



Judul Tugas Akhir Skripsi

**PENGARUH CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STARBUCKS DT PULOMAS**

Penelitian ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Muhammad Haikal

NIM : 1810411156



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Muhammad Haikal
NIM : 1810411156
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, Januari 2024

Yang menyatakan,



Muhammad Haikal

Muhammad Haikal, 2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Haikal
NIM : 1810411156
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : PENGARUH CUSTOMER SERVICE COMMITMENT
STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
STARBUCKS DT PULOMAS

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

Pembimbing



(Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si)

Dosen Penguji 1




(Dra. Siti Maryam. M,Si)

Dosen Penguji 2



(Garcia Krisnando N, S.Sos, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



(Azwar, SS., M.Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 15 Januari 2024

Muhammad Haikal, 2024
**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**
UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Muhammad Haikal

NIM : 1810411156

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGARUH CUSTOMER SERVICE COMMITMENT
STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STARBUCKS DT
PULOMAS

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing



(Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si)

Muhammad Haikal, 2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Haikal
NIM : 1810411156
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive royalty fee*) atas karya ilmiah yang berjudul:

“PENGARUH CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STARBUCKS DT PULOMAS”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Januari 2024

Yang menyertakan,



Muhammad Haikal

Muhammad Haikal, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

KATA PENGANTAR

Peneliti Panjatkan Segala Puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT untuk berkat, karunia dan rahmat-Nya, Peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul PENGARUH CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI STARBUCKS DT PULOMAS. Penelitian ini dibuat sebagai syarat utama dalam mencapai gelar Sarjana Strata Satu yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan maupun dukungan dari berbagai pihak baik yang bersifat moril maupun materil. Berdasarkan hal tersebut izinkan saya selaku peneliti dengan hormat memperkenalkan dan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang membantu saya dalam penulisan penelitian ini, yaitu :

1. Intan Putri Cahyani, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah banyak membimbing, membantu meluangkan waktunya dalam memberikan saya masukan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai, serta memberikan saya semangat untuk dapat menyelesaikan penelitian ini.
2. Garcia Krisnando N, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membantu saya dalam Teknik penulisan skripsi dengan baik dan benar mulai dari tahap penyusunan hingga selesai.
3. Lusia Handayani, S.Ikom, M.Si selaku Dosen Pembimbing Pengganti sekaligus Dosen Pembimbing akademik yang telah banyak membantu saya dalam penulisan ini dan administrasi di bidang akademik di universitas.
4. Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Azwar, SS., M.Si selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta yang selalu memberikan semangat dan kemudahan dalam proses penyelesaian pendidikan S1 Ilmu Komunikasi.
6. Kedua orang tua saya yang selalu mendukung, membantu dan mendoakan

Muhammad Haikal, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

segala hal yang terbaik untuk anaknya selama penyusunan penelitian skripsi ini.

7. Kepada rekan kerja saya di Starbucks DT Pulomas yang selalu memberikan semangat dan keceriaan setiap harinya.
8. Kepada rekan kerja saya di qp Coffee yang telah memberikan kesempatan pengalaman kerja yang lebih baik.
9. Terakhir kepada diri sendiri yang telah menyelesaikan salah satu kewajibannya dalam hidup yaitu lulus kuliah dan mendapatkan gelar sarjana.

Peneliti menyadari penelitian skripsi ini jauh dari kata sempurna, peneliti masih melakukan kesalahan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, peneliti meminta maaf atas kesalahan yang dilakukan dalam penelitian ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya Customer Relationship Management.

