



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS* BARISTA STARBUCKS
COFFEE TERHADAP KEPUASAN**

**(Kasus Terhadap Pelanggan Tetap Starbucks Coffee Pondok
Indah Mall 2 Jakarta Selatan)**

SKRIPSI

CYNTHIA MOSES

1310411050

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017



**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS* BARISTA STARBUCKS
COFFEE TERHADAP KEPUASAN
(Kasus Terhadap Pelanggan Tetap Starbucks Coffee Pondok
Indah Mall 2 Jakarta Selatan)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana**

CYNTHIA MOSES

1310411050

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Cynthia Moses

NRP : 1310411050

Tanggal : 07 Juli 2017

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 07 Juli 2017

Yang Menyatakan



(Cynthia Moses)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cynthia Moses
NRP : 1310411050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*

Demi pengembangan ilmu pendidikan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS BARISTA* STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (KASUS : STARBUCKS COFFEE PONDOK INDAH MALL 2 JAKARTA SELATAN).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 07 Juli 2016



(Cynthia Moses)

PENGESAHAN

Skripsi diajukan Oleh :

Nama : Cynthia Moses

NRP : 1310411050

Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*

Judul Skripsi : PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS BARISTA*
STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN. (KASUS STARBUCKS COFFEE
PONDOK INDAH MALL 2 JAKARTA SELATAN)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.



Dr. Kusumajanti, S.Sos, M.Si.
Ketua Penguji



Damayanti, S.Sos, M.Si.
Penguji I



Ir. Drina Intyaswati
Penguji II



Dr. Anter Venus, M.A, Comm
Dekan



Damayanti, S.Sos, M.Si.
Ketua Program Studi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 7 Juli 2017

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS* BARISTA STARBUCKS COFFEE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

CYNTHIA MOSES

Abstrak

Penelitian ini berawal dari *Barista Starbucks Coffee* yang melakukan pelayanan terhadap konsumen salah satu cara yaitu mendekati diri untuk menumbuhkan kepuasan pelanggan. *Customer relations* merupakan suatu hal yang wajib diperhatikan oleh pihak perusahaan agar mampu memberikan mutu pelayanan yang maksimal dan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh *customer relations Barista Starbucks Coffee* terhadap kepuasan pelanggan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus-Organisme-Respons (S-O-R). Pengumpulan data yang digunakan menggunakan metode survei, dengan instrumen pengumpul data berupa kuesioner. Penarikan sampel menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dan diukur dengan rumus Slovin menghasilkan sampel 79 responden. Hasil dari penelitian ini didapatkan t hitung (19,953) > t tabel (1,664) maka dapat diketahui H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer relations barista Starbucks Coffee* terhadap kepuasan pelanggan (Kasus pada Starbucks Coffee Pondok Indah Mall 2) sedangkan hasil koefisien regresi 0,505 sehingga dapat disimpulkan setiap penambahan satu kali untuk kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,505. Sehingga dapat dikatakan semakin tinggi kualitas pelayanan *barista Starbucks Coffee* maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Customer Relations, Barista, Kepuasan Pelanggan, Starbucks Coffee*

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONS* BARISTA STARBUCKS
COFFEE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
THE IMPACT OF STARBUCKS COFFEE BARISTA'S
CUSTOMER RELATIONS TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTIONS**

CYNTHIA MOSES

Abstract

This research started from Barista starbucks coffee that did consumer services with one of the way is closer to growing customer satisfaction. Customer relations is a matter that must be payed by the company in order to be able to deliver the quality of service and raises customer satisfaction towards the customer. The purpose of this research was conducted to gauge the magnitude of the influence of the barista starbucks coffee customer relations towards customer satisfaction. A theory that used in this research is stimulus-organisme-respons theory (SOR) .The data collection method used was a survey, with data collection instruments in the form of a detailed questionnaire. Withdrawal of samples using a non probability sampling techniques and is measured by the sample Slovin formula 79 respondents. The results of this research obtained t count (19.953) > t table (1.664) then it can be known Ho denied and Ha is received. It can be concluded there was significant influence between the Customer relation barista Starbucks Coffee against customer satisfaction (the case against PIM 2) whereas the results of the regression coefficients 0.505 so that it can be concluded at any one time for quality of service then the customer satisfaction increased 0.505. So it can be said the higher service quality barista Starbucks Coffee then can increase customer satisfaction.

