

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Infrastructure Support Pt Profescipta Wahanatehnik Terhadap Kepuasan Klien

Ari Erlangga Satria Putra¹, Silvina Mayasari², Sari Ekowati Hadi³

¹²³ Universitas Bina Sarana Informatika; Indonesia

correspondence e-mail*, ari.erlanggasatria@gmail.com

Submitted:

Revised: 2025/07/01;

Accepted: 2025/08/21; Published: 2025/08/29

Abstract

Interpersonal communication plays a vital role in determining the success of managed service delivery, particularly in information technology-based companies. This study investigates how the interpersonal communication practices of Infrastructure Support at PT Profescipta WahanaTehnik influence client satisfaction across various service touchpoints. Employing a quantitative descriptive approach, the research was conducted through a survey using a structured questionnaire distributed to 54 employees across five active client organizations of the company. The collected data were analyzed using several statistical tests, including validity and reliability tests, simple linear regression analysis, t-test (partial), and coefficient of determination (R^2). The findings demonstrate that interpersonal communication has a positive and significant effect on client satisfaction, as reflected in a t-value of $10.278 > t$ -table value of 2.007 and a significance level of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the R^2 value of 0.670 indicates that interpersonal communication contributes 67% to the variation in client satisfaction. These results affirm that well-established interpersonal communication by Infrastructure Support personnel significantly enhances client satisfaction with the managed services provided by PT Profescipta WahanaTehnik.

Keywords

Interpersonal Communication, Client Satisfaction, PT Profescipta WahanaTehnik



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan pesan, membangun hubungan, dan memengaruhi perilaku orang lain. Menurut Hovland, Janis, dan Kelly (1953), komunikasi dapat dipahami sebagai suatu proses di mana seorang komunikator menyampaikan stimulus berupa kata-kata dengan tujuan memengaruhi audiens.¹ Pandangan serupa dikemukakan oleh Laswell yang merumuskan komunikasi sebagai rangkaian elemen yang mencakup siapa yang menyampaikan pesan, apa isi

¹ Injani, M. (2024). *Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan GrabBike Kecamatan Tangerang* [Skripsi, Universitas Buddhi Dharma]. Repositori UBD. <https://repositori.buddhidharma.ac.id/2498/1/COVER-BAB%20III.pdf>

pesan, melalui saluran apa pesan disampaikan, kepada siapa ditujukan, serta apa efek yang ditimbulkannya.² Dari berbagai bentuk komunikasi, komunikasi interpersonal menjadi salah satu bentuk interaksi paling mendasar karena berlangsung secara langsung antarindividu atau dalam kelompok kecil, memungkinkan terjadinya umpan balik cepat dan membangun pemahaman yang lebih personal.³

Dalam konteks dunia kerja, komunikasi interpersonal memiliki peranan penting dalam membangun kualitas hubungan antara perusahaan dan klien. Keberhasilan layanan tidak hanya ditentukan oleh kecakapan teknis, tetapi juga oleh kemampuan menjalin komunikasi yang baik. Hal ini sangat relevan dalam layanan teknologi informasi, di mana infrastruktur teknis yang kompleks sering kali menuntut adanya interaksi intensif antara penyedia layanan dan pengguna. Infrastructure Support di PT Profescipta WahanaTehnik, misalnya, berperan sebagai ujung tombak yang memastikan kebutuhan teknis klien terpenuhi sekaligus menjadi penghubung komunikasi antara klien dan sistem internal perusahaan. Dengan komunikasi interpersonal yang efektif, kebutuhan klien dapat diidentifikasi dengan lebih tepat, solusi dapat disampaikan secara jelas, dan kepuasan klien pun dapat terwujud.⁴

Kepuasan klien sendiri merupakan indikator penting dari keberhasilan sebuah layanan. Oliver (1980) mendefinisikan kepuasan sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap perbandingan antara harapan dengan kinerja yang diterima. Jika kinerja layanan sesuai atau bahkan melampaui ekspektasi, maka tingkat kepuasan meningkat. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal menjadi salah satu faktor kunci yang memengaruhi persepsi klien terhadap layanan. Tanggapan dan feedback klien yang diberikan baik secara lisan maupun tertulis merupakan cerminan dari kualitas interaksi tersebut.⁵ Dengan demikian, kualitas komunikasi interpersonal Infrastructure Support dapat berkontribusi langsung pada terciptanya service excellence, yaitu pelayanan yang tidak hanya memenuhi, tetapi juga melampaui harapan pelanggan.⁶

Berbagai penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan maupun kinerja. Penelitian Zulianasari,

