

---

# PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

**Enggarayu Weningtyas**

*Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta*  
Email: ega\_femmedoux@yahoo.co.id

**Miftahun Ni'mah Suseno**

*Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*  
*Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta*  
Email: miftahsuseno@gmail.com

## **Abstract**

*The General purpose of study was to determine the presence or absence of the influence of interpersonal communication and service quality toward consumer satisfaction. The hypothesis of this study was that there was the influence of interpersonal communication and service quality toward consumer satisfaction. The subject of this study were consumers who had visited Kalimilk. The subject of this study consisted of men and women aged 18-23 years, totaling 60 people at try out and 60 people at the time of the study data collection. Data collected through the scale that was propagated to the subject of research. The data was statistically analyzed using multiple regression analysis with SPSS version 16.0 for Windows. The analysis found that the value  $R = 0.777$  with  $p = 0.000$  ( $p < 0.01$ ). The magnitude of the coefficient of determination (R-Square) interpersonal communication and service quality to consumer satisfaction at 60.3% (0.603). The general conclusion of this study was there was a very significant positive effect between interpersonal communication and service quality toward consumer satisfaction. The higher of the interpersonal communication skills and services quality provided employees the higher of the consumer satisfaction.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Service Quality, Consumer Satisfaction*

Dunia bisnis yang berorientasi pada produk maupun jasa tidak henti-hentinya berkompetisi untuk membuat konsumennya tetap setia pada produknya dan tidak berpaling ke produk lain. Salah satu kiat yang diyakini oleh pemasar untuk meraih hal tersebut adalah dengan menciptakan sistem pelayanan konsumen yang selalu mengarah kepada kepuasan konsumen (*consumer satisfaction*), seperti yang diungkapkan Kotler dan Armstrong (1999) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan pelayanan yang dirasakan (*perceived performance*) dengan harapan (*expectation*). Salah satu faktor yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah komunikasi interpersonal. Hal tersebut dikemukakan Kotler dan

Armstrong (1999) bahwa konsumen akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap, dan keyakinan konsumen.

Pada saat terjadinya proses pelayanan yang dilakukan pelayan terhadap pelanggan, pada saat itu juga terjadi interaksi pelayan dengan pelanggan. Interaksi terjadi melalui kontak komunikasi. Pelayan harus bisa menciptakan kontak komunikasi pada pelanggan secara baik karena kontak komunikasi yang baik tersebut sangat dibutuhkan pelanggan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan untuk mempertahankan loyalitas konsumen.