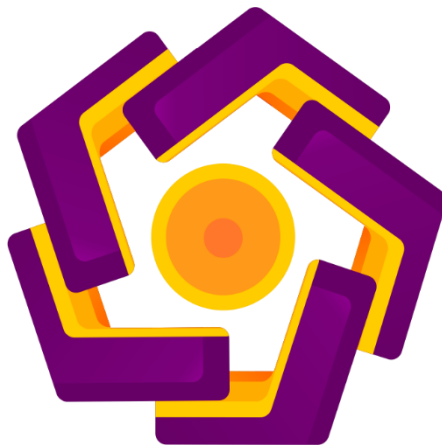


**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
PERCETAKAN BARMANJAYA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Bintang Riadushafan

22.96.2969

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
PERCETAKAN BARMANJAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Sosial
Universitas Amikom Yogyakarta



Disusun oleh:

Bintang Riadushafan

22.96.2969

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI & SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PERCETAKAN BARMANJAYA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bintang Riadushafan
22.96.2969



telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 2 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



Kadek Kiki Astria S.I.Kom., M.A.
NIK. 90302521

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI PERCETAKAN BARMANJAYA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Bintang Riadushafan
22.96.2969

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 2 juni 2026

Nama Penguji

Yulinda Erlistyarini S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIK. 1903024

Wajar Bimantoro Suminto, S.Sn, M.Des
NIK. 190304506

Kadek kiki astria S.I.Kom., M.A.
NIK. 90302521

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
pada 2 juni 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah 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, 18 Mei 2026



Bintang Riadushafan

22.96.2969

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, nikmat, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih yang mendalam, karya ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti dalam setiap langkah kehidupan penulis, sehingga penulis dapat menjadi sarjana pertama yang ada dalam keluarga.
2. Keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan dukungan moral kepada penulis.
3. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang berharga selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan dengan baik.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga selama masa perkuliahan, sehingga penulis memiliki bekal yang cukup dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada manajemen dan seluruh karyawan Percetakan Barmanjaya Group, terutama Bapak Maman dan Ibu Baryati selaku pemilik, yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta ilmu yang bermanfaat kepada penulis dalam proses pengumpulan data dan pelaksanaan penelitian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta, yang telah memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Secara khusus, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-

teman Savatra Creative yang telah menemani dan mendukung penulis dalam berproses sejak awal perkuliahan hingga tahap akhir.

7. Teman-teman Scentaura, Kiko, Fachrur, Mirza, dan Uyab, yang telah memberikan kebersamaan serta pengalaman berharga dalam berwirausaha selama masa perkuliahan pada semester 6, khususnya dalam Program Wirausaha Merdeka (WMK) Universitas AMIKOM Yogyakarta.
8. Seluruh mentor praktisi bisnis HIPMI Jogja dalam Program Wirausaha Merdeka (WMK), khususnya Mas Robi Sepriananda, yang telah memberikan ilmu serta wawasan yang luas mengenai dunia usaha kepada penulis selama mengikuti program tersebut.
9. Penulis mengucapkan terima kasih kepada sahabat-sahabat penulis, khususnya Bung Yusam dan Rakha, serta seluruh teman-teman Paguyuban Ngopi, yang telah menemani penulis sejak masa SMA serta senantiasa memberikan kebersamaan, dukungan, dan semangat hingga masa perkuliahan.
10. Penulis mengucapkan terima kasih kepada emiten yang terafiliasi dengan Bapak Prajogo Pangestu, Bakrie, dan Hapsoro, serta kepada Henan Putihrai Sekuritas, Ciptadana Sekuritas, BNI Sekuritas, Samuel Sekuritas, dan Trimegah Sekuritas, yang secara tidak langsung telah memberikan pengalaman berharga serta manfaat finansial bagi penulis melalui aktivitas di pasar modal selama masa perkuliahan.

MOTTO

إِنْ يَنْصُرْكُمُ اللَّهُ فَلَا غَالِبَ لَكُمْ

“Jika Allah menolong kamu, maka tidak ada yang dapat mengalahkan kamu.”

