersonal *customer service* dan kepuasan pelanggan (secara simultan).

Kata Kunci : *Komunikasi Interpersonal Customer Service, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Teori Pertukaran Sosial*

ABSTRACT

Nur Annisa. NPM 201610415061. *The Influence of Interpersonal Customer Service Communication Honda Prima Harapan Indah on Customer Loyalty.*

Customer service in an agency is the spearhead that will face the public as a customer or consumernya The importance of customer service activities in a company to improve good relations with existing customers and also maintain customers. Honda Prima Harapan Indah is a company in the field of services that improves after-sales service to provide satisfaction to customers. However, Honda Prima Harapan Indah dealers received many complaints at the time of "Vehicle Delivery" which is the process of explanation when the vehicle is finished service. This resulted in some customers being dissatisfied with the explanation. Then it can be formulated the problem of how the influence of Interpersonal Customer Service Communication Honda Prima Harapan Indah in the process of service to Customer Loyalty. The purpose of this study is to find out how much influence of interpersonal customer service communication of Honda Prima Harapan Indah on customer loyalty. This research uses social exchange theory which includes cost and reward. The approach in this research is quantitative. The method used is the survey method, with data obtained through questionnaires distributed to 100 responden people. Based on the analysis of data conducted shows the value of Fhitung obtained by 30,123 greater than the Ftable value of 3.09 it states if H_a is accepted that there is an influence between Interpersonal Customer Service Communication Honda Prima Harapan Indah and Customer Satisfaction simultaneously to Customer Loyalty with a correlation value of 0.642 which means the relationship between the two variables is strong, with a coefficient of determination indicating that 41.2% of customer loyalty variables are contributions from interpersonal communication variables sustomer service and customer satisfaction (simultaneously).

Keywords: *Interpersonal Customer Service Communication, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Social Exchange Theory*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabil'alaamiin, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Proposal Skripsi dengan judul “ Pengaruh Komunikasi Interpersonal Customer Service Honda Prima Harapan Indah terhadap Loyalitas Pelanggan” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan proposal skripsi ini adalah untuk mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

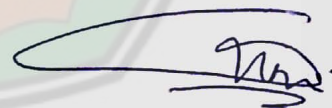
Dengan selesainya proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Irjen. Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Hizkia Yosias Polimpung, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Ratna Puspita, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Tim Penguji yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Metha Madonna, S Sos, M.I. Kom, selaku Anggota Penguji II yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Ibu Yuni Priyanti, selaku Direktur PT. Triwarga Dian Sakti (Honda Prima Harapan Indah) yang memberi izin penulis untuk melakukan penelitian ini.
10. Bapak Aan Nurhayat, selaku *Manager Service* PT. Triwarga Dian Sakti (Honda Prima Harapan Indah) yang memberi izin penulis untuk melakukan penelitian ini.
11. Ibu saya tercinta Yeni Tri Mulyani, selaku orang tua yang telah merawat dan membesarkan saya hingga saat ini.
12. Kak Atika, selaku Kakak yang mendukung dan membantu penulis.
13. Sahabat seperjuangan Evi, Riska Prastyaningrum, Rizka Sita, Isomadhiny, Rinanda yang selalu memberi semangat positif dan mendukung saya. sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal skripsi ini..

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penelitian skripsi ini baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat diterima dan bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 02 Februari 2021



Nur Annisa
20161041506i

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Rumusan Masalah.....	7
I.3 Identifikasi Masalah.....	7
I.4 Tujuan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	8
I.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
I.5.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
II.1 Penelitian Terdahulu	9
II.2 Landasan Teori.....	11

II.2.1 Teori Pertukaran Sosial (<i>Exchange Theory</i>)	11
II.3 Pengertian Komunikasi	12
II.3.1 Proses Komunikasi.....	13
II.3.2 Karakteristik Komunikasi.....	14
II.3.3 Fungsi Komunikasi.....	15
II.4 Komunikasi Interpersonal	16
II.4.1 Fungsi Komunikasi Interpersonal	19
II.4.2 Komponen Komunikasi Interpersonal	20
II.4.3 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	21
II.4.4 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal	23
II.5 <i>Customer Service</i>	25
II.5.1 Fungsi <i>Customer Service</i>	26
II.5.2 Peranan <i>Customer Service</i>	27
II.6 Kepuasan Pelanggan	27
II.7 Loyalitas Pelanggan	29
II.7.1 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	30
II.7.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	32
II.8 Kerangka Berfikir	33
II.9 Hipotesis	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
III.1 Metode Penelitian	36
III.2 Jenis Penelitian.....	37
III.3 Variabel Penelitian.....	37
III.4 Operasional Variabel	38
III.5 Populasi dan Sampel	42

