

**PENGARUH KUALITAS KOMUNIKASI
INTERPERSONAL STAF TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA RITEL LOKAL (STUDI KASUS
PELAYANAN DI BANAMA MART, DESA BAWAN,
KECAMATAN BANAMA TINGGANG, KABUPATEN
PULANG PISAU)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana pada (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi

**Oleh :
MASDHA VALENTINA
22.12.026452**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, ILMU POLITIK, ADMINISTRASI
DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALANGKA RAYA
TAHUN 2025**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan serta daftar pustakanya. Apabila ternyata dalam naskah Skripsi ini di kemudian hari dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Palangka Raya, 29 Desember 2021

Mahasiswa,

MASDHA

VALENTINA NIM.

22.12.026452

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik,

Administrasi Dan Komunikasi

Universitas Muhammadiyah

Palangka Raya

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk yang tercinta:

1. Ayah dan Ibuku tercinta, yang telah membesarkan saya, menuntun, membimbing, serta mendukung saya dengan penuh cinta kasih.
2. Saudaraku tercinta yang tidak henti untuk selalu memberikan dorongan dari awal perkuliahan hingga akhir sampai tugas akhir ini tuntas.
3. Keluarga yang tidak henti dan tidak bosan untuk terus memberikan dukungan dalam menata hidup agar lebih baik lagi dan selalu memberikan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
4. Seorang wanita kekasih saya yang menemani dan mendukung dalam proses tugas akhir ini
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Palangkaraya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepadaku.
6. Serta teman-teman seangkatanku dan perjuanganku yang telah memberikan inspirasi.

Dengan penuh hormat:

Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi UM Palangka Raya beserta seluruh Civitas Akademika.

RIWAYAT HIDUP

Masdha Valentina. Lahir di Palangkaraya, pada tanggal 15 Juni 2004, anak ke-3 dari 5 bersaudara, anak dari pasangan Dadie d Ahad dan Timpung.

Penulis pertama kali menempuh pendidikan di Sekolah Dasar pada SDN 1 Banama Tingang dan selesai pada tahun 2012. Penulis kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Banama Tingang dan selesai pada tahun 2017.

Setelah menyelesaikan pendidikan di tingkat SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 1 Banama Tingang dan selesai pada tahun 2022. Pada tahun yang sama, penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi.

Dengan ketekunan dan motivasi tinggi untuk terus belajar serta berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan skripsi ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan.

Akhir kata, penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis bersyukur kehadiran Tuhan YME yang atas karuniaNya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Staf Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ritel Lokal (Studi Kasus Pelayanan Di Banama Mart, Desa Bawan, Kecamatan Banama Tinggang, Kabupaten Pulang Pisau)” dengan baik.

Penulisan Skripsi ini merupakan karya ilmiah yang dihasilkan atas dukungan, didikan dan bantuan dari berbagai pihak dalam rangkaian studi program Sarjana pada Ilmu Administrasi Negara, dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UM Palangka Raya.

Sehubungan dengan hal tersebut maka dalam kesempatan ini penulis haturkan terima kasih dan semoga Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, memberikan ganjaran yang setimpal kepada:

1. Dr.H.M.Yusuf,S.Sos.,M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palangka Raya yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di UM Palangka Raya.
2. Dr. Rahmat Hidayat, S.H.,M.I.Kom, selaku Dekan;
3. Dr. MILKA, S.Sos., M.A.P, selaku wakil Dekan
4. Dr. H. Junaidi, S.H., M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Para Dosen Penguji Skripsi FISIP UM Palangka Raya;
6. Pihak-pihak lain yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sebagai makhluk sosial yang lemah penulis tiada artinya tanpa bantuan orang lain, oleh karenanya sekali lagi penulis haturkan terima kasih, semoga Tuhan YME membalas dengan limpahan Rahmat bagi kita semua. Aamiin.