(QS. Ali Imran: 160)

“Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan berikutnya tanpa kehilangan semangat”

(Winston Churchill)



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Percetakan Barmanjaya" ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Kadek Kiki Astria, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji, memberikan masukan, serta saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga selama masa perkuliahan, sehingga penulis memiliki bekal yang cukup dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Kedua orang tua dan seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa yang tiada henti, dukungan, semangat, serta kasih sayang yang menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan hingga skripsi ini
5. Pimpinan dan seluruh karyawan Percetakan Barmanjaya yang telah memberikan izin dan kemudahan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian, serta para pelanggan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya bagi perkembangan ilmu komunikasi serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan referensi terkait komunikasi interpersonal dan kepuasan pelanggan.

Yogyakarta, 18 Mei 2026

Penulis,



Bintang Riadushafan

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Bab	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Komunikasi Interpersonal	12
2.2.2 Kepuasan Pelanggan	15
2.3 OPERASIONALISASI KONSEP	17
2.4 Hipotesa Penelitian	21
2.5 Kerangka Berpikir.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Pendekatan Penelitian	24
3.3 Jenis Penelitian.....	26

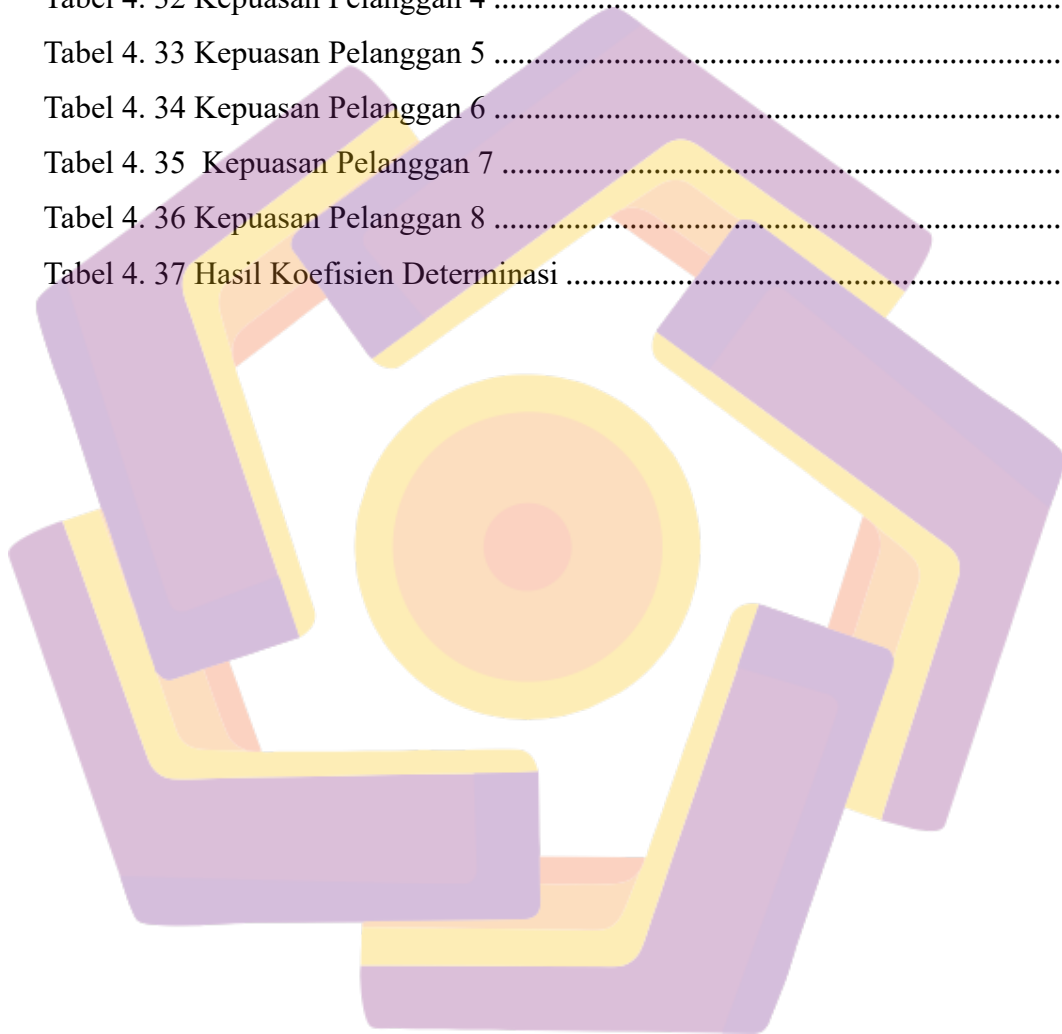
3.4	Metode Penelitian	26
3.5	Populasi & Sample.....	27
3.5.1	Populasi.....	27
3.5.2	Sampel.....	28
3.6	Teknik Pengambilan Data & Teknik Sampling.....	29
3.6.1	Jenis Data	29
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	30
3.6.3	Teknik Sampling	32
3.7	Waktu & Lokasi Penelitian	33
3.8	Skala Pengukuran Variabel	33
3.9	Teknik Analisis Data	34
3.9.1	Uji Validitas & Reliabilitas	34
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.9.3	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.9.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	37
3.9.5	Uji t	37
3.9.6	Koefisien Determinasi R^2	38
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian	39
4.1.1	Profil Perusahaan	39
4.1.2	Sejarah Perusahaan.....	39
4.1.3	Visi & Misi.....	40
4.1.4	Produk & Layanan Jasa.....	41
4.2	Identitas Responden	42
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.3	Hasil Uji Validitas & Reliabilitass Penelitian	45
4.3.1	Uji Validitas.....	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1	Uji Linieritas	48
4.4.2	Uji Heteroskedastisitas.....	49
4.5	Analisis Statistik Deskriptif	49
4.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	51
4.7	Uji t (Hipotesis).....	52
4.8	Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.9	Hasil Deskripsi Variabel Komunikasi Interpersonal	54
4.10	Hasil Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan	70
4.11	Pembahasan.....	78
BAB V PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA		85
LAMPIRAN.....		89