² Suriati, Samsinar, & Rusnali, N. A. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi 1). UIAD Press. <https://repository.uiad.ac.id/id/eprint/757/1/Pengantar%20Ilmu%20Komunikasi%20BUKU%20AJAR%202022.pdf>

³ V

⁴ Mayasari, I., Shaleha, D., Manurung, A. S., Islam, M. P., & Tarbiyah, I. (2025). Peran komunikasi interpersonal dalam menciptakan keharmonisan antar guru dalam lingkungan kerja. *Alfihris: Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 3(1), 76–84. <https://doi.org/10.59246/ALFIHRIS.V3I1.1158>

⁵ Rashif, M. A., & Yulianita, N. (2023). Pengaruh komunikasi antarpribadi barista dan konsumen terhadap kepuasan konsumen. *Proceedings Unisba*. <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/view/8033/3607>

⁶ Setiawan, K., & Muafik, R. (2023). Komunikasi interpersonal sebagai inti pelayanan prima: Pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Puskesmas Ciderum. *Prediksi*, 22(1), 24–34.

Ratnaningrum, dan Ningsih (2022) membuktikan bahwa komunikasi interpersonal frontliner berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di kantor Fifgroup Mojokerto.⁷ Penelitian Safira dan Rina (2022) menemukan adanya pengaruh signifikan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Avicena Co-Roasting Space, dengan kontribusi sebesar 71,7%. Temuan serupa diperoleh Injani (2024) dalam studi tentang pelanggan GrabBike di Tangerang yang menegaskan bahwa empati, penghargaan, dan keterbukaan dalam komunikasi dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, Tanuwijaya (2024) menekankan peran komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kinerja karyawan di PT Muliapack Intisempurna,⁸ sedangkan Ekaputry (2024) menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal bersama lingkungan kerja mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan di PT Smart Integrator Solution.⁹

Meskipun penelitian-penelitian tersebut mengonfirmasi pentingnya komunikasi interpersonal, sebagian besar masih berfokus pada bidang jasa umum, frontliner, maupun lingkungan kerja internal perusahaan. Kajian mengenai komunikasi interpersonal dalam konteks layanan teknis berbasis teknologi informasi, khususnya pada layanan managed service yang dilakukan oleh Infrastructure Support, masih relatif terbatas. Padahal, interaksi interpersonal dalam bidang ini memiliki kompleksitas tersendiri karena menyangkut aspek teknis sekaligus aspek relasional yang menentukan keberhasilan layanan. Dengan demikian, terdapat celah penelitian (research gap) untuk mengkaji bagaimana komunikasi interpersonal Infrastructure Support dapat memengaruhi kepuasan klien dalam konteks layanan teknologi informasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal Infrastructure Support PT Profescipta WahanaTeknik terhadap kepuasan klien. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian komunikasi interpersonal dalam dunia kerja berbasis teknologi, sekaligus menjadi masukan praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan dan hubungan

⁷ Zulianasari, W. R., Ratnaningrum, Z., & Ningsih, M. (2022). Pengaruh komunikasi interpersonal frontliner terhadap kepuasan pelanggan. *Seminar Nasional Sosial dan Politik UNIM*. <http://seminassospol.unim.ac.id/index.php/seminas/article/view/15/8>

⁸ Tanuwijaya, R., Hardian, A., & Ekowati, S. (2025). Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan pada PT Muliapack Intisempurna. *Jurnal Riset Pendidikan dan Profesi*. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/43432/27077>

⁹ Ekaputri, R. (2024). *Pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Smart Integrator Solution* [Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika]. Repository UBSI. https://repository.bsi.ac.id/repo/files/410138/download/1.-Final_64200836_Reza-Ekaputry_Pengaruh-Komunikasi-Interpersonal-dan-Lingkungan-Kerja-Terhadap-Kinerja-Karyawan-Pada-PT-Smart-Integrator-Solution.pdf

dengan klien.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan klien pada Infrastructure Support PT Profescipta WahanaTehnik. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran yang objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara statistik. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, serta penyebaran kuesioner online kepada responden. Menurut Sugiyono (dalam Tanuwijaya & Raynaldi, 2024), paradigma kuantitatif berlandaskan positivistik, yaitu fakta dapat diuji secara ilmiah. Analisis deskriptif kuantitatif juga digunakan untuk menyajikan hasil dalam bentuk angka atau persentase sehingga mudah dipahami.¹⁰

Lokasi penelitian ditetapkan di Gedung Titan, Jl. Slamet Riyadi No.7, Matraman, Jakarta Timur, dengan waktu pelaksanaan mulai 11 April 2025 hingga 20 Juni 2025. Responden penelitian berasal dari lima perusahaan klien yang menggunakan layanan managed service PT Profescipta WahanaTehnik, yaitu British Chamber Indonesia, GS1 Indonesia, Digi Porta Semesta, PT Nuansa Bali Cempaka, dan PT Taman Sari Cempaka, dengan total 115 karyawan aktif. Berdasarkan hasil observasi awal dan data dari HRD masing-masing perusahaan, karyawan dari berbagai jenjang posisi dijadikan dasar penentuan sampel.

