

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOMUNIKASI
INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE DENGAN
TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN DI PT
RINDANG SAKTIDAMAI**

SKRIPSI

**Oleh:
Hendri Dwi Putra
201510415218**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOMUNIKASI
INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE DENGAN
TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN DI PT
RINDANG SAKTIDAMAI**

SKRIPSI

**Oleh:
Hendri Dwi Putra
201510415218**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan Di PT Rindang Saktidamai

Nama Mahasiswa : Hendri Dwi Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415218

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Pembimbing II

Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0306046603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal
Customer Service Dengan Tingkat Loyalitas
Pelanggan Di PT Rindang Saktidamai

Nama Mahasiswa : Hendri Dwi Putra

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510415218

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 29 Juli 2022

Jakarta, 05 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0318087603

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0319048601

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

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

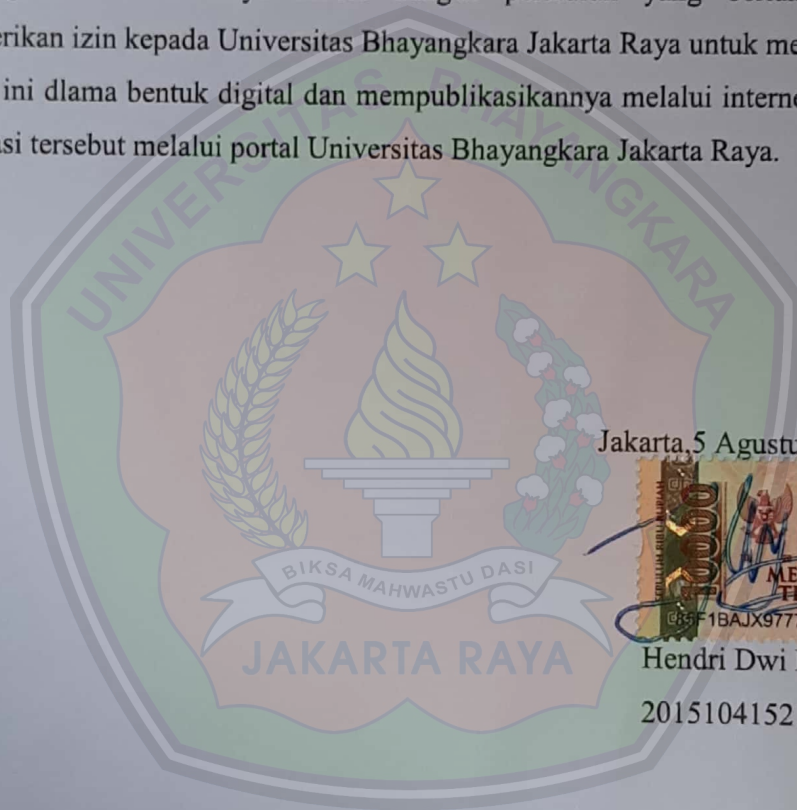
Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

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

LEMBAR PERYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa: Skripsi yang berjudul Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan di PT Rindang Saktidamai 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 memberikan izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dlama bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.



Jakarta, 5 Agustus 2022



Hendri Dwi Putra

201510415218

ABSTRAK

Hendri Dwi Putra 201510415218. Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan Di PT Rindang Saktidamai

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada pelanggan di PT Rindang Saktidamai. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 97 responden dengan rumus slovin sebesar 10% penulis menentukan pengambilan sampel dengan menggunakan simple random sampling. Penulis menggunakan skala likert dengan pengukuran Interval sebagai alat ukur jenjang pendapat responden.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara kualitas komunikasi interpersonal customer service dengan tingkat loyalitas pelanggan. penulis juga menggunakan Korelasi product moment digunakan dalam menganalisa hubungan antara dua variabel. Pada penelitian didapatkan nilai r_{xy} (koefisien korelasi) sebesar 0,939 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang berarti nilai korelasi sebesar 0,939 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas yaitu Komunikasi Interpersonal Customer Service dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan termasuk kedalam kategori sangat kuat, dalam skala interval $\geq 0,90$ Hasil tersebut diketahui melalui uji 97 responden sesuai dengan sampel penelitian.