III.5.1	Populasi.....	42
III.5.2	Sampel.....	42
III.5.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	44
III.6	Teknik Pengumpulan Data.....	47
III.7	Validitas dan Reliabilitas	49
III.6.1	Pengujian Validitas	49
III.6.2	Pengujian Reliabilitas	51
III.8	Teknik Analisis Data.....	52
III.8.1	Analisis Deskriptif.....	52
III.8.2	Analisis Koefisien Korelasi	53
III.8.3	Koefisien Determinasi	53
III.9	Analisis Regresi Linier Berganda	55
III.10	Uji Hipotesis	55
III.10.1	Uji F / F-test.....	55
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
IV.1	Deskripsi Variabel Komunikasi Interpersonal.....	58
IV.2	Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	63
IV.3	Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	66
IV.4	Hasil Analisis	69
IV.4.1	Uji Validitas.....	69
IV.4.2	Uji Reliabilitas	70
IV.5	Hasil Koefisien Korelasi	71
IV.6	Analisis Regresi Linier Berganda	74
IV.7	Uji Hipotesis	75
IV.8	Pembahasan Hasil Penelitian	76

BAB V PENUTUP	86
V.1 Kesimpulan	86
V.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

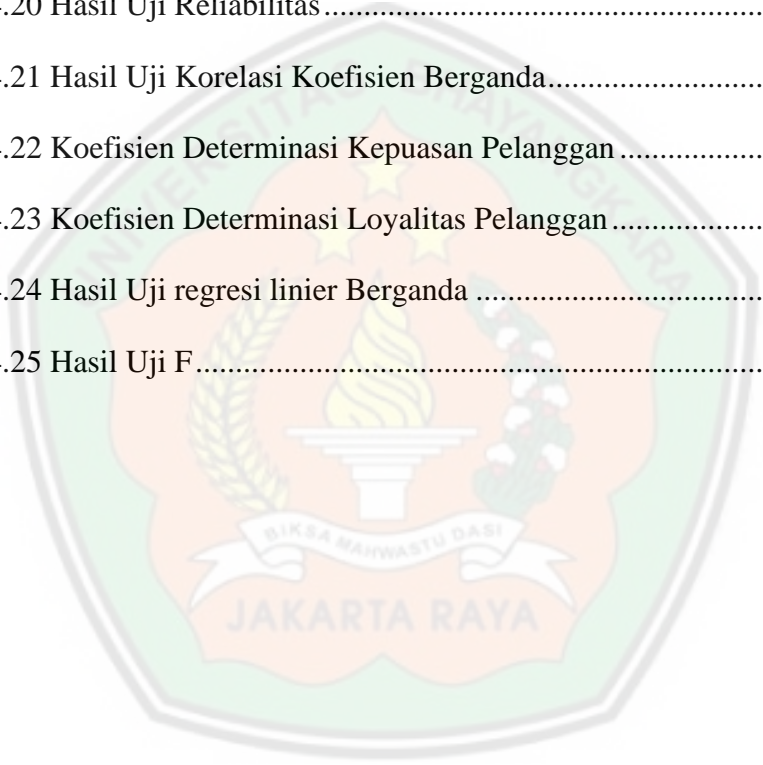
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	39
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 3.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kedatangan	47
Tabel 3.7 Penilaian Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 3.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 3.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	53
Tabel 3.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.1 Indikator Keterbukaan (<i>Openness</i>) 1	58
Tabel 4.2 Indikator Keterbukaan (<i>Openness</i>) 2.....	59
Tabel 4.3 Indikator Empati (<i>Empathy</i>) 1.....	59
Tabel 4.4 Indikator Empati (<i>Empathy</i>) 2.....	60
Tabel 4.5 Indikator Dukungan (<i>Supportiveness</i>) 1	60
Tabel 4.6 Indikator Dukungan (<i>Supportiveness</i>) 2	61
Tabel 4.7 Indikator Perilaku Positif 1	61
Tabel 4.8 Indikator Perilaku Positif 2	62
Tabel 4.9 Indikator Kesetaraan 1	62
Tabel 4.10 Indikator Kesetaraan 2	63
Tabel 4.11 Indikator <i>Investment</i>	64
Tabel 4.12 Indikator <i>Commitment</i>	64

Tabel 4.13 Indikator <i>Trust</i>	65
Tabel 4.14 Indikator <i>Comfort with Raltional Dialectics</i>	65
Tabel 4.15 Indikator Melakukan Pembelian Secara Teratur.....	66
Tabel 4.16 Indikator Melakukan Pembelian Disemua Lini Produk.....	67
Tabel 4.17 Indikator Merekomendasikan Produk	67
Tabel 4.18 Indikator Menunjukkan Kekebalan dari Daya Tarik	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Korelasi Koefisien Berganda.....	71
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi Kepuasan Pelanggan	72
Tabel 4.23 Koefisien Determinasi Loyalitas Pelanggan	73
Tabel 4.24 Hasil Uji regresi linier Berganda	74
Tabel 4.25 Hasil Uji F.....	75



DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Penghargaan *Best Performa Honda* 1



DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Berfikir	34
-----------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

1.1 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2

2.1 Surat Pengantar Kampus

2.2 Surat Pengantar Perusahaan (Honda Prima Harapan Indah)

Lampiran 3

3.1 Data Penelitian

3.2 Matriks Penelitian

3.3 Kuesioner Penelitian

3.4 Hasil Analisis

Lampiran 4

4.1 Kartu Bimbingan

Lampiran 5

5.1 Form Perbaikan