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas komunikasi interpersonal staf terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada ritel lokal, khususnya di Banama Mart, Desa Bawan. Komunikasi interpersonal yang dimaksud mencakup cara staf berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, seperti kejelasan dalam menyampaikan informasi, keramahan, kesopanan, empati, serta kemampuan dalam memahami dan merespons kebutuhan pelanggan. Dalam konteks pelayanan ritel, interaksi ini menjadi faktor penting karena dapat membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan selama berbelanja.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus untuk menggambarkan kondisi nyata pelayanan di Banama Mart. Dengan adanya komunikasi yang efektif dan berkualitas, pelanggan cenderung merasa lebih dihargai dan nyaman, sehingga berdampak pada meningkatnya kepuasan dan kemungkinan loyalitas pelanggan. Sebaliknya, komunikasi yang kurang baik dapat menimbulkan ketidakpuasan dan menurunkan citra pelayanan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengelola ritel lokal dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui penguatan kemampuan komunikasi interpersonal staf.

Kata kunci: komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, ritel lokal, Banama Mart, interaksi staf, loyalitas pelanggan

SUMMARY

This study aims to analyze the influence of staff interpersonal communication quality on customer satisfaction in a local retail setting, specifically at Banama Mart in Desa Bawan. Interpersonal communication in this context includes how staff interact directly with customers, such as clarity in delivering information, friendliness, politeness, empathy, and the ability to understand and respond to customer needs. In retail services, these interactions play a crucial role in shaping customers' perceptions and overall shopping experience.

The research uses a case study approach to describe the actual service conditions at Banama Mart. Effective and high-quality communication can make customers feel valued and comfortable, which in turn increases satisfaction and the likelihood of customer loyalty. On the other hand, poor communication may lead to dissatisfaction and negatively affect the store's service image. Therefore, the findings of this study are expected to provide insights for local retail management to improve service quality through strengthening staff interpersonal communication skills.

Keywords: interpersonal communication, service quality, customer satisfaction, local retail, Banama Mart, staff interaction, customer loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi ini dengan judul: "Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal Staf Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ritel Lokal (Studi Kasus Pelayanan di Banama Mart, Desa Bawan, Kecamatan Banama Tinggang, Kabupaten Pulang Pisau)".

Penyusunan Proposal Skripsi ini merupakan salah satu syarat akademik yang harus dipenuhi untuk menempuh tahap selanjutnya dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Palangkaraya.

Akhir kata, Penulis berharap Proposal Skripsi ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi dan Pemasaran Jasa, khususnya mengenai strategi *customer retention* bagi UMKM ritel di kawasan pedesaan.

Palangka Raya, 29 Desember 2025

Penulis, Masdha Valentina

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
IDENTITAS TIM PENGUJI SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
RINGKASAN	vii
SUMMARY	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Kualitas Komunikasi Interpersonal.....	13
2.2.1 Definisi Konsep Kualitas Komunikasi Interpersonal	13
2.2.2 Dimensi Kualitas Komunikasi Interpersonal.....	13
2.3 Kepuasan Pelanggan	15
2.3.1 Definisi Konsep Kepuasan Pelanggan	15
2.3.2 Dimensi dan Indikator Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4 Hubungan Kualitas Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian	19

2.6 Hipotesis Penelitian	21
2.7 Indikator Penelitian	22
Variabel Kualitas Komunikasi Interpersonal (X)	23
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian.....	24
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	27
3.3.1 Populasi	27
3.3.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data dan Instrumen	27
3.5 Definisi Operasional Variabel	30
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Analisis Deskriptif	32
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	33
3.6.4 Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi.....	34
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Profil Singkat Banama Mart	36
4.2. Hasil Penelitian.....	38
4.2.1. Uji Kualitas Instrumen	38
4.2.1.1 Uji Validitas	39
4.2.1.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.2.2. Analisis Statistik Deskriptif	42
4.2.3. Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.3.1. Uji Normalitas.....	45
4.2.3.1. Uji Heteroskedastisitas	49
4.2.4. Analisis Regresi Linear Sederhana	50
4.2.5. Uji Hipotesis.....	52
4.2.5.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	52
4.2.5.2. Koefisien Determinasi (R ²).....	55

