

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI DI SUNNY COFFEE & CO**

SKRIPSI



**Disusun oleh**

**Biaggi Karendra**

**20.96.2102**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI DI SUNNY COFFEE & CO**

**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



**Disusun oleh**

**Biaggi Karendra**

**20.96.2102**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**PERSETUJUAN  
SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI DI SUNNY COFFEE & CO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Biaggi Karendra**

**20.96.2102**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 13 Desember 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Yulinda Erlistryarin, M.Med.Kom**  
**NIK. 190302485**

**PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP MINAT BELI DI SUNNY COFFEE & CO**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Biaggi Karendra**

**20.96.2102**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 25 Januari 2024

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Yulinda Erlistyarini, S.Ikom., M.Med.Kom**  
**NIK. 190302485**

**Wiwid Adiyanto, S.I.Kom., M.I.Kom**  
**NIK. 190302477**

**Stara Asrita, S.I.Kom., M.A**  
**NIK. 190302364**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.**  
**NIK. 190302125**

## PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 13 Desember 2023



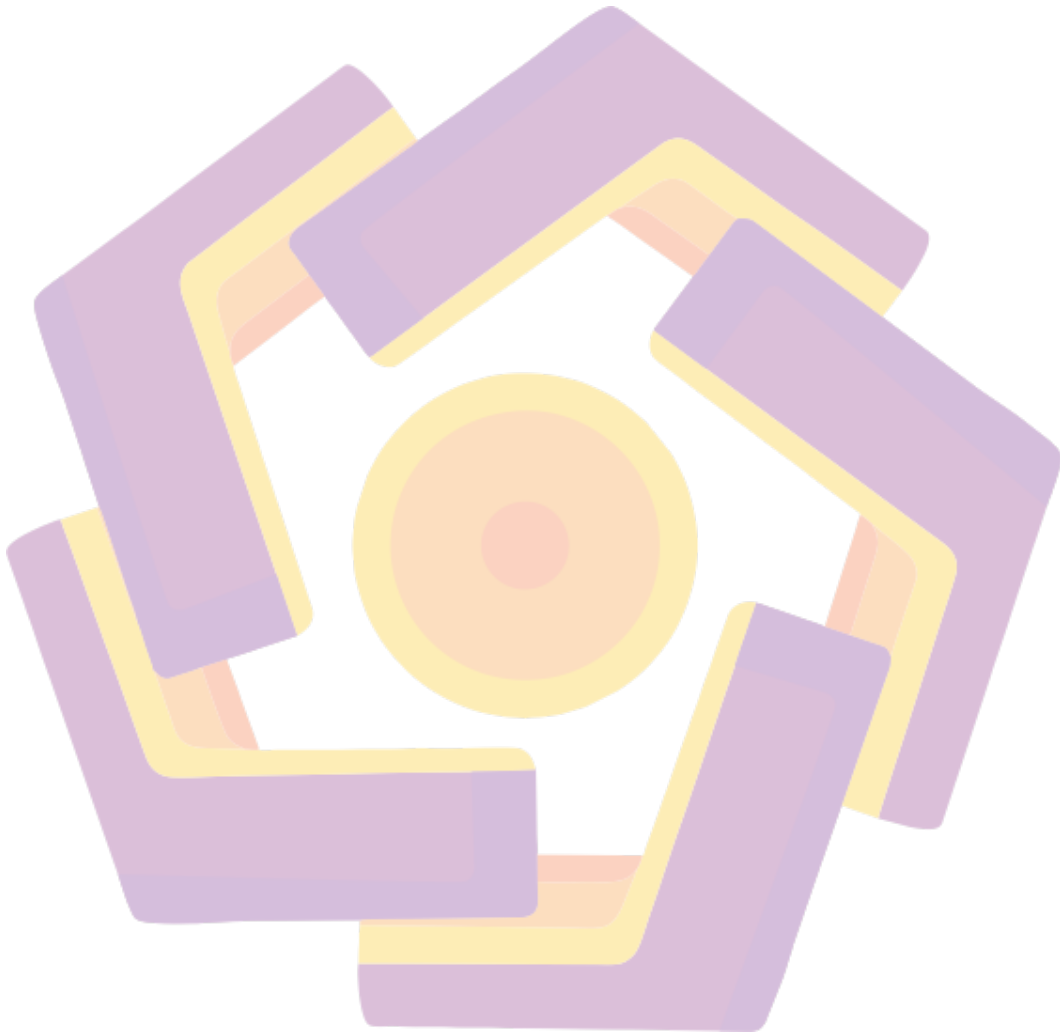
Biaggi Karendra

NIM 20.96.2102

## MOTTO

*“Hidup hanya sekali lakukan yang terbaik darimu!”*

