

ABSTRAK

Persaingan ketat pada industri bisnis di era globalisasi menuntut perusahaan memiliki strategi khusus melalui komunikasi interpersonal dalam layanan karyawan garis depan. Lab Art Aromatique Yogyakarta yang termasuk dalam industri bisnis parfum berupaya untuk memenuhi tuntutan tersebut untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan di Lab Art Aromatique Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi interpersonal DeVito dengan melihat variabel kualitas komunikasi interpersonal sebagai variabel (X) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel (Y). Data diambil dengan metode kuantitatif survei melalui penyebaran kuesioner terhadap 383 responden. Data dianalisis dengan analisis rata-rata (mean), analisis korelasi, dan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan analisis terdapat temuan pengaruh positif signifikan sebesar 30,3%.

Kata kunci: bisnis parfum, kepuasan pelanggan, kualitas komunikasi interpersonal

ABSTRACT

Tight competition in the business industry in the era of globalization requires companies to have a special strategy through interpersonal communication in frontline employee services. Lab Art Aromatique Yogyakarta, which is included in the perfume business industry, strives to meet these demands to provide satisfaction to its customers. The purpose of this study is to determine and analyze the effect of interpersonal communication quality on customers' satisfaction at Lab Art Aromatique Yogyakarta. This study uses DeVito's interpersonal communication theory by viewing the variable of interpersonal communication quality as variable (X) and customer satisfaction as variable (Y). Data were collected using a quantitative survey method through the distribution of questionnaires to 383 respondents. Data were analyzed using average analysis (mean), correlation analysis, and simple linear regression analysis. Based on the analysis, there was a finding of significant positive effect of 30,3%.

Keyword: perfume business, customer satisfaction, interpersonal communication quality