Populasi penelitian meliputi seluruh karyawan dari kelima perusahaan tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik probability sampling melalui simple random sampling, karena diasumsikan seluruh populasi memiliki karakteristik yang relatif homogen. Perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10% menghasilkan jumlah minimal 54 responden dari total 115 karyawan. Sampel ini dianggap cukup representatif untuk mewakili populasi dan memungkinkan penarikan kesimpulan secara generalisasi.

Variabel dalam penelitian terdiri dari komunikasi interpersonal sebagai variabel independen (X) dan kepuasan klien sebagai variabel dependen (Y). Indikator komunikasi interpersonal mengacu pada lima dimensi menurut DeVito (2022), yakni keterbukaan, empati, dukungan, rasa positif, dan kesetaraan. Sedangkan indikator kepuasan klien merujuk pada Expectancy Disconfirmation Theory (EDT) Oliver (1980), meliputi harapan, kinerja yang

¹⁰ Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.

dirasakan, diskonfirmasi, serta kepuasan akhir. Data dianalisis melalui teknik statistik deskriptif dengan skala Likert 1–5, dilanjutkan dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keabsahan instrumen. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel, persentase, rata-rata, dan interpretasi interval penilaian untuk menggambarkan pengaruh antarvariabel secara sistematis.¹¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Keabsahan Data

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud. Dengan kata lain, validitas menunjukkan ketepatan dan kelayakan alat ukur terhadap konsep yang ingin diteliti. Dalam pelaksanaannya, uji validitas dilakukan terhadap data yang diperoleh dari 54 responden, dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Perhitungan derajat kebebasan (df) dilakukan menggunakan rumus $N - 2$, sehingga diperoleh $df = 54 - 2 = 52$. Berdasarkan df tersebut, nilai r_{tabel} yang digunakan sebagai batas pengambilan keputusan adalah sebesar 0,268. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sebagai metode pengujian, digunakan rumus korelasi Product Moment Pearson, yang diolah melalui perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26. Hasil dari uji ini menjadi dasar dalam menentukan apakah setiap item pernyataan dalam kuesioner layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian secara akurat dan sesuai dengan tujuan analisis.

Tabel 1. Uji Validitas Seluruh Variabel

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Komunikasi Interpersonal (X)	X1	0.585	0.268	Valid
	X2	0.336	0.268	Valid
	X3	0.525	0.268	Valid
	X4	0.557	0.268	Valid

¹¹ Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>

	X5	0.589	0.268	Valid
	X6	0.551	0.268	Valid
	X7	0.400	0.268	Valid
	X8	0.686	0.268	Valid
	X9	0.605	0.268	Valid
	X10	0.627	0.268	Valid
	X11	0.609	0.268	Valid
	X12	0.717	0.268	Valid
	X13	0.537	0.268	Valid
	X14	0.627	0.268	Valid
	X15	0.636	0.268	Valid
Kepuasan Klien (Y)	Y1	0.620	0.268	Valid
	Y2	0.384	0.268	Valid
	Y3	0.306	0.268	Valid
	Y4	0.651	0.268	Valid
	Y5	0.593	0.268	Valid
	Y6	0.642	0.268	Valid
	Y7	0.661	0.268	Valid
	Y8	0.755	0.268	Valid
	Y9	0.731	0.268	Valid
	Y10	0.752	0.268	Valid
	Y11	0.800	0.268	Valid
	Y12	0.756	0.268	Valid

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid, karena nilai rhitung yang diperoleh lebih besar dari 0,268. Dengan demikian, tidak ada kebutuhan untuk mengganti atau menghapus variabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi suatu instrumen pengukuran ketika digunakan berulang kali pada objek yang sama. Tujuan utama dari uji ini adalah memastikan bahwa alat ukur mampu memberikan hasil yang stabil dan andal dari waktu ke waktu. Dengan kata lain, uji reliabilitas menguji sejauh mana instrumen menghasilkan data yang konsisten dan tidak berubah-ubah saat diimplementasikan dalam kondisi yang serupa. Penilaian terhadap hasil reliabilitas didasarkan pada nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh melalui perhitungan Alpha Cronbach. Dalam penelitian ini, penghitungan koefisien reliabilitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistics versi 26 melalui rumus Cronbach's Alpha. Hasil pengujian tersebut menjadi dasar dalam menentukan apakah instrumen yang digunakan benar-benar dapat dipercaya untuk mengukur variabel-variabel penelitian secara konsisten. Adapun hasil koefisien reliabilitas dari instrumen penelitian akan ditampilkan dalam tabel atau output SPSS sebagai bagian dari laporan analisis data.