(Seringai – Akselerasi Maksimum)



## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Sang Maha Segalanya, atas seluruh rahmat serta hidayahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli di Sunny Coffee & Co” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi sebuah syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

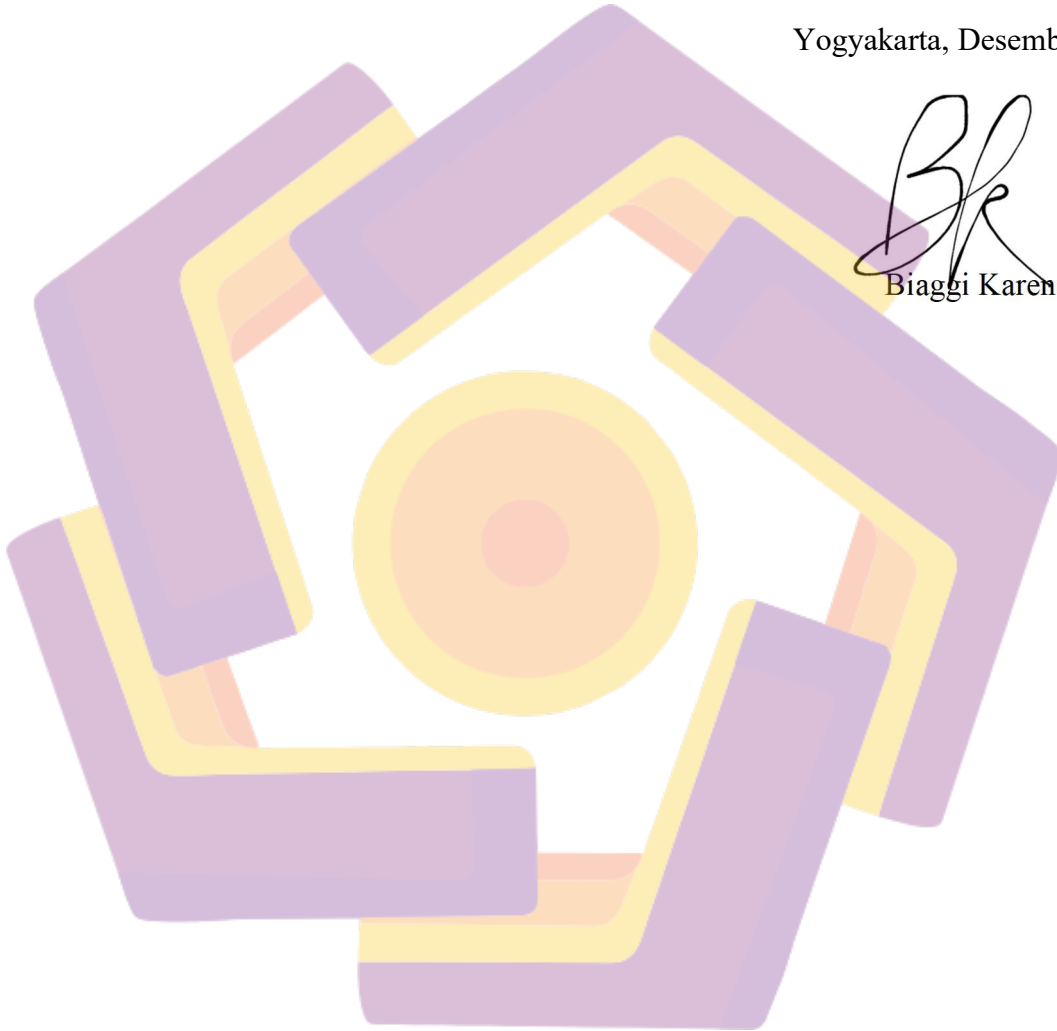
Dalam menyelesaikan studi serta penulisan penelitian skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terimakasih yang tidak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Yulinda Erlistyarini, M.Med.Kom, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan untuk memberikan arahan, kritik dan saran dalam proses penulisan penelitian ini.
4. Arlenda Putra Iskandar, Selaku narasumber serta subjek penelitian yang telah banyak meluangkan waktu untuk mendukung penelitian ini serta memberikan banyak sekali wawasan baru mengenai pentingnya komunikasi dan pelayanan dalam melakukan bisnis.
5. Kedua Orang Tua saya yang selalu setia mendukung saya dalam menjalani perkuliahan dari awal hingga akhir.
6. Seluruh teman-teman saya yang memberikan semangat dan dukungan atas penyusunan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis memohon kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang. semoga dengan adanya skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya untuk penulis tetapi juga untuk semua pihak sehingga dapat memberi wawasan baru.

