

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Bagian Pelayanan Bluder Cokro Terhadap Kepuasan Pelanggan

Diptya Ramadani¹, Yulia Rachma Putri²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, diptyaramadani@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, yulianirachmaputri@telkomuniversity.ac.id

Abstract

One of the most emerging businesses is in the food sector, one of which is an old-school bakery business. The old-school bakery business that became a pioneer in Indonesia and has survived to this day is the Bluder Cokro bread business. More and more enthusiasts of this bread began to appear in many similar businesses. Amidst business competition, companies must maintain customer satisfaction by providing the best customer service. The purpose of this study was to determine the magnitude of the influence of employee interpersonal communication in the Bluder Cokro service section on customer satisfaction. This research uses explanation quantitative methods. The sampling technique in this study used non-probability, namely purposive sampling with a sample of 100 respondents. The results of the correlation coefficient test found a substantial, significant, and in-line relationship with the calculated t value, which gave a significant effect of $8.329 > t$ table 1.660. This study concludes that there is an influence from interpersonal communication of Bluder Cokro service employees through a determination efficiency test of 41.6% on customer satisfaction, and other factors outside of this study influence the remaining 58.4%.

Keywords-interpersonal communication, service, food business, customer satisfaction.

Abstrak

Jenis usaha yang mulai berkembang adalah bisnis dalam bidang makanan salah satunya merupakan usaha roti jadul. Bisnis roti jadul yang menjadi pelopor di Indonesia dan bertahan hingga saat ini adalah usaha roti Bluder Cokro. Semakin banyak peminat roti ini mulai banyak bermunculan bisnis serupa. Ditengah persaingan bisnis perusahaan harus mampu mempertahankannya melalui kepuasan konsumen dari pelayanan terbaik yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui besaran pengaruh komunikasi interpersonal karyawan pada bagian pelayanan Bluder Cokro terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif secara eksplanasi. Teknik sampling dalam penelitian menggunakan *non-probability* yaitu sampling purposive dengan sampel sebanyak 100 responden. Hasil uji koefisien korelasi ditemukan adanya hubungan yang kuat, signifikan dan searah dengan nilai t hitung yang memberikan pengaruh signifikan sebesar $8,329 > t$ tabel 1,660. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro melalui uji keofisien determinasi sebesar 41,6% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini.

Kata Kunci-komunikasi interpersonal, pelayanan, bisnis makanan, kepuasan pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Adanya perkembangan teknologi memberi kemudahan dalam segala bidang. Salah satunya pada bidang bisnis, di mana perusahaan berusaha menunjukkan keunggulan ditengah persaingan yang ketat. Menurut Kemenperin.go.id (2022) jenis usaha di Indonesia yang mulai berkembang adalah usaha pada bidang makanan. Salah satu yang menjadi tren adalah usaha roti jadul (Kompas.com, 2022). Bisnis roti jadul yang ada sejak tahun 1989, menjadi pelopor di Indonesia dan bertahan hingga saat ini adalah usaha roti Bluder Cokro. Menurut Idntimes (2022) roti Bluder dijadikan sebagai makanan khas kota Madiun karena banyaknya minat dari masyarakat. Dengan meningkatnya minat roti

Bluder, maka banyak bermunculan bisnis serupa. Untuk mempertahankan usahanya Bluder Cokro membuat inovasi seperti menyesuaikan varian rasa yang kekinian pada produknya. Untuk dapat bertahan dalam ketatnya persaingan terutama bisnis serupa, perusahaan juga harus mampu dalam mempertahankan konsumen melalui kepuasan pelanggan. Karena menurut Tjiptono (2019:117) konsumen yang merasa puas akan memiliki potensi mereka akan terus loyal terhadap perusahaan tersebut. Oleh karena itu, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan diharuskan untuk dapat memajukan kualitas pelayanan melalui komunikasi interpersonal yang baik di antara penjual dan pembeli produk. Literatur yang relevan pada penelitian Hardianti (2016) yang membahas tentang pengaruh dari komunikasi interpersonal *customer service* terhadap kepuasan nasabah di Bank Kaltim Syariah yang berada di cabang Pembantu Juanda di Kota Samarinda yang menghasilkan pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan sebesar 77%. Oleh karena itu, dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda peneliti tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan bagian Pelayanan Bluder Cokro terhadap Kepuasan Pelanggan”.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Interpersonal