DAFTAR TABEL

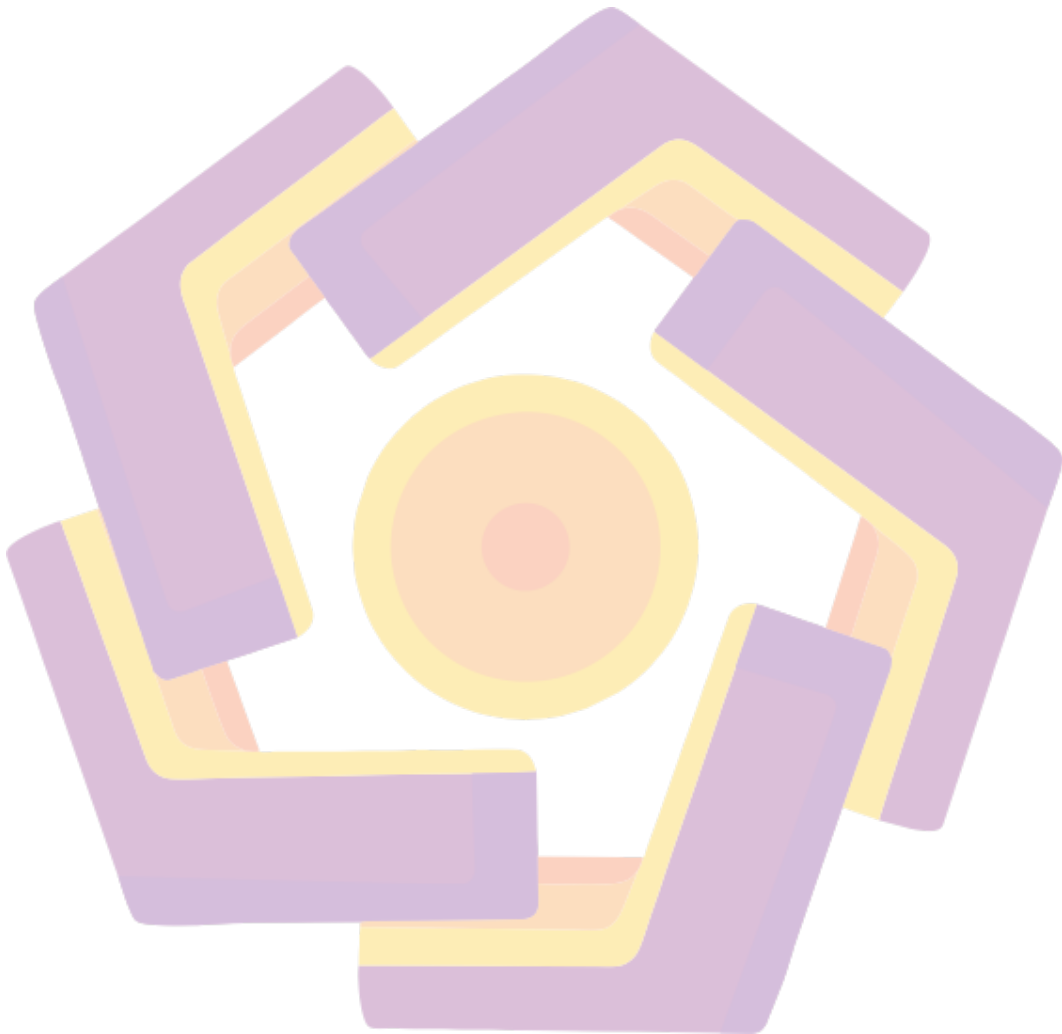
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 2 Operasionalisasi Konsep	17
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran Variabel.....	33
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	44
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas	46
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Linearitas	48
Tabel 4. 7 Hasil Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	50
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	51
Tabel 4. 10 Uji t (Hipotesis).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 12 Komunikasi Interpersonal 1	54
Tabel 4. 13 Komunikasi Interpersonal 2	55
Tabel 4. 14 Komunikasi Interpersonal 3	56
Tabel 4. 15 Komunikasi Interpersonal 4	57
Tabel 4. 16 Komunikasi Interpersonal 5	58
Tabel 4. 17 Komunikasi Interpersonal 6	59
Tabel 4. 18 Komunikasi Interpersonal 7	60
Tabel 4. 19 Komunikasi Interpersonal 8	61
Tabel 4. 20 Komunikasi Interpersonal 9	62
Tabel 4. 21 Komunikasi Interpersonal 10	63
Tabel 4. 22 Komunikasi Interpersonal 11	64
Tabel 4. 23 Komunikasi Interpersonal 12	65
Tabel 4. 24 Komunikasi Interpersonal 13	66
Tabel 4. 25 Komunikasi Interpersonal 14	67
Tabel 4. 26 Komunikasi Interpersonal 15	68