Yogyakarta, Desember 2023

  
Biaggi Karendra





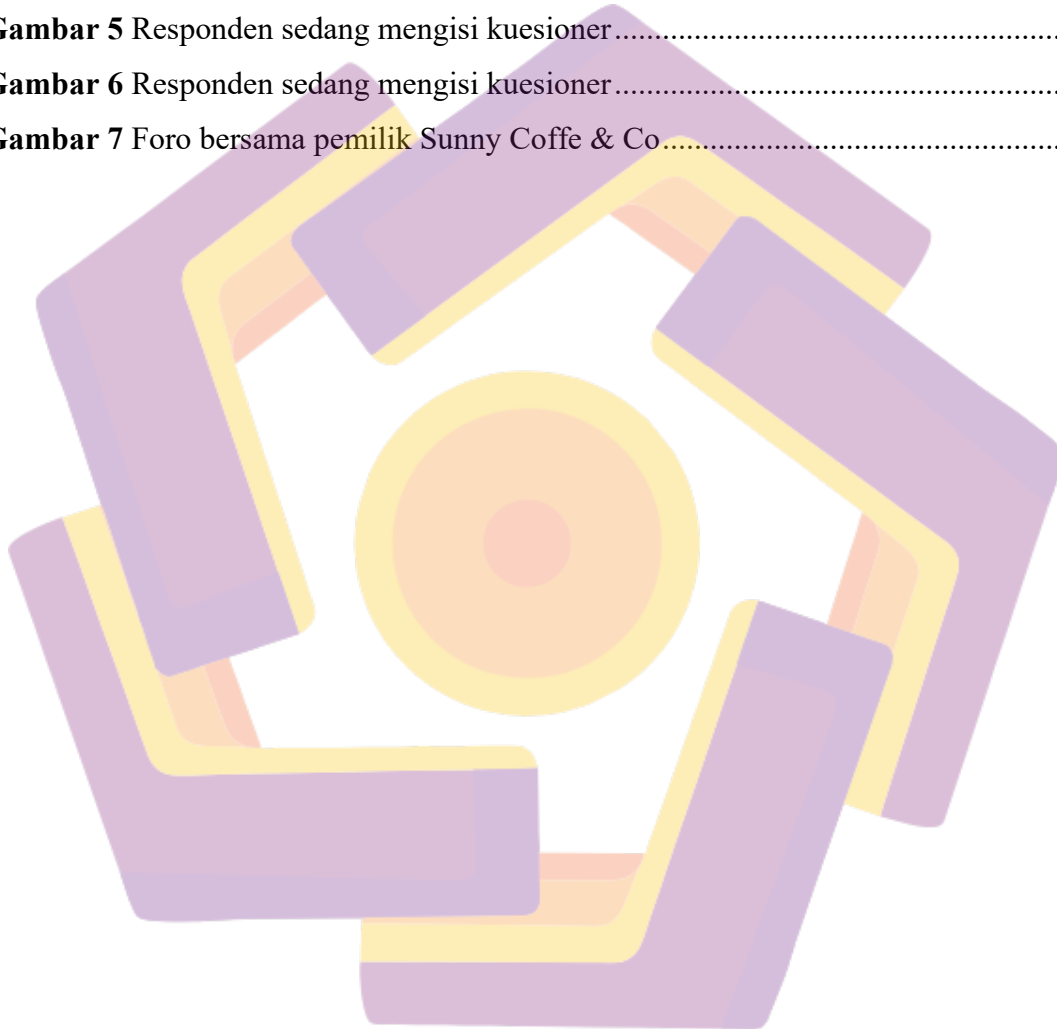
## DAFTAR ISI

|  |             |
|--|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                   | <b>ii</b>   |
| <b>PERSETUJUAN .....</b>                                     | <b>iii</b>  |
| <b>PENGESAHAN.....</b>                                       | <b>iv</b>   |
| <b>PERYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>                      | <b>v</b>    |
| <b>MOTTO .....</b>   | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                    | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                    | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                  | <b>xiii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>   | <b>xiv</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>   | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang .....                                     | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                    | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                   | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                  | 6           |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis .....                                 | 7           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....                                   | 7           |
| 1.5 Sistematika Pembahasan .....                             | 8           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                         | <b>9</b>    |
| 2.1 Landasan Teori .....                                     | 9           |
| 2.1.1 Minat Beli .....                                       | 9           |
| 2.1.2 Komunikasi Interpersonal .....                         | 11          |
| 2.1.2.1 Prinsip-prinsip dalam Komunikasi Interpersonal ..... | 12          |
| 2.1.2.2 Komunikasi Interpersonal yang Efektif.....           | 15          |
| 2.1.3 Pelayanan.....   | 17          |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                               | 18          |
| 2.3 Kerangka Berpikir.....                                   | 26          |

|   |              |
|---|--------------|
| 2.4 Hipotesis.....                                    | 27           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                 | <b>28</b>    |
| 3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....              | 28           |
| 3.2 Metode Pengambilan Sampel.....                    | 28           |
| 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 29           |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data.....                        | 33           |
| 3.4 Metode Pengambilan Data.....                      | 33           |
| 3.5 Uji Coba Instrumen.....                           | 34           |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                         | 37           |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>    | <b>41</b>    |
| 4.1 Hasil Penelitian.....                             | 41           |
| 4.1.1 Gambaran Umum Sunny Coffee & Co.....            | 41           |