Keywords: Customer relations, customer satisfaction, Barista, Starbucks Coffee

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang adalah **Pengaruh *Customer Relations Barista Starbucks Coffee Terhadap Kepuasan Pelanggan (Kasus Starbucks Coffee Pondok Indah Mall 2 Jakarta Selatan)***. Terima kasih peneliti ucapkan kepada ibu Ir. Drina Intyaswati M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Alm.Bapak Moses dan Ibu Neneng Herlina selaku orang tua yang tidak henti-hentinya memberikan semangat, doa, dan dukungan materil kepada peneliti dan juga terimakasih kepada Cindy Moses, Muhammad Sandy Moses, Lukman Firmansah atas semangat dan doa untuk penulis. Tanpa mengurangi rasa hormat, peneliti juga sampaikan terima kasih kepada Kaprogdi Ilmu Komunikasi Ibu Damayanti M,Si dan Dosen pembimbing akademik Bapak Supratman M.Si. juga para teman-teman dan sahabat yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu karena telah banyak membantu selama proses penyusunan skripsi ini.

Jakarta, 07 Juni 2017

Penulis

(Cynthia Moses)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah.....	4
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
I.5 Sistematika Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
II.1 <i>Public Relations</i>	7
II.2 Teori S – O - R	7
II.3 <i>Customer Relations</i>	8
II.4 Kepuasan Pelanggan.....	10
II.5 Hubungan <i>Customer Relations</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	11
II.6 Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan	11
II.7 Kerangka Pemikiran	13
II.8 Hipotesis.....	14
BAB III METODE PENELITIAN	15
III.1 Pendekatan Penelitian	15
III.2 Jenis Penelitian.....	15
III.3 Metode Penelitian	15
III.4 Populasi dan Sampel	16
III.5 Teknik Pengumpulan Data	17
III.6 Tabel Operasionalisasi Variabel	18
III.7 Teknik Analisis Data.....	30
III.8 Teknik dan Tempat Penelitian	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	40
IV.1 Deskripsi	40
IV.2 Hasil Penelitian	40

BAB V PENUTUP.....	70
V.1 Kesimpulan	71
V.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72
RIWAYAT HIDUP.....	
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Operasional Variabel X.....	19
Tabel 2	Operasional Variabel Y.....	25
Tabel 3	Uji Validitas Variabel X.....	31
Tabel 4	Uji Validitas Variabel Y.....	32
Tabel 5	Tingkat Reliabilitas Alpha Cronbac's.....	34
Tabel 6	Uji Reliabilitas Variabel X.....	34
Tabel 7	Uji Reliabilitas Variabel Y.....	35
Tabel 8	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai.....	35
Tabel 9	Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 10	Jenis Kunjungan Responden.....	43
Tabel 11	Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 12	Usia Responden.....	44
Tabel 13	Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 14	Pendidikan Responden.....	45
Tabel 15	Pernyataan X1.....	46
Tabel 16	Pernyataan X2.....	47
Tabel 17	Pernyataan X3.....	47
Tabel 18	Pernyataan X4.....	48
Tabel 19	Pernyataan X5.....	49
Tabel 20	Pernyataan X6.....	49
Tabel 21	Pernyataan X7.....	50
Tabel 22	Pernyataan X8.....	51
Tabel 23	Pernyataan X9.....	51
Tabel 24	Pernyataan X10.....	52
Tabel 25	Pernyataan X11.....	53
Tabel 26	Pernyataan X12.....	53
Tabel 27	Pernyataan X13.....	54
Tabel 28	Pernyataan X14.....	54
Tabel 29	Pernyataan X15.....	55
Tabel 30	Tabel Penilaian Variabel X.....	56
Tabel 31	Pernyataan Y1.....	57
Tabel 32	Pernyataan Y2.....	58
Tabel 33	Pernyataan Y3.....	58
Tabel 34	Pernyataan Y4.....	59
Tabel 35	Pernyataan Y5.....	60
Tabel 36	Pernyataan Y6.....	60
Tabel 37	Pernyataan Y7.....	61
Tabel 38	Pernyataan Y8.....	62
Tabel 39	Pernyataan Y9.....	62
Tabel 40	Pernyataan Y10.....	63
Tabel 41	Tabel Penilaian Variabel Y.....	64
Tabel 42	Nilai Koefisien Korelasi	65
Tabel 43	Analisis Regresi	65
Tabel 44	Nilai Koefisien Korelasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Starbucks.....	40
------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	A.2.2
Lampiran 2	A.5
Lampiran 3	Surat Riset
Lampiran 4	Surat Balasan Riset
Lampiran 5	Kuesioner
Lampiran 6	Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Customer Relations</i>
Lampiran 7	Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Pelanggan
Lampiran 8	Tabel Analisis Variabel X Berdasarkan Dimensi
Lampiran 9	Tabel Analisis Variabel Y Berdasarkan Dimensi
Lampiran 10	Dokumentasi Penelitian