Menurut DeVito, Boncher dan Rogers (Ngalimun, 2018:3) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari satu orang bahkan lebih, di mana pesan tersebut dapat memberikan dampak atau efek tertentu berupa pemberian umpan balik secara langsung. Menurut DeVito (2018:285) terdapat lima kualitas umum yang dipertimbangkan dalam efektivitas komunikasi interpersonal :

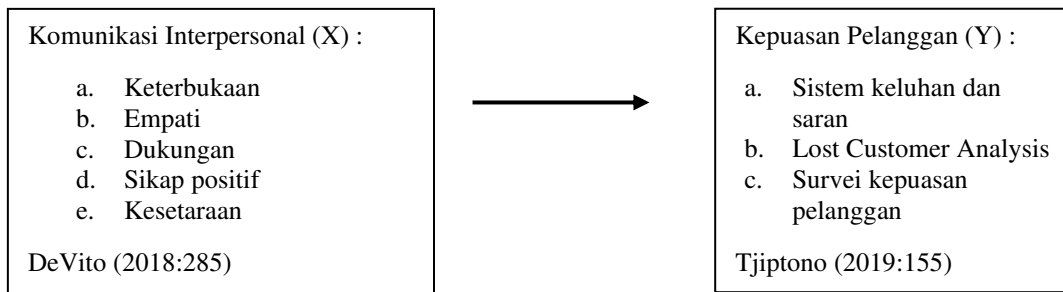
1. Keterbukaan : Seorang komunikator harus terbuka terhadap lawan bicara terutama memberikan reaksi yang jujur.
2. Empati : Seseorang yang mampu dalam memahami pengalaman, motivasi, perasaan, sikap, harapan, dan juga keinginan orang lain.
3. Sikap Mendukung : Sikap mendukung diperlukan dalam komunikasi interpersonal mendukung berlangsungnya komunikasi yang terbuka dan empati sehingga komunikasi tersebut efektif.
4. Sikap Positif : Sikap positif tersebut mengacu pada dua aspek yaitu baik dan dorongan yang memberikan kesan baik bagi lawan bicara.
5. Kesetaraan : car akita terhadap orang lain dengan memberikan penghargaan positif berupa komunikasi yang setara.

B. Kepuasan Pelanggan

Menurut Crow et al., Engel et al. (Priansa, 2021:197) dan Oliver et al., (Tjiptono, 2019:123) kepuasan pelanggan adalah evaluasi berupa perbandingan yang dilakukan pelanggan meliputi rasa senang atau kecewa atas hasil yang didapat sesuai kebutuhan serta harapannya. Menurut Tjiptono (2019:155) terdapat beberapa metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran : Pemasar harus mampu memberikan peluang untuk pelanggan dalam menyampaikan keluhan, saran atau pendapat.
2. *Lost Customer Analysis* : Pemantauan melalui tingkat kehilangan pelanggan untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kepuasan pada pelanggan.
3. Survei Kepuasan Pelanggan : Survei perusahaan untuk memperoleh respon dari pelanggan secara langsung dan kesan positif bahwa memberikan perhatian kepada pelanggan.

C. Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian Sumber : Diolah peneliti (2022)

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif secara deskriptif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Variabel independen (bebas) yaitu komunikasi interpersonal (X)
2. Variabel dependen (terikat) yaitu kepuasan pelanggan (Y)

B. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan jenis data yaitu interval. Skala pengukuran yang digunakan menggunakan nilai 1 sampai dengan 4 dengan penilaian skala sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Bluder Cokro. Dengan Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability* yaitu sampling purposive. Jumlah sampel diketahui melalui rumus Lemeshow dengan tingkat kesalahan sebesar 10% dihasilkan sebanyak 100 sampel. Dengan pertimbangan sampel :

1. Pernah melakukan pembelian di outlet resmi Bluder Cokro jalan Hayam Wuruk Kota Madiun.
2. Telah melakukan komunikasi secara langsung dengan karyawan bagian pelayanan di outlet resmi Bluder Cokro jalan Hayam Wuruk Kota Madiun.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