4.3. Pembahasan	55
4.3.1. Pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
4.3.2. Besaran Kontribusi dan Konteks Ritel Lokal.....	57
4.4. Implikasi Penelitian.....	59
4.4.1. Implikasi Teoritis	59
4.4.2. Implikasi Praktis	60
BAB V.....	63
PENUTUP	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran	64
5.2.1. Bagi Manajemen Banama Mart.....	64
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	65
DAFTAR PUSTAKA	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kompetisi yang intensif di sektor bisnis ritel, baik modern maupun tradisional, telah mengubah parameter utama keunggulan kompetitif. Pada awalnya, keunggulan seringkali dicapai melalui faktor-faktor tradisional seperti harga, lokasi, dan variasi produk. Namun, penelitian terbaru menunjukkan adanya pergeseran fundamental, di mana faktor kualitas layanan dan pengalaman pelanggan menjadi penentu krusial untuk mempertahankan loyalitas dan profitabilitas jangka panjang. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat, terutama di daerah-daerah yang mengalami peningkatan jumlah gerai ritel, upaya retensi pelanggan melalui layanan unggul sangat penting. Jika investasi hanya terfokus pada ekspansi fisik tanpa strategi retensi pelanggan yang memadai, risiko terperangkap dalam "perang harga" yang menggerogoti profitabilitas akan meningkat, dan niat belanja ulang sebagai penopang utama bisnis ritel menjadi sulit dibangun secara berkelanjutan.

Dalam industri jasa, yang mencakup sektor ritel yang menyediakan layanan bernilai tambah, interaksi antara penyedia layanan (staf) dan konsumen menjadi inti dari kualitas layanan itu sendiri. Komunikasi Interpersonal (KI) yang terjalin antara staf dan pelanggan berfungsi sebagai fondasi dari pelayanan prima.

Interaksi ini tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi produk yang jelas, tetapi juga melibatkan kemampuan staf untuk membangun hubungan psikologis, menciptakan kenyamanan, dan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Bukti empiris menegaskan bahwa KI yang efektif, yang ditandai dengan keramahan, empati, dan orientasi solusi, memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian oleh Haris (2023) menunjukkan bahwa kualitas jasa pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Dampaknya bahkan meluas pada perilaku pelanggan di masa depan, di mana kepuasan pelanggan berperan penting dalam membangun niat belanja ulang (Irawan, 2025). Bahkan tindakan komunikasi non-verbal yang sederhana, seperti senyum, salam, dan sapa, merupakan bagian integral dari interaksi yang mendukung peningkatan kepuasan konsumen di lingkungan ritel (Rashif, 2023). Penelitian ini memfokuskan kajian pada Banama Mart, sebuah ritel lokal yang beroperasi di Desa Bawan, Kecamatan Banama Tinggang, Kabupaten Pulang Pisau. Pemilihan lokasi ini memiliki justifikasi kontekstual yang kuat. Sebagai unit usaha yang dikategorikan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kalimantan Tengah, kelangsungan hidup Banama Mart sangat dipengaruhi oleh dukungan komunitas lokal. Terdapat pandangan bahwa keberadaan toko ritel, termasuk ritel modern, seharusnya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan mendukung produk lokal. Keberhasilan Banama Mart dalam mempertahankan pelanggan melalui kualitas layanan yang superior terutama melalui KI staf secara tidak langsung berkontribusi pada stabilitas ekonomi lokal dan mencegah pelanggan beralih sepenuhnya ke jaringan ritel besar di luar desa. Oleh karena itu, bagi Banama Mart, Kualitas Komunikasi Interpersonal staf bukan sekadar elemen

layanan, melainkan aset strategis untuk mempertahankan daya saing dan menumbuhkan loyalitas di tengah masyarakat Desa Bawan.