Jakarta, Januari 2024

Muhammad Haikal

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT
DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT
STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS**

ABSTRAK

Salah satu lini usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan seiring dengan perkembangan era adalah usaha Food & Beverages. Perubahan gaya hidup masyarakat yang menyukai makanan siap saji berdampak pada banyaknya perusahaan baru di bidang makanan dan minuman yang bermunculan. Salah satunya adalah usaha kedai kopi atau coffeeshop. Komunikasi yang terjadi antara barista dengan konsumen merupakan bagian dari Customer Relationship Management (CRM) yaitu salah satu pendekatan yang berbasis pengelolaan hubungan atau relasi dengan pelanggan. CRM lebih memfokuskan pada apa yang dinilai pelanggan bukan kepada produk yang ingin dijual oleh perusahaan. Melalui penerapan CRM, perusahaan diharapkan dapat membangun komunikasi dan hubungan yang baik dengan para konsumennya. Peneliti ingin meneliti hubungan CRM tersebut dengan kepuasan konsumen atau pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengkaji pengaruh komunikasi pelayanan dalam bisnis Food and Beverages dengan pelanggan terhadap kepuasan dan pengalaman terbaik para pelanggan dapat tersampaikan dengan efektif dan efisien. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena peneliti ingin menjelaskan dua data permasalahan untuk mencari keterkaitannya dan dianalisis dalam bentuk data numerik dan diolah dengan metode statistika.

Kata kunci: *Customer Relationship Management*, Kepuasan Konsumen.

Muhammad Haikal, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER RELATION MANAGEMENT
IN STARBUCKS CUSTOMER SERVICE COMMITMENT ON
CUSTOMER SATISFACTION IN SERVICE AT STARBUCKS DT
PULOMAS***

ABSTRACT

One line of business that will continue to experience growth in line with the development of the era is the Food & Beverages business. Changes in the lifestyle of people who like fast food have an impact on the emergence of many new food and beverage companies. One of them is a coffee shop or coffee shop business. Communication that occurs between baristas and consumers is part of Customer Relationship Management (CRM), which is an approach based on managing relationships or relationships with customers. CRM focuses more on what customers value, not on the products the company wants to sell. Through the implementation of CRM, companies are expected to be able to build good communication and relationships with their customers. Researchers want to examine the relationship between CRM and consumer or customer satisfaction. The purpose of this study was to examine the effect of service communication in the Food and Beverages business with customers on customer satisfaction and the best experience can be conveyed effectively and efficiently. This research method uses a quantitative approach because the researcher wants to explain two data problems to find their relationship and is analyzed in the form of numerical data and processed using statistical methods.

Keywords: *Customer Relationship Management, Customer Satisfaction.*

Muhammad Haikal, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Tujuan Praktis	12
1.3.2 Tujuan Teoritis	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Praktis	13
1.4.2 Manfaat Akademis	13
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Konsep Penelitian	14
2.1.1 Komunikasi Bisnis	14
2.1.2 Customer Service Commitment Starbucks	15
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	17
2.1.3.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	18
2.1.3.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan	19

Muhammad Haikal, 2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

2.2. Teori Penelitian	20
2.2.1 Customer Relationship Management	20
2.3. Kerangka Penelitian	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Objek Penelitian	28
3.2 Jenis Penelitian	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	28
3.4. Sumber Data	32
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.6.3 Uji Korelasi	40
3.6.4 Analisis Regresi	42
3.6.5 Koefisien Determinasi	43
3.6.6 Uji Signifikansi Hipotesis	43
3.7 Tabel Rencana Waktu	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1.1 Karakteristik Responden	47
4.1.2 Variabel X <i>Customer Starbucks Commitment</i>	49
4.1.3 Variabel Y Kepuasan Pelanggan	61
4.1.4 Uji Korelasi	68
4.1.5 Analisis Regresi	69
4.1.6 Uji Determinasi	70
4.1.7 Uji Signifikansi Hipotesis	71
4.2 Pembahasan	72
BAB V	74

KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Tabel Operasional Konsep	29
Tabel 2	Uji Validitas Variabel X	36
Tabel 3	Uji Validitas Variabel Y	37
Tabel 4	Tingkat Reabilitas Berdasarkan nilai Alpha Cronbach's	38
Tabel 5	Tingkat Korelasi Berdasarkan nilai Alpha Cronbach's	40
Tabel 6	Tabel Rencana Waktu	45
Tabel 7	Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 8	Usia Responden	47
Tabel 9	Skor Jawaban Kuesioner	49
Tabel 10	Pernyataan Barista Memberikan Senyum Saat Berinteraksi	49
Tabel 11	Pernyataan Barista Menatap Mata Saat Berinteraksi	50
Tabel 12	Pernyataan Barista Ramah Saat Berinteraksi	51
Tabel 13	Pernyataan Barista Mengucapkan Selamat Datang Saat Pelanggan Masuk Kedalam Toko	52
Tabel 14	Pernyataan Barista Tau dan Mengenali Nama Pelanggan	53
Tabel 15	Pernyataan Barista Tau dan Hapal Pesanan Favorit Pelanggan	53
Tabel 16	Pernyataan Barista Mengucapkan Terimakasih Saat Setelah Transaksi	54
Tabel 17	Pernyataan Barista Mengucapkan Terimakasih Saat Memberikan Pesanan di Pickup Bar/Pickup Window	55
Tabel 18	Pernyataan Barista Mengucapkan Terimakasih Saat Pelanggan Ingin Meninggalkan Toko	56
Tabel 19	Pernyataan Barista Meminta Maaf Saat Membuat Kesalahan	57
Tabel 20	Pernyataan Barista Memberikan Jalan keluar Yang Baik Saat Membuat Kesalahan	57
Tabel 21	Pernyataan Barista Membuat Suasana Di Dalam Toko Dengan Sangat Baik	58
Tabel 22	Pernyataan barista Membuat Pelanggan Merasa Sangat Spesial	59
Tabel 23	Penilaian Variabel Customer Service Commitment Starbucks (Variabel X)	61

Muhammad Haikal, 2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

Tabel 24 Pernyataan Produk Yang Diberikan Barista Sesuai	62
Tabel 25 Pernyataan Pelayanan Yang Diberikan Barista Sangat Baik	62
Tabel 26 Pernyataan Mempunyai Minat Untuk Berkunjung Kembali Ke Starbucks DT Pulomas	63
Tabel 27 Pernyataan Mempunyai Minat Untuk Berkunjung Kembali Ke Starbucks Coffee Cabang Lain	64
Tabel 28 Pernyataan Bersedia Merekomendasikan Starbucks DT Pulomas Kepada Orang Lain	65
Tabel 29 Pernyataan Bersedia Merekomendasikan Starbucks Coffee Indonesia Kepada Orang Lain	66
Tabel 30 Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	68

Muhammad Haikal, 2024

PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN DI STARBUCKS DT PULOMAS

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Customer Voice dalam Struk Starbucks Coffee Indonesia	8
Gambar 2	Statistik Tipe Pembayaran Bulan Maret di Starbucks DT Pulomas	9
Gambar 3	Statistik Tipe Pembayaran Bulan April di Starbucks DT Pulomas	9
Gambar 4	Statistik Tipe Pembayaran Bulan Mei di Starbucks DT Pulomas	9
Gambar 5	Statistik Tipe Pembayaran Bulan Juni di Starbucks DT Pulomas	10
Gambar 6	Statistik Tipe Pembayaran Bulan Juli di Starbucks DT Pulomas	10
Gambar 7	Statistik Tipe Pembayaran Bulan Agustus di Starbucks DT Pulomas	11
Gambar 8	Customer Relationship Management Model	22
Gambar 9	Kerangka Penelitian	26
Gambar 10	Uji Reliabilitas Variabel X	39
Gambar 11	Uji Reliabilitas Variabel Y Kepuasan Pelanggan	40
Gambar 12	Nilai Koefisien Korelasi	69
Gambar 13	Hasil Analisis Regresi	69
Gambar 14	Hasil Uji Determinasi	70
Gambar 15	Hasil Uji Signifikansi Hipotesis	71

Muhammad Haikal, 2024

**PENGARUH CUSTOMER RELATION MANAGEMENT DALAM CUSTOMER SERVICE
COMMITMENT STARBUCKS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PELAYANAN
DI STARBUCKS DT PULOMAS**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
(www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id)