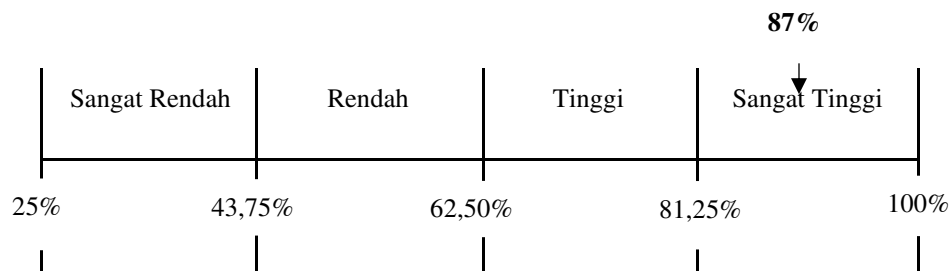
1. Komunikasi Interpersonal (X)

Tabel 1. Tabel Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Komunikasi Interpersonal (X)

No.	Dimensi	Skor
1.	Sikap Positif	89%
2.	Keterbukaan	88%
3.	Sikap Mendukung	87%
4.	Kesetaraan	86%
5.	Empati	85%
Jumlah rata-rata total		87%

Sumber : Diolah peneliti (2023)

Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan tanggapan responden terkait pernyataan pada variabel komunikasi interpersonal (X) berada pada tingkat sangat tinggi dengan rata-rata dari jumlah total sebesar 87%. Data tersebut ditampilkan dalam garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 2. Garis Kontinum Skor Total Variabel Komunikasi Interpersonal (X) Sumber : Diolah peneliti (2023)

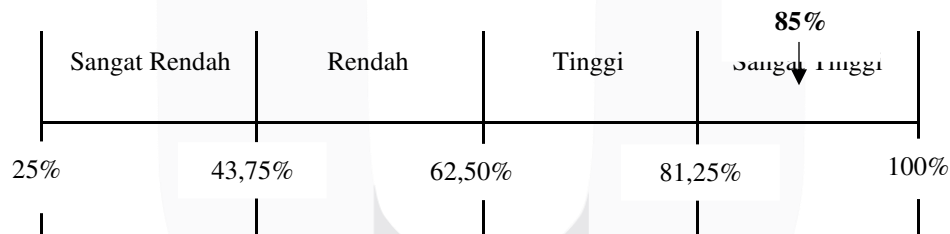
2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 2. Tabel Distribusi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Dimensi	Skor
1.	Survei Kepuasan Pelanggan	87%
2.	Lost Customer Analysis	85%
3.	Sistem Keluhan dan Saran	82%
Jumlah rata-rata total		85%

Sumber : Diolah peneliti (2023)

Dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan tanggapan responden terkait pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) berada pada tingkat sangat tinggi dengan rata-rata dari jumlah total sebesar 85%. Data tersebut ditampilkan dalam garis kontinum sebagai berikut :



Gambar 3. Garis Kontinum Skor Total Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) Sumber : Diolah peneliti (2023)

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan bantuan dari *software* IBM SPSS 22 yaitu :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.04196445
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.047
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.062 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Hasil data uji normalitas berdasarkan tabel 3 bernilai 0,062 di mana lebih dari nilai 0,05, maka data tersebut dapat dikatakan terdistribusi secara normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan bantuan dari *software* IBM SPSS 22 :

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.036	.047		.773	.441
	Komunikasi Interpersonal	.002	.001	.155	1.557	.123

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Glejser* dalam penelitian ini menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,123, maka data tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji Koefisien Korelasi

Berikut adalah hasil pengujian koefisien korelasi metode *Pearson Product-moment* menggunakan bantuan dari *software* IBM SPSS 22 :

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations

		Komunikasi Interpersonal	Kepuasan Pelanggan
Komunikasi Interpersonal	Pearson Correlation	1	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Berdasarkan tabel 5 koefisien korelasi *Pearson* tersebut menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,645 yang menjelaskan nilai tingkat korelasi antar variabel positif. Berikut merupakan interpretasi dari hasil nilai signifikan korelasi data yang telah didapatkan :

Tabel 6. Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 0,1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2019:248)

Dapat dilihat bahwa 0,644 berada di antara interval koefisien 0,60 – 0,799 artinya dalam penelitian ini memiliki hubungan korelasi yang kuat.

D. Uji Koefisien Determinasi

Berikut adalah hasil pengujian koefisien determinasi menggunakan bantuan dari *software* IBM SPSS 22 :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.645 ^a	.416	.410	3.05745

a. Predictors: (Constant), Komunikasi Intepersonal

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Uji koefisien determinasi dengan rumus berdasarkan Rujakat (2018:32) yaitu :

$$KD = r^2 \times 100\% = 41,6 \%$$

Dari hasil perhitungan berdasarkan tabel 7 dapat terlihat bahwa komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro (X) berpengaruh sebesar 41,6% terhadap kepuasan pelanggan (Y), sedangkan sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang ada di luar dari penelitian ini.