| 4.1.2 Identitas Konsumen.....                         | 42           |
| 4.1.3 Analisis Deskriptif.....                        | 45           |
| 4.1.4 Uji Prasyarat Analisis.....                     | 52           |
| 4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....           | 54           |
| 4.2 Pembahasan.....                                   | 57           |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                | <b>61</b>    |
| 5.1 Kesimpulan.....                                   | 61           |
| 5.2 Saran.....  | 61           |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                            | <b>63</b>    |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                  | <b>.....</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| <b>Gambar 1</b> Tingkat Konsumsi Kopi Indonesia.....       | 2  |
| <b>Gambar 2</b> Bagan Kerangka Berpikir.....               | 27 |
| <b>Gambar 3</b> Foto tampak depan Sunny Coffe & Co .....   | 14 |
| <b>Gambar 4</b> Foto tampak samping Sunny Coffe & Co ..... |    |
| <b>Gambar 5</b> Responden sedang mengisi kuesioner.....    |    |
| <b>Gambar 6</b> Responden sedang mengisi kuesioner.....    |    |
| <b>Gambar 7</b> Foro bersama pemilik Sunny Coffe & Co..... |    |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| <b>Table 1</b> Penelitian Terdahulu .....                                  | 19 |
| <b>Table 2</b> Variabel, Dimensi, Indikator dan Pengukuran.....            | 31 |
| <b>Table 3</b> Uji Validitas .....   | 35 |
| <b>Table 4</b> Uji Reliabilitas .....                                      | 36 |
| <b>Table 5</b> Menu Sunny Coffee & Co .....                                | 42 |
| <b>Table 6</b> Jenis kelamin konsumen .....                                | 43 |
| <b>Table 7</b> Usia konsumen.....  | 44 |
| <b>Table 8</b> Pekerjaan konsumen .....                                    | 44 |
| <b>Table 9</b> Frekuensi pembelian konsumen.....                           | 45 |
| <b>Table 10</b> Tingkatan Kategori Variabel Komunikasi Interpersonal ..... | 46 |
| <b>Table 11</b> Analisis Deskriptif Variabel Komunikasi Interpersonal..... | 47 |
| <b>Table 12</b> Tingkatan Kategori Variabel Pelayanan .....                | 48 |
| <b>Table 13</b> Analisis Deskriptif Variabel Pelayanan .....               | 49 |
| <b>Table 14</b> Tingkatan Kategori Variabel Minat Beli .....               | 50 |
| <b>Table 15</b> Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli .....              | 51 |
| <b>Table 16</b> Hasil Uji Normalitas .....                                 | 52 |
| <b>Table 17</b> Hasil Uji Multikolinieritas .....                          | 53 |
| <b>Table 18</b> Hasil Uji Heteroskedisitas.....                            | 54 |
| <b>Table 19</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                | 54 |
| <b>Table 20</b> Tabel Hasil Koefisien Determinasi .....                    | 55 |
| <b>Table 21</b> Hasil Analisis Uji F.....                                  | 56 |
| <b>Table 22</b> Hasil Analisis Uji t.....                                  | 57 |

