

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA PEMILIK  
USAHA DENGAN PELANGGAN DALAM MERAIH  
LOYALITAS PELANGGAN DI ‘KARONTA CARWASH’**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Raynaldo Aprilio**

**201910415403**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik Usaha  
Dengan Pelanggan Dalam Meraih Loyalitas  
Pelanggan di Karonta Carwash

Nama Mahasiswa : Raynaldo Aprilio

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415403

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Bekasi, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0914128902

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi interpersonal antara pemilik usaha dengan pelanggan dalam meraih loyalitas pelanggan di 'Karonta Carwash'

Nama Mahasiswa : Raynaldo Aprilio

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415403

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Juli 2023

Bekasi, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN

Ketua tim penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si.  
NIDN. 0313088106

Penguji I : Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom  
NIDN. 0306046603

Penguji II : Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom  
NIDN. 0914128902



MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

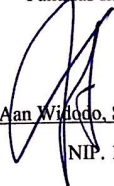


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

NIP. 2109527

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 Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik Usaha Dengan Pelanggan Dalam Meraih Loyalitas Pelanggan di 'Karonta Carwash'. Skripsi 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 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, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Raynaldo Aprilio

201910415403

## ABSTRAK

**Raynaldo Aprilio 20191041403.** Komunikasi Interpersonal Antara Pemilik Usaha Dengan Pelanggan Dalam Meraih Loyalitas Pelanggan di ‘Karonta *Carwash*’.

Perkembangan dalam bisnis atau usaha dibidang jasa kini menjadi aspek penting dalam meningkatkan kualitas ekonomi suatu negara. Pelanggan menjadi faktor utama dalam mendapatkan keuntungan berbisnis. Komunikasi menjadi dasar penting dalam membentuk suatu hubungan dengan pelanggan.. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi antara pemilik usaha ‘Karonta *Carwash*’ dengan tujuan utamanya adalah untuk meraih loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian deksriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Untuk validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber lewat perbandingan hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Dalam penelitian ini ditemukan lima kualitas umum efektivitas komunikasi interpersonal menurut Devito tahun 1995 yaitu keterbukaan dengan bersikap transparan kepada pelanggan, kemudian empati dengan dapat memahami setiap permasalahan pelanggan, lalu sikap saling mendukung dengan cara saling memberikan support, lalu sikap positif dengan selalu memberikan senyuman dan menunjukkan citra positif kepada pelanggan, dan kesetaraan dengan cara pemilik usaha menempatkan dirinya setara dengan pelanggan. Melalui tahapan tersebut pemilik usaha berhasil mendapatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Dengan terbentuknya kepercayaan dan kepuasan dalam suatu hubungan, maka akan dapat terciptanya juga suatu bentuk loyalitas.

Kata kunci : Komunikasi Interpersonal, *Carwash*, Pemilik Usaha, Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas

## ABSTRACT

**Raynaldo Aprilio 201910415403.** *Interpersonal Communication Between Business Owner and Customer in Achieving Customer Loyalty at 'Karonta Carwash'*

*Developments in business or business in the service sector are now an important aspect in improving the economic quality of a country. Customers are the main factor in getting business profits. Communication is an important basis in forming a relationship with customers. This research aims to see how interpersonal communication occurs between business owners of 'Karonta Carwash' with the main goal of achieving customer loyalty. The method used in the research is qualitative descriptive research method. The data collection techniques used were observation, interview, and documentation. For data validity, researchers used source triangulation through comparison of observation results with interview data. This study found five general qualities of interpersonal communication effectiveness according to Devito in 1995, namely openness by being transparent to customers, then empathy by being able to understand every customer problem, then mutual support by providing mutual support, then a positive attitude by always giving a smile and showing a positive image to customers, and equality by the way business owners put themselves equal to customers. Through these stages, business owners succeed in gaining customer satisfaction and trust. With the formation of trust and satisfaction in a relationship, it will also be able to create a form of loyalty.*

*Keywords: Interpersonal Communication, Carwash, Business Owner, Customer, Customer Trust, Customer Satisfaction, Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA PEMILIK USAHA DENGAN PELANGGAN DALAM MERAHAI LOYALITAS PELANGGAN DI KARONTA *CARWASH*”. Laporan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Peneliti juga berharap agar penelitian juga bisa berguna dan bermanfaat bagi banyak orang. Peneliti juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Welly Dusauw dan Ibu Erni Vloro, yang telah mendukung dan selalu memanjatkan doa yang tiada henti kepada peneliti dalam proses pembuatan penelitian ini.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. 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. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Asrul Nur Iman, S.Sos., M.I.Kom Selaku Dosen Pembimbing serta Dosen Pembimbing Akademik peneliti pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Segenap para Dosen Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
6. Kepada teman dan kerabat dekat peneliti yang selalu mendukung penelitian ini agar peneliti mudah dalam menyelesaikan penelitian ini.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak lepas dari kekurangan. Peneliti mengharapakan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya

sehingga akhirnya laporan skripsi ini dapat bermanfaat dalam bidang pendidikan dan juga di lapangan, serta dapat dikembangkan lagi lebih lanjut. Amin.

Bekasi, 28 Juli 2023

Penyusun



Raynaldo Aprilio

201910415403





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Kerangka Konsep.....	12
2.2.1 Komunikasi Antarpribadi.....	12
2.2.2 Loyalitas Pelanggan .....	17
2.2.3 Kepuasan Pelanggan .....	19
2.2.4 Kepercayaan Pelanggan .....	21
2.3 Kerangka Teori .....	23
2.3.1 Teori Penetrasi Sosial.....	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian .....	27

3.3 Subjek Penelitian .....	28
3.4 Informan.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5.1 Observasi.....	29
3.5.2 Wawancara.....	29
3.5.3 Dokumentasi .....	30
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Reduksi Data.....	31
3.6.2 Penyajian Data .....	31
3.6.3 Penarikan Kesimpulan .....	31
3.7 Triangulasi Data.....	31
3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Profil Umum Perusahaan .....	34
4.1.1 Daftar Harga Karonta <i>Carwash</i> .....	35
4.1.2 Struktur Karyawan Karonta <i>Carwash</i> .....	35
4.1.3 Profil Informan.....	35
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 Komunikasi Interpersonal Yang Terjalin Antara Pemilik Usaha Kepada Pelanggan di ‘Karonta <i>Carwash</i> ’ .....	38
4.2.2 Faktor Pendukung Efektivitas Komunikasi Interpersonal .....	41
4.3 Pembahasan.....	49
4.3.1 Komunikasi Interpersonal Yang Dilakukan Pemilik Usaha ‘Karonta <i>Carwash</i> ’ Dalam Meraih Loyalitas Pelanggan .....	49
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Saran .....	64
5.2.1 Saran Akademis .....	64
5.2.2 Saran Praktis .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1. Data Kendaraan Mobil dan Motor DKI Jakarta Tahun 2022.....	2
Tabel 1. 2 Data Total Pelanggan Karonta Carwash Tahun 2022.....	4
Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
Tabel 4. 1 Daftar Harga Karonta Carwash.....	35
Tabel 4. 2 Struktur karyawan Karonta Carwash .....	35
Tabel 4. 3 Profil Informan.....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1. Perbandingan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan .....	20
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran .....	26
Gambar 4. 1 Logo Karonta Carwash.....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Biodata mahasiswa
- Lampiran 2 : Pedoman wawancara
- Lampiran 3 : Reduksi data wawancara
- Lampiran 4 : Transkrip wawancara
- Lampiran 5 : Dokumentasi
- Lampiran 6 : Kartu bimbingan