Meskipun banyak penelitian kuantitatif telah membuktikan hubungan positif antara KI dan Kepuasan Pelanggan di berbagai konteks urban dan ritel besar (seperti toko *fashion* ternama, layanan ojek daring di kota besar, atau kafe dengan konsep modern), literatur spesifik yang menguji hubungan kausal ini secara ketat pada ritel lokal yang beroperasi di lingkungan pedesaan masih sangat terbatas. Kesenjangan ini mencakup aspek geografis dan sosio-kultural, di mana ekspektasi layanan dan pola komunikasi dapat berbeda secara signifikan dari lingkungan perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan literatur tersebut dengan menyediakan bukti empiris kuantitatif yang berfokus pada dinamika pelayanan di Banama Mart, sehingga memperkaya pemahaman mengenai strategi *customer retention* yang paling efektif bagi UMKM ritel di kawasan pedesaan, khususnya di Kabupaten Pulang Pisau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang menggarisbawahi peran penting komunikasi interpersonal staf dalam mencapai kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks ritel lokal pedesaan, rumusan masalah dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk pertanyaan penelitian kuantitatif sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan dan positif dari Kualitas Komunikasi Interpersonal staf terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ritel Lokal Banama Mart (Studi Kasus Pelayanan di Banama Mart, Desa Bawan, Kecamatan Banama Tinggang, Kabupaten Pulang Pisau)

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dirumuskan secara terperinci untuk memberikan jawaban yang empiris dan terukur terhadap rumusan masalah yang diajukan.

1. Menganalisis dan mendeskripsikan secara kuantitatif tingkat Kualitas Komunikasi Interpersonal staf Banama Mart yang dirasakan oleh pelanggan, berdasarkan dimensi-dimensi teori yang relevan.
2. Menganalisis dan mendeskripsikan tingkat Kepuasan Pelanggan Banama Mart, diukur melalui indikator-indikator perilaku pasca-layanan, termasuk kesesuaian harapan dan niat belanja ulang.
3. Menguji dan membuktikan secara statistik pengaruh Kualitas Komunikasi Interpersonal staf terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ritel Lokal Banama Mart di Desa Bawan, Kecamatan Banama Tinggang, Kabupaten Pulang Pisau.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ganda, baik untuk pengembangan teori akademis maupun untuk aplikasi praktis dalam manajemen ritel lokal.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi dan Pemasaran Jasa. Secara spesifik, penelitian ini akan memberikan bukti empiris yang valid mengenai penerapan dan validasi model Kualitas Komunikasi Interpersonal (menggunakan dimensi De Vito) sebagai prediktor Kepuasan Pelanggan dalam konteks UMKM ritel di lingkungan non-metropolitan/pedesaan. Validasi rantai kausal Kualitas Komunikasi Interpersonal $\rightarrow$ Kepuasan Pelanggan ini dapat menjadi landasan teoritis bagi penelitian lanjutan yang ingin mengkaji faktor-faktor layanan berbasis interaksi manusia di sektor ritel lokal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Banama Mart dan Pelaku UMKM Ritel serupa, penelitian ini memberikan evaluasi kinerja yang terstruktur dan berbasis data kuantitatif mengenai efektivitas komunikasi interpersonal staf. Temuan ini dapat mengidentifikasi secara spesifik aspek komunikasi (misalnya Empati atau Sikap Positif) yang telah berhasil dan yang masih memerlukan perbaikan. Rekomendasi yang dihasilkan akan bersifat aplikatif, membantu manajemen Banama Mart merancang program pelatihan staf dan Standar Operasional Prosedur (SOP) pelayanan yang lebih efektif, seperti menginstitutionalisasi praktik *service excellence* seperti "Senyum, Salam, Sapa" yang terbukti meningkatkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, Banama Mart dapat mengoptimalkan aset sumber daya manusianya sebagai keunggulan kompetitif.