

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO PUTRA HARAPAN PEKANBARU

Firmansyah, dan Fery Wongso
STMIK Dharmapala Riau

Email : firmansyahmuhammadrizal86@gmail.com dan
fery.wongso@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dihasilkan yaitu untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru. untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru, dan untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Toko Putra Harapan Pekanbaru yang datang untuk melakukan memutuskan pembelian, dengan jumlah populasi besaran angka tidak dapat diketahui maka jumlah sampel penelitian didapatkan sebanyak 96 orang responden. Hasil penelitian ini yaitu komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru

Kata kunci: *Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas.*

Abstract

The purpose of the resulting research is to be able to find out how far the influence of interpersonal communication has on customer satisfaction at the Putra Harapan Pekanbaru Store. to be able to find out how far the influence of service quality on customer satisfaction at Putra Harapan Pekanbaru Store, and to be able to find out how far the influence of customer satisfaction on customer loyalty at Putra Harapan Pekanbaru Store. The population of this study were visitors to the Putra Harapan Pekanbaru Store who came to decide on a purchase, with a population size unknown, the number of research samples was obtained by 96 respondents. The results of this study are that interpersonal communication has an effect on customer satisfaction at the Harapan Baru Store Pekanbaru, service quality has an effect on customer satisfaction at the Harapan Baru Store Pekanbaru, interpersonal communication and service quality has an effect on customer satisfaction on the Harapan Baru Store Pekanbaru, and customer satisfaction has an effect on customer loyalty at the Putra Harapan Pekanbaru.

Keywords: *Interpersonal Communication, Service Quality, Satisfaction and Loyalty*

1. PENDAHULUAN

Pembahasan mengenai Era Globalisasi pada saat sekarang ini dalam ruang lingkup pekerjaan merupakan faktor yang sangat terpenting. Persaingan ketat di setiap bidang pekerjaan, membuat mereka yang terlibat dapat memberikan terbaik kepada orang lain, terutama dalam hal pelayanan. Sebagai perusahaan dagang yang bergerak memiliki komitmen dalam hal menyediakan pelanggan dengan layanan yang memuaskan. Toko Harapan Pekanbaru salah satu Toko yang

menjual berbagai jenis barang hal itu membuat Toko Harapan Pekanbaru harus dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Menurut Gasperz (2010) mengatahkan bahwa 95% konsumen yang tidak puas terhadap pelayanan diri suatu produk atau jasa tidak akan pernah menyampaikan keluhannya kepada produsen dan 90% dari konsumen yang tidak puas tersebut tidak akan lagi menggunakan jasa tersebut. Untuk dapat memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan dapat digunakan berbagai cara salah satu nya seperti komunikasi yang baik dan sistem pelayanan yang diberikan harus maksimal. Komunikasi interpersonal yang terjadi pada Toko Harapan Pekanbaru dapat terjadi apabila pemilik usaha melakukan komunikasi dua arah antara pembeli barang dengan pemilik Toko, seperti menanyakan barang yang dibeli atau atau tidak dengan memberikan atau melaksanakan komunikasi tersebut maka dapat memberikan rasa kepuasan bagi pembeli tersebut, akan tetapi faktor tidak hanya pada komunikasi saja, akan tetapi faktor yang terjadi yang pelayanan yang diberikan pemilik Toko dengan pelayanan yang baik juga akan memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan, akan tetapi dalam hal pelaksanaanya rasa kepuasan tidak hanya itu saja akan tetapi dari hasil kepuasan akan memberikan rasa loyalitas kepada pelanggan untuk data berulang kali setelah pembelian terjadi

Maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu sejauhmana pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru ?, sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru?, dan sejauhmana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru ?.

Setelah dirumuskan penelitian tersebut maka dapat di rumuskan, tujuan dari penelitian yang dihasilkan yaitu untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru. untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru, dan untuk dapat mengetahui sejauhmana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Putra Harapan Pekanbaru.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dalam penelitian ini yaitu terdiri dari Langkah-langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh seorang peneliti untuk tujuan mengumpulkan informasi atau data dan melakukan penyelidikan terhadap data yang diperoleh. Metodologi penelitian memberikan gambaran tentang rancangan penelitian yang meliputi: prosedur dan langkah-langkah yang harus ditempuh, lama penelitian, sumber data, dan langkah-langkah yang ditempuh untuk memperoleh data, kemudian diolah dan dianalisis, berikut ini langkah-langkah yang peneliti pergunakan pada penelitian ini :

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah objek/subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik, terserah oleh peneliti untuk dapat memutuskan untuk melakukan penelitian dan kemudian menariknya kembali kesimpulan peneliti kembali. Menurut Hendryadi (2019) ada terdapat dua jenis Populasi yaitu populasi Terbatas dan Populasi Tak Terbatas.