Sebagian besar setuju komunikasi interpersonal customer service di PT Rindang saktidamai memiliki sifat keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif terhadap pelanggan. Hubungan antara yaitu Komunikasi Interpersonal Customer Service dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan bersifat positif artinya jika komunikasi interpersonal customer service bisa meningkatkan loyalitas pelanggan maka akan mengalami peningkatan dalam penjualan di PT Rindang Saktidamai.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Tingkat Loyalitas Pelanggan, Hubungan, Customer Service, Pelanggan

ABSTRACT

Hendri Dwi Putra 201510415218. *The Relationship Between The Quality Of Customer Service Interpersonal Communication With The Level Of Customer Loyalty At PT Rindang Saktidamai*

In this study, the authors used quantitative methods. The data collection technique in this study used questionnaires to customers at PT Rindang Saktidamai. This study uses a sample of 97 respondents with the slovin formula of 10%.

This study aims to determine how big the relationship between the quality of customer service and interpersonal communication with the level of customer loyalty. The author also uses product-moment correlation to analyze the relationship between two variables. In the study, the r_{xy} value (correlation coefficient) was 0.939 with a significance value of $0.000 < 0.05$, which means a correlation value of 0.939 indicating that the relationship between the independent variable, namely Interpersonal Customer Service Communication with Customer Loyalty Levels, is included in the very strong category.

The relationship between Customer Service Interpersonal Communication and Customer Loyalty Level is positive, meaning that if customer service interpersonal communication can increase customer loyalty, it will experience an increase in sales at PT Rindang Saktidamai.

Keywords: *Interpersonal Communication, Customer Loyalty Level, Relationship, Customer Service, Customers*

9. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang sudah lebih dulu lulus dan yang masih berjuang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan laporan ini.
10. Robby Yudha, Winli Aprildo, Namin, Jhoni, Johan yang selalu menghibur dan memberikan semangat,
11. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian penelitian selanjutnya.

Jakarta, 5 Agustus 2022



Hendri Dwi Putra



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan rahmat dan hidayah-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, serta kedua orang tua penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Kualitas Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan di PT Rindang Saktidamai” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupu spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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 dan Sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Asima Oktavia Sinanggang, S.Ds, M.Si yang banyak memberikan saran dan dukungannya kepada penulis.
5. Dosen Pembimbing I, Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom yang telah membimbing dan mendukung penulis selama melakukan penelitian.
6. Dosen Pembimbing II, Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom yang telah membimbing dan mendukung penulis selama melakukan penelitian.
7. Kepada Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah membantu saya dan memberikan semangat.
8. Kepada Ayah dan Ibu sebagai Orang Tua Penulis yang senantiasa selalu memberi dukungan kepada penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	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
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Kerangka Konsep.....	12

2.2.1. Definisi Komunikasi	12
2.2.2. Fungsi Komunikasi	12
2.2.3. Definisi Kualitas	13
2.2.4. Komunikasi Interpersonal	13
2.2.4.1. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal	14
2.2.5. Definisi Hubungan	15
2.2.6. Loyalitas Pelanggan	15
2.2.6.1. Definisi Loyalitas	15
2.2.6.2. Definisi Pelanggan	16
2.2.6.3. Definisi Loyalitas Pelanggan	17
2.2.6.4. Pengukuran Loyalitas	18
2.2.6.5. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	18
2.2.6.6. Aspek-Aspek Loyalitas Pelanggan	20
2.3. Hubungan Komunikasi Interpersonal Customer Service Dengan Loyalitas Pelanggan	20
2.4. Indikator Penelitian	22
2.5. Kerangka Teori	23
2.5. Kerangka Pemikiran	25
2.6. Hipotesis	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1. Metode Penelitian	27
3.2. Paradigma Penelitian	27
3.3. Populasi dan Sampel	28
3.3.1. Populasi	28
3.3.2. Sampel	28