## DAFTAR LAMPIRAN

**Lampiran 1** Kuesioner Penelitian

**Lampiran 2** Data Responden

**Lampiran 3** Tabulasi Data Kuesioner

**Lampiran 4** Tabulasi Data Kuesioner Variabel Pelayanan

**Lampiran 5** Tabulasi Data Kuesioner Variabel Minat Beli

**Lampiran 6** Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

**Lampiran 7** Hasil Uji Asumsi Klasik

**Lampiran 8** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Lampiran 9** Dokumentasi Kegiatan

**Lampiran 10** Surat Izin Penelitian

**Lampiran 11** Balasan Surat Izin Penelitian

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) memberikan deskripsi tentang komunikasi interpersonal, pelayanan, dan minat beli, (2) mengevaluasi dampak komunikasi interpersonal dan pelayanan terhadap minat beli di Sunny Coffee & Co. Metode yang dipilih adalah penelitian kuantitatif dengan studi kasus sebagai pendekatannya. Pengambilan sampel responden menggunakan metode nonprobability sampling dengan teknik accidental sampling dengan jumlah sebanyak 80 responden. Sumber data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Temuan menunjukkan (1) Pelayanan dan minat beli konsumen memiliki penilaian kategori sangat tinggi, sementara komunikasi interpersonal termasuk dalam kategori cukup (2) Variabel kualitas produk dan pelayanan berdampak terhadap minat beli di Sunny Coffee & Co.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Pelayanan, Minat Beli, Kedai Kopi, Sunny Coffee & Co



## ***ABSTRACT***

*This research aims to (1) describe interpersonal communication, service, and purchasing interest, (2) assess the impact of interpersonal communication and service on purchasing interest at Sunny Coffee & Co. The method chosen is quantitative research with a case study approach. Respondent sampling utilized nonprobability sampling with accidental sampling technique, involving a total of 80 respondents. Data sources encompassed both primary and secondary data. Data collection methods included interviews, questionnaires, and documentation. Data analysis was conducted using descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Findings revealed (1) Consumer service and purchasing interest were rated as highly significant, while interpersonal communication fell into the high category. (2) The variables of product quality and service influenced purchasing interest at Sunny Coffee & Co.*

*Keywords: Interpersonal Communication, Service, Purchase Interest, Coffee Shop, Sunny Coffee & Co.*