- a. Populasi Terbatas (Finite Population) adalah populasi yang dapat dihitung jumlahnya. Namun, terkadang populasi terbatas sangat besar, sehingga dapat diperlakukan sebagai populasi tak terbatas untuk kesimpulan statistik (generalisasi).
- b. Populasi Tak Terbatas adalah populasi yang tidak memungkinkan peneliti menghitung jumlah populasi secara keseluruhan. Populasi seperti ini disebut tak terbatas atau tak terhingga.

Yang menjadi target populasi pada penelitian ini yaitu pengunjung yang data ke Toko Harapan Baru Pekanbaru yang telah datang melakukan pembelian dan telah melakukan pembelian barang kembali. Dalam penentuan rumus sampel dapat mempergunakan rumus di bawah ini yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Sehingga sampel penelitian didapatkan menjadi 96 orang sampel yang menjadi responden pada penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti pergunakan peneliti terbagi atas 3 (bagian) yaitu kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi.

a. Kuesioner

Kuesioner atau pertanyaan atau pernyataan yang disebarkan kepada responden yang menjadi sampel penelitian ini yang disebarkan kepada 96 responden penelitian.

b. Wawancara

Wawancara berguna untuk dapat mengetahui permasalahan yang ada di dalam penelitian ini seperti permasalahan atau fenomena yang ada .

c. Studi Dokumentansi

Dokumentasi yang peneliti pergunakan yaitu dokumentasi yang bersifat sebagai data primer maupun data sekunder. Data primer data yang berasal dari internal perusahaan yang menjadi objek penelitian dan data sekunder merupakan data yang berasal luar seperti literatur maupun data yang bersifat publikasi yang dengan mudah di dapatkan peneliti.

3. Jenis Data

Jenis data yang peneliti pergunakan terdiri dari jenis data yang bersumber yaitu :

a. Jenis Data Primer

Data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sumber data primer adalah responden individu, kelompok fokus, internet juga dapat menjadi sumber data primer jika koesioner disebarkan melalui internet (Sekaran, 2011).

b. Jenis Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, internet dan seterusnya (Sekaran, 2011).

4. Analisis Data

Analisis data yang peneliti gunakan terdiri dari dua jenis analisis data pertama mempergunakan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh bebas terhadap variabel terikat yang variabel bebas nya lebih dari satu, sedangkan analisis data penelitian penelitian yang lain dengan regresi sederhana yaitu pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan yang di jadikan pada regresi berganda yaitu :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Y = Nilai Prediksi dari Y (Variabel Terikat)

a = Bilangan Konstanta

b₁, b₂ = Koefisien variabel bebas

X₁, X₂ = Variabel bebas (Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Pelanggan)

Pada analisis data berikutnya peneliti menggunakan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang analisisnya dengan menggunakan analisis regresi sederhana dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX + e$$

- Y = Nilai Prediksi dari Y (Variabel Terikat)
a = Bilangan Konstanta
b = Koefisien variabel bebas
X = Variabel bebas (kepuasan pelanggan)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini membahas mengenai hasil dari rumusan masalah yang diuji dengan statistika, pengujian tersebut dapat dilaksanakan menggunakan analisis data penelitian yaitu dengan menggunakan dua metode yaitu metode regresi berganda (komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan), dan yang kedua menggunakan regresi sederhana (kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan), berikut ini hasil dari penelitian ini :

1. Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda ini, syarat wajib yang dipenuhi yaitu harus dapat melalui uji asumsi klasik, uji asumsi klasik pada model regresi berganda pada umumnya yaitu menggunakan uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji multikolinieritas, berikut ini gambaran dari hasil uji asumsi klasik penelitian :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas sangat berguna untuk mengetahui apakah suatu data dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak, pengambilan keputusan yang peneliti gunakan yaitu menggunakan K-S (Kolmogrov-Smirnov), berikut ini hasil dari uji normalitas :