Tabel 4. 27 Komunikasi Interpersonal 16	69
Tabel 4. 28 Komunikasi Interpersonal 17	70
Tabel 4. 29 Kepuasan Pelanggan 1	71
Tabel 4. 30 Kepuasan Pelanggan 2	72
Tabel 4. 31 Kepuasan Pelanggan 3	73
Tabel 4. 32 Kepuasan Pelanggan 4	74
Tabel 4. 33 Kepuasan Pelanggan 5	75
Tabel 4. 34 Kepuasan Pelanggan 6	76
Tabel 4. 35 Kepuasan Pelanggan 7	77
Tabel 4. 36 Kepuasan Pelanggan 8	78
Tabel 4. 37 Hasil Koefisien Determinasi	80



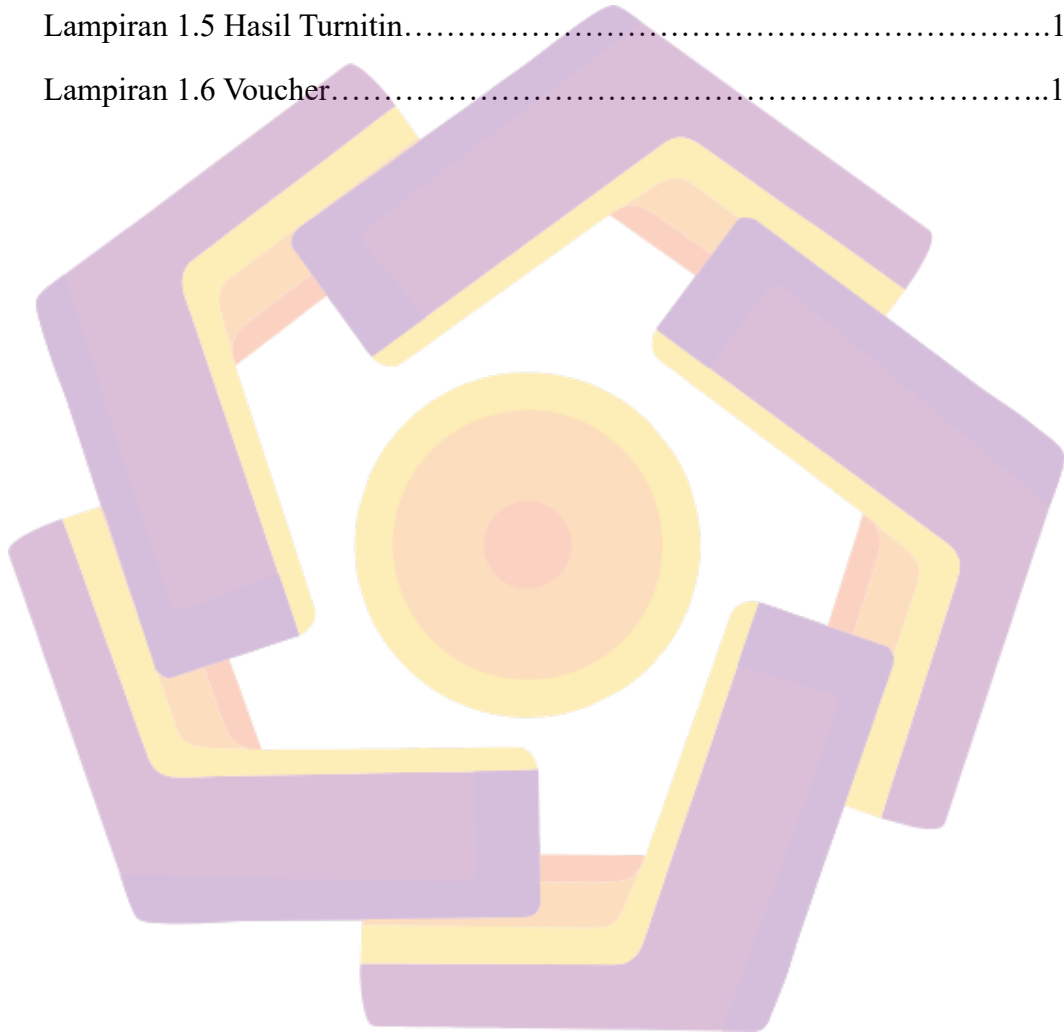
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ulasan Kepuasan Pelanggan di Google Maps	4
Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan.....	5



