

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN Sampul</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN Judul</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN Persetujuan</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN Pernyataan</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA Pengantar</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR Tabel</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR Gambar</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR Lampiran</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I Pendahuluan</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	9
<b>BAB II Tinjauan Pustaka</b> .....	<b>10</b>
2.1 Rangkuman Teori .....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi .....	10
2.1.2 Pengertian Komunikasi Interpersonal .....	11
2.1.3 Jenis-jenis Komunikasi Interpersonal .....	12
2.1.4 Tujuan Komunikasi Interpersonal .....	12
2.1.5 Pengaruh Komunikasi Interpersonal .....	12
2.2 Kepuasan Konsumen .....	13
2.2.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	14
2.2.1 Atribut Kepuasan Konsumen .....	15

2.3 BARISTA .....	16
2.4 PENELITIAN TERDAHULU .....	16
2.4.1 PENELITIAN SKRIPSI TERDAHULU .....	16
2.4.2 PENELITIAN JURNAL NASIONAL TERDAHULU .....	21
2.4.3 PENELITIAN JURNAL INTERNASIONAL TERDAHULU .....	24
2.5 KERANGKA PEMIKIRAN .....	28
2.6 HIPOTESIS PENELITIAN .....	31
2.7 RUANG LINGKUP PENELITIAN .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 JENIS PENELITIAN .....	33
3.2 OPERASIONALISASI VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN .....	33
3.2.1 SKALA PENGUKURAN .....	34
3.3 POPULASI DAN SAMPEL .....	35
3.3.1 POPULASI .....	35
3.3.2 SAMPEL .....	35
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA .....	37
3.5 UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS .....	37
3.5.1 UJI VALIDITAS .....	37
3.5.2 UJI RELIABILITAS .....	39
3.6 TEKNIK ANALISA DATA .....	40
3.6.1 ANALISIS DESKRIPTIF .....	40
3.6.2 METHODS OF SUCCESIVE INTERVAL (MSI).....	41
3.6.3 UJI NORMALITAS .....	42
3.6.4 ANALISIS DATA REGRESI LINIER BERGANDA .....	43
3.6.5 ANALISIS KOEFISIEN KORELASI .....	43
3.6.6 ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI .....	45
3.6.7 UJI HIPOTESIS (UJI t) .....	45
3.6.8 UJI F (SIMULTAN) .....	46
3.6.9 SUMBANGAN EFEKTIF .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>

4.1 HASIL PENELITIAN .....	47
4.1.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN .....	47
4.2 HASIL PENELITIAN .....	48
4.2.1 UJI ANALISIS DESKRIPTIF .....	48
4.2.1.1 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI EFEKTIVITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL .....	(X)48
4.2.1.2 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL KETERBUKAAN .....	50
4.2.1.3 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL EMPATI .....	52
4.2.1.4 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL DUKUNGAN .....	53
4.2.1.5 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL SIKAP POSITIF .....	54
4.2.1.6 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL KESETARAAN .....	56
4.2.1.7 TANGGAPAN RESPONDEN PADA VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN (Y) .....	57
4.2.2 UJI NORMALITAS .....	58
4.2.3 UJI REGRESI LINIER BERGANDA .....	59
4.2.4 UJI KOEFISIEN KORELASI .....	60
4.2.5 ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI ( $R^2$ ) .....	62
4.2.6 UJI PARSIAL (t) .....	63
4.2.7 Uji F (Simultan) .....	64
4.2.8 SUMBANGAN EFEKTIF .....	65
4.3 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	65
4.3.1 PENGARUH KETERBUKAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	65
4.3.2 PENGARUH EMPATI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	65
4.3.3 PENGARUH DUKUNGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	66
4.3.4 PENGARUH SIKAP POSITIF TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	67
4.3.5 PENGARUH KESETARAAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	67
4.3.6 KOMUNIKASI INTERPERSONAL BARISTA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1 KESIMPULAN .....	70

5.2 SARAN .....	71
5.2.1 SARAN BAGI OBJEK PENELITIAN .....	71
5.2.2 SARAN BAGI PENELITI SELANJUTNYA .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>