Tabel 1
Kolmogrov – Smirnov Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74918603
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.101
	Negative	-.132
Kolmogorov-Smirnov Z		1.291
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data Diolah

Dari Tabel 1, dapat diketahui signifikansi berada diatas 0,05 atau diatas 5% maka dihasilkan yaitu data berdistribusi normal dan lolos uji asumsi klasik pada normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastitas memiliki salah satu tujuan yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berikut ini hasil dari uji heterokedastisitas :

Tabel 2
Rank-Spearman Pengaruh Komunikasi Interpersonal
dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Komunikasi Interpersonal	Correlation Coefficient	.067
		Sig. (2-tailed)	.515
		N	96
	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	-.029
		Sig. (2-tailed)	.780
		N	96
	Kepuasan Pelanggan	Correlation Coefficient	.141
		Sig. (2-tailed)	.171
		N	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	96

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

Sumber : Data Diolah

Dari Tabel 2, dapat diketahui signifikansi berada diatas 0,05 atau diatas 5% maka dihasilkan yaitu data tidak terkena masalah heterokedastisitas, maka dapat dinyatakan terbebas dari masalah heterokedastisitas pada penelitian ini.

c. Uji Multikolinieritas

multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Berikut ini hasil dari multikolinieritas :

Tabel 3
Multikolinieritas Pengaruh Komunikasi Interpersonal
dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Komunikasi Interpersonal	.149	9.315
	Kualitas Pelayanan	.149	9.315

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah

Dari Tabel 3, dapat diketahui nilai dari *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF dibawah 10 maka dapat dinyatakan terbebas dari masalah multikolinieritas pada penelitian ini. Pada metode analisis regresi berganda, untuk dapat menguji atau untuk dapat mengetahui Pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, dengan menggunakan uji t dan uji simultan dalam menjawab penelitian, berikut ini hasil dari uji t dan uji f yaitu :

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau sering disebut juga uji parsial yakni untuk menguji pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru yang dilaksanakan secara sendiri – sendiri, yaitu dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka secara parsial komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka secara parsial komunikasi interpersonal tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut ini hasil dari penelitian ini :

Tabel 3
Uji Parsial Pada Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.853	.795		-3.590	.001
Komunikasi Interpersonal	.810	.103	.520	7.879	.000
Kualitas Pelayanan	.736	.102	.476	7.219	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah

Dari hasil Tabel 3 yaitu :

- a) Didapatkan nilai t_{hitung} pada komunikasi interpersonal yaitu 7.879 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.879 > 1.290430$), maka dapat dinyatakan peneliti komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini menandakan juga apabila komunikasi interpersonal semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
 - b) Didapatkan nilai t_{hitung} pada kualitas pelayanan yaitu 7.219 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.219 > 1.290430$), maka dapat dinyatakan peneliti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini menandakan juga apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
- b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau sering disebut juga uji simultan yakni untuk menguji pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama –sama pada Toko Harapan Baru Pekanbaru yang, yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} yaitu pengambilan keputusan sebagai berikut :

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara bersama-sama komunikasi interpersonal tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berikut ini hasil dari penelitian ini :

Tabel 4
Uji Simultan Pada Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2622.168	2	1311.084	22.8700	.000 ^a
Residual	53.322	93	.573		
Total	2675.490	95			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Komunikasi Interpersonal

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data Diolah

Dari hasil Tabel 4, yaitu didapatkan nilai F_{hitung} pada komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan yaitu 22.8700 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22.8700 > 3.09$), maka dapat dinyatakan peneliti komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini menandakan juga apabila komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.

2. Regresi Linier Sederhana

Pada metode analisis regresi sederhana, untuk dapat menguji atau untuk dapat mengetahui Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, berikut ini hasil dari penelitian ini :

Tabel 5
Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.589	2.279		5.525	.000
Kepuasan Pelanggan	.955	.045	.910	21.255	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber : Data Diolah

Didapatkan nilai t_{hitung} pada kepuasan pelanggan yaitu 21.255 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, maka dapat dinyatakan peneliti kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru.

Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini yaitu :

a. Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan didapatkan t_{hitung} pada komunikasi interpersonal yaitu 7.879 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.879 > 1.290430$), maka dapat dinyatakan peneliti komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini menandakan juga apabila komunikasi interpersonal semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh Weningtyas (2012), Perdana dkk (2014) dengan hasil penelitian komunikasi interpersonal memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh pendapat Satria (2018) yaitu komunikasi interpersonal membangun sebuah komunikasi yang interaktif karena prosesnya terjadi secara dialogis sehingga menunjukkan adanya interaksi. Komunikasi secara dialogis selalu lebih baik dari pada secara monologis, karena dialogis memungkinkan komunikator dan komunikan untuk saling bergantian menjadi pembicara dan pendengar. Dua aktor komunikasi berperan ganda secara bergantian untuk menjadi pembicara dan pendengar. Proses komunikasi dialogis akan menghasilkan pengertian bersama dan empati. Namun berbeda dengan monologis, dimana yang aktif hanya komunikatornya saja sedangkan komunikannya bersikap pasif.

b. Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didapatkan nilai t_{hitung} pada kualitas pelayanan yaitu 7.219 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7.219 > 1.290430$), maka dapat dinyatakan peneliti kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini menandakan juga apabila kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Ismail Taupik dan Ramayani Yusuf (2021), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sependapat dengan pendapat Ayse dalam Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) yaitu Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

c. Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari komunikasi internal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan didapatkan nilai F_{hitung} pada komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan yaitu 22.8700 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22.8700 > 3.09$), maka dapat dinyatakan peneliti komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru, hal ini

menandakan juga apabila komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilaksanakan oleh Hardiyanti (2016), Ludfiyatus (2018), Weningtyas (2012), dan Perdana Ari Anugrah Putra, Hairunnisa, dan Muhammad Fikri Aransyah (2020) hasil penelitiannya bahwa komunikasi internal dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung oleh pendapat diantaranya Satria (2018) yaitu komunikasi interpersonal membangun sebuah komunikasi yang interaktif karena prosesnya terjadi secara dialogis sehingga menunjukkan adanya interaksi. Komunikasi secara dialogis selalu lebih baik dari pada secara monologis, karena dialogis memungkinkan komunikator dan komunikan untuk saling bergantian menjadi pembicara dan pendengar. Dua aktor komunikasi berperan ganda secara bergantian untuk menjadi pembicara dan pendengar. Proses komunikasi dialogis akan menghasilkan pengertian bersama dan empati. Namun berbeda dengan monologis, dimana yang aktif hanya komunikatornya saja sedangkan komunikannya bersikap pasif, dan Hal ini sependapat dengan pendapat Ayse dalam Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) yaitu Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan bagi pelanggan agar pelanggan merasa mendapat nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan pelanggan merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan pelanggan akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya.

d. Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Hasil dari kepuasan pelanggan loyalitas pelanggan t_{hitung} pada kepuasan pelanggan yaitu 21.255 dan signifikansi sebesar 0.000. Nilai dari signifikansi tersebut lebih kecil dari 5% atau 0,05 selain itu didapatkan juga nilai koefisien yang bernilai positif, maka dapat dinyatakan peneliti kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Rohana (2020) bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil pada penelitian ini adalah :

1. Komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru.
3. Komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru.
4. Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Harapan Baru Pekanbaru

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin Muhammad dan Siti Zuhro, 2015. Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, Volume 3, Nomor 1, Juni.
- Hendryadi, 2019, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. Prenada Media Grup, Jakarta.
- Ismail Taupik dan Ramayani Yusuf, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *JIMEA (Jurnal Ilmiah MEA)*, Volume 5, Nomor 3.

-
- Perdana Ari Anugrah Putra, Hairunnisa, dan Muhammad Fikri Aransyah, 2020. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Ride Kecamatan Sambutan. *Jurnal Jurnalisme*, Volume 7, Nomor 2, Oktober.
- Rohana Tulus, 2020. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilman*, Volume 8, Nomor 1.
- Putri Novia Hardiyanti, 2016. Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Psikoborneo*, Volume 4, Nomor 2.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sholeha Ludviyatus, Sutrisno Djaja, dan Joko Widodo, 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di AHASS Sumber Jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Sosial*, Volume 12, Nomor 1.
- Sulistyawati Ni Made Arie, dan Ni Ketut Seminari, 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Volume 4, Nomor 8.
- Weningtyas Enggarayu dan Miftahun Ni'mah Suseno, 2012. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Psikologika*, Volume 17, Nomor 1.