E. Uji Regresi Linear Sederhana

Berikut adalah hasil pengujian regresi linear sederhana menggunakan bantuan dari *software* IBM SPSS 22 :

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.138	1.853		4.392	.000
	Komunikasi Interpersonal	.402	.048	.645	8.351	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Nilai dalam tabel 8 diuji dengan rumus dalam uji regresi linear sederhana dengan rumus berdasarkan Sugiyono (2019:252) yaitu :

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 8,138 + 0,402X$$

Dari hasil pengujian dan rumus tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel komunikasi interpersonal (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yang bernilai positif. Maka, jika variabel bebas yaitu komunikasi interpersonal (X) berubah sebanyak 1 satuan maka variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) juga akan berubah sebanyak 1 satuan. Dari deskripsi pengujian tersebut membuktikan bahwa adanya peningkatan pengaruh yang artinya terdapat pengaruh dari komunikasi interpersonal karyawan pada bagian pelayanan Bluder Cokro (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

F. Uji Hipotesis

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis t menggunakan bantuan dari software IBM SPSS 22 :

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.138	1.853		4.392	.000
	Komunikasi Interpersonal	.402	.048	.645	8.351	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Diolah peneliti dengan SPSS IBM 22 (2023)

Dalam penelitian ini jumlah sampel (N) sebanyak 100, berdasarkan dari t tabel Sujarweni (2022:245) dengan signifikan sebesar 0,05% bernilai 1,660. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat t hitung > t tabel (8,351 > 1,660) yang artinya H0 tersebut ditolak dan H1 diterima atau variabel komunikasi interpersonal (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal (X) karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam penelitian ini terdapat pengaruh yang kuat, positif, dan signifikan dari komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro terhadap kepuasan pelanggan. Menghasilkan presentase masing-masing variabel dengan kategori sangat tinggi yaitu komunikasi interpersonal (X) sebesar 87% dan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 85%. Berdasarkan uji koefisien determinasi pengaruh komunikasi interpersonal karyawan bagian pelayanan Bluder Cokro tersebut dihasilkan sebesar 41,6% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya yaitu 58,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang ada di luar penelitian ini. Saran dalam penelitian ini adalah peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek yang sama untuk menemukan 58,4% faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih mendalam melalui metode penelitian kualitatif, dan berdasarkan hasil analisis deskriptif, perusahaan dapat meningkatkan pelayanan berdasarkan dimensi empati serta sistem keluhan & saran (persentase terendah). Kemudian mempertahankan dimensi sikap positif serta survei kepuasan pelanggan (persentase tertinggi).

REFERENSI

7 Fakta Roti Bluder sebagai Oleh-oleh Khas Kota Madiun, Sudah Tau?. *Idntimes.com*. Diperoleh tanggal 29 Desember 2022, dari <https://www.idntimes.com/food/dining-guide/fasrinisyah-suryaningtyas-1/fakta-roti-bluder-khas-madiun>

DeVito, J. A. (2018). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.

Hardianti, O. (2016). Pengaruh komunikasi interpersonal customer service terhadap kepuasan nasabah bankaltim syariah cabang pembantu juanda samarinda. Universitas Mulawarman. Diperoleh dari <https://scholar.google.co.id/>

Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 3,57% di Kuartal III-2022. *Kemenperin.go.id*. Diperoleh tanggal 29 Desember 2022, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/23696/Kemenperin:-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tumbuh-3,57-di-Kuartal-III-2022#:~:text=SIARAN%20PERS-Kemenperin%3A%20Industri%20Makanan%20dan%20Minuman%20Tumbuh%203,57%25%20di%20Kuartal%20III%2D2022&text=Pertumbuhan%20industri%20makanan%20dan%20minuman,yang%20tercatat%203%2C49%25>

- Ngalimun. (2018). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prediksi Tren Kue dan Roti di Indonesia pada 2022 Menurut Pastry Chef. *Kompas.com*. Diperoleh tanggal 29 Desember 2022, dari <https://www.kompas.com/food/read/2022/01/13/203800375/prediksi-tren-kue-dan-roti-di-indonesia-pada-2022-menurut-pastry-chef?page=all>
- Priansa, J. D. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. (2022). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Kepuasan Pelanggan Konsep, Pengukuran & Strategi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