3.4.	Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1.	Data Primer	31
3.4.2.	Data Sekunder	32
3.5.	Skala Pengukuran.....	32
3.5.1.	Skala Likert.....	32
3.6.	Teknik Analisis Data.....	33
3.7.	Validitas dan Reliabilitas Instrument	35
3.7.1.	Validitas	35
3.7.2.	Reliabilitas	37
3.8.	Teknik Pengujian Hipotesis.....	38
3.8.1.	Uji Statistik F (Simultan).....	38
3.9.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.9.1.	Lokasi	39
3.9.2.	Waktu Penelitian.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1.	Sejarah PT. Rindang Saktidamai (Vicenza).....	40
4.1.1.	Sejarah Singkat PT. Rindang Saktidamai (Vicenza).....	40
4.1.2.	Logo PT. Rindang Saktidamai (Vicenza).....	41
4.1.3.	Visi & Misi.....	42
4.1.3.1.	Visi	42
4.1.3.2.	Misi	42
4.1.4.	Struktur Organisasi	42
4.2.	Karakteristik Responden	43
4.3.	Uji Instrumen Penelitian	46
4.3.1.	Uji Validitas	46

4.3.2. Reliabilitas.....	48
4.3.3. Korelasi Pearson Product Moment.....	49
4.4. Uji Hipotesis	51
4.5. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	53
4.5.1. Komunikasi Interpersonal Customer Service (Variabel X).....	53
4.5.2. Tingkat Loyalitas Pelanggan (Variabel Dependen Y)	62
4.5.3. Hubungan Komunikasi Interpersonal Customer Service (X) dengan Tingkat Loyalitas Pelanggan (Y).....	69
4.6. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	70
5.1. Kesimpulan	74
5.2. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1. Skala Likert	33
Tabel 3.2. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	38
Tabel 4.1. Klarifikasi Responden Berdasarkan Pelanggan Vicenza	43
Tabel 4.2. Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3. Klarifikasi Responden Berdasarkan Durasi Member / Reseller	45
Tabel 4.4. Butir Pernyataan Pearson Correlation Variabel X & Variabel Y	47
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel	48
Tabel 4.6. Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi	49
Tabel 4.7. Uji Korelasi <i>Product Moment</i>	50
Tabel 4.8. Hubungan Variabel X dan Y	51
Tabel 4.9. Uji Statistik F (Simultan)	52
Tabel 4.10. Klarifikasi Responden Berdasarkan Keterbukaan	54
Tabel 4.11. Klarifikasi Responden Berdasarkan Empati	55
Tabel 4.12. Klarifikasi Responden Berdasarkan Sikap Mendukung	57
Tabel 4.13. Klarifikasi Responden Berdasarkan Sikap Positif	58
Tabel 4.14. Klarifikasi Responden Berdasarkan Kesetaraan	59
Tabel 4.15. Rekapitulasi anggapan tentang variabel Komunikasi Interpersonal Customer Service (X)	60
Tabel 4.16. Klarifikasi Responden Melakukan Pembelian Ulang Secara Teratur	62
Tabel 4.17. Klarifikasi Responden Merekomendasikan Produk	63
Tabel 4.18. Responden Menunjukkan Daya Tarik Produk dari Pesaing	64
Tabel 4.19. Klarifikasi Responden Melakukan pembelian diluar lini / jasa	66

Tabel 4.20. Rekapitulasi Anggapan Tentang Variabel Tingkat Loyalitas Pelanggan (Y)	67
Tabel 4.21. Rekapitulasi Variabel Y	67



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Persentase <i>Top Brand Index</i> Fase 2	4
Gambar 4.1. Logo Rindang Saktidamai PT. (Vicenza)	41
Gambar 4.2. Keterbukaan	55
Gambar 4.3. Empati	56
Gambar 4.4. Sikap Mendukung	58
Gambar 4.5. Sikap Positif	59
Gambar 4.6. Kesetaraan	60
Gambar 4.7. Rekapitulasi Tanggapan variabel Komunikasi Interpersonal Customer Service (X).....	61
Gambar 4.8. Melakukan pembelian ulang secara teratur	63
Gambar 4.9. Merekomendasikan Produk.....	64
Gambar 4.10. Menunjukkan Daya Tarik Produk dari Pesaing	65
Gambar 4.11. Melakukan pembelian diluar lini / Jasa.....	66

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 2: Surat Penelitian

Lampiran 3: Tabel Matrix Penelitian & Kuesioner

Lampiran 5: Kartu Bimbingan

Lampiran 6: Form Perbaikan