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Tanpa Izin Penelitian.....	89
Lampiran 1. 2 Tabulasi Data Mentah	90
Lampiran 1. 3 Hasil Olah Data	97
Lampiran 1. 4 Google Form.....	100
Lampiran 1.5 Hasil Turnitin.....	112
Lampiran 1.6 Voucher.....	113



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada Percetakan Barmanjaya di Kabupaten Sleman. Dalam konteks pelayanan jasa, interaksi antara karyawan dan pelanggan merupakan bagian penting dari proses penyampaian layanan yang dapat membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Komunikasi interpersonal yang efektif, sebagaimana dikemukakan oleh Joseph A. DeVito, mencakup aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan yang dapat menciptakan hubungan komunikasi yang harmonis antara karyawan dan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausalitas. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarkan kepada minimal 100 responden yang merupakan pelanggan Percetakan Barmanjaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah komunikasi interpersonal karyawan yang diukur berdasarkan indikator keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Sementara itu, variabel dependen adalah kepuasan pelanggan yang diukur berdasarkan evaluasi pelanggan terhadap kinerja layanan dibandingkan dengan harapan, sebagaimana dikemukakan oleh Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. Hasil penelitian diharapkan menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi manajemen Percetakan Barmanjaya dalam meningkatkan kualitas interaksi pelayanan melalui penyusunan standar operasional prosedur komunikasi yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal; Kepuasan Pelanggan; Pelayanan Jasa; Percetakan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of employee interpersonal communication on customer satisfaction at Barmanjaya Printing in Sleman Regency. In the context of service delivery, interactions between employees and customers play a crucial role in shaping customers' perceptions of the quality of service received. Effective interpersonal communication, as proposed by Joseph A. DeVito, includes aspects such as openness, empathy, supportiveness, positiveness, and equality, which contribute to establishing harmonious communication between employees and customers. This research employs a quantitative approach with a causal research design. Data were collected through structured questionnaires distributed to a minimum of 100 respondents who are customers of Barmanjaya Printing. The independent variable in this study is employee interpersonal communication, measured using indicators of openness, empathy, supportiveness, positiveness, and equality. Meanwhile, the dependent variable is customer satisfaction, measured based on customers' evaluation of service performance in comparison with their expectations, as proposed by Philip Kotler and Kevin Lane Keller. The results of this study are expected to show that employee interpersonal communication has a positive and significant effect on customer satisfaction. The findings are expected to provide practical implications for the management of Barmanjaya Printing in improving the quality of service interactions through the development of more effective communication standard operating procedures in order to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *Interpersonal Communication; Customer Satisfaction; Service; Printing*