Tabel 2 Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.851	15

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Tabel 3 Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Klien (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.871	12

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian memiliki nilai koefisien reliabilitas yang melebihi angka 0,6. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas minimum

berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, yang secara umum digunakan sebagai standar untuk menilai konsistensi internal suatu alat ukur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua variabel pernyataan dalam penelitian ini bersifat reliabel dan layak digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti secara konsisten.

Uji Koefisien Korelasi

Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti secara statistik. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan dan seberapa kuat hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26 dengan metode korelasi Product Moment Pearson untuk mengukur tingkat hubungan antar variabel. Metode korelasi Product Moment digunakan karena sesuai untuk menganalisis hubungan antara dua variabel yang berskala interval atau rasio dan memiliki distribusi normal. Nilai koefisien korelasi (r) yang dihasilkan akan menunjukkan arah dan kekuatan hubungan

Tabel 4 Hasil Output Uji Koefisien Kolerasi

Correlations			
		Komunikasi Interpersonal	Kepuasan Klien
Komunikasi Interpersonal	Pearson Correlation	1	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	54	54
Kepuasan Klien	Pearson Correlation	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	54	54
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Tabel hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) antara variabel Komunikasi Interpersonal (X) dan Kepuasan Klien (Y) adalah sebesar 0,819, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara kedua variabel adalah signifikan secara statistik. Nilai R sebesar 0,819 menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang sangat kuat antara komunikasi interpersonal dan kepuasan klien. Artinya, semakin baik komunikasi interpersonal yang terjalin, maka tingkat kepuasan klien juga cenderung meningkat secara signifikan. Temuan ini menguatkan dugaan bahwa komunikasi interpersonal memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman positif klien terhadap layanan yang diberikan.

Uji Asumsi Klasik

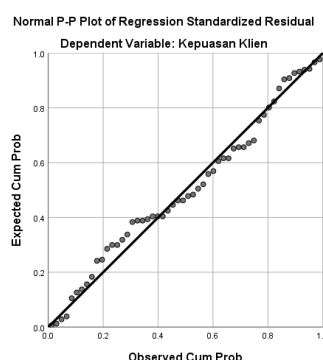
Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan langkah awal yang penting dalam analisis regresi linier, karena salah satu asumsi dasar yang harus dipenuhi adalah bahwa residual dari model regresi harus berdistribusi normal. Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa data sampel yang digunakan dalam penelitian mengikuti distribusi normal, sehingga hasil analisis statistik dapat dianggap valid dan dapat diinterpretasikan secara akurat. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov yang tersedia dalam program SPSS. Uji ini digunakan untuk mengamati apakah distribusi data residual menyimpang dari normalitas.

Menurut Ghozali (2016), pengambilan keputusan dalam uji normalitas didasarkan pada nilai probabilitas (asymptotic significance) dengan kriteria sebagai berikut:

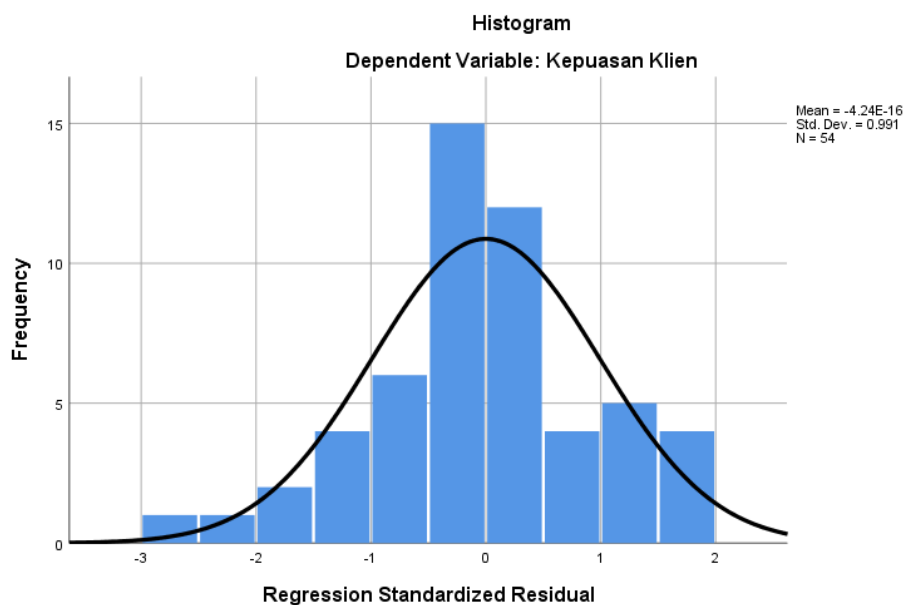
Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi residual dianggap normal.

Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi residual dianggap tidak normal



Gambar IV.6. Plot Normalitas

Berdasarkan plot normalitas yang ditampilkan, terlihat bahwa sebagian besar titik-titik data mengikuti pola garis diagonal secara konsisten. Pola ini menunjukkan bahwa sebaran residual mendekati distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam model regresi ini terdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Hal ini memperkuat validitas model dan memungkinkan analisis statistik lanjutan, seperti regresi linier, dilakukan dengan lebih akurat dan dapat diandalkan.



Gambar IV.7. Histogram Normalitas

Berdasarkan gambar histogram diatas menunjukan tidak terdapat nilai yang condong ke kanan maupun ke kiri sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

Tabel 5 Hasil Output SPSS Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	54

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	2.9427
	Deviation	1189
Most Extreme Differences	Absol	.086
	ute	
	Positi	.077
	ve	
	Negat	-.086
	ive	
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05, membuktikan bahwa data memiliki distribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk memastikan apakah hubungan antara dua variabel dalam hal ini variabel independen dan dependen bersifat linier, sebagaimana disyaratkan dalam analisis regresi linier. Hubungan linier menunjukkan bahwa perubahan pada variabel independen akan diikuti oleh perubahan yang searah dan proporsional pada variabel dependen.

Keputusan dalam uji linearitas didasarkan pada nilai signifikansi pada bagian Deviation from Linearity, dengan ketentuan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka hubungan antara kedua variabel dianggap linier, artinya data memenuhi asumsi linearitas. Jika nilai

signifikansi $< 0,05$, maka hubungan antara kedua variabel dianggap tidak linier, sehingga model regresi linier mungkin tidak cocok digunakan

Tabel 6 Hasil Output SPSS Uji Linearitas Variabel X dan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Klien * Komunikasi Interpersonal	Between Groups	(Combined)	1058.176	20	52.909	5.242	.000
		Linearity	932.303	1	932.303	92.367	.000
		Deviation from Linearity	125.873	19	6.625	.656	.833
	Within Groups		333.083	33	10.093		
	Total		1391.259	53			

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Deviation from Linearity sebesar $0.833 > 0.05$. Maka hubungan antara variabel dinyatakan linier.

Uji Heteroskedastisitas

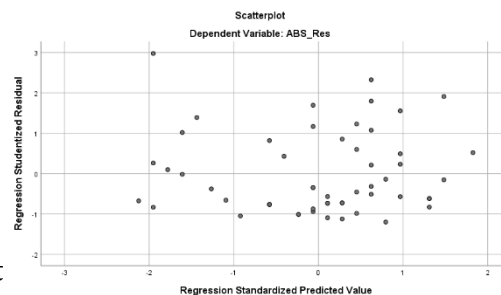
Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Asumsi dasar regresi linier menyatakan bahwa varians residual harus bersifat konstan atau homogen (homoskedastisitas). Ketidakterpenuhan asumsi ini, yaitu munculnya heteroskedastisitas, dapat mengganggu keakuratan estimasi koefisien regresi dan menurunkan validitas hasil analisis.

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, digunakan grafik scatterplot residual yang dihasilkan oleh program SPSS. Keputusan diambil berdasarkan pola distribusi titik-titik pada grafik tersebut. Apabila titik-titik residual tersebar secara acak, baik di atas maupun di bawah garis nol pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu seperti kipas, gelombang, atau kerucut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model. Dengan demikian, model dianggap memenuhi

asumsi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Berikut ini adalah grafik hasil output SPSS pada penelitian ini:

Gambar IV.8. Output SPSS Uji Heteroskedastisitas



Hasil output scatt

kan bahwa titik-titik residual

tersebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu seperti menyebar membentuk kipas, gelombang, atau pola simetris lainnya. Pola persebaran acak ini mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh tingkat prediksi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model layak digunakan untuk analisis regresi lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas Glejser

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam varians residual di antara berbagai kelompok atau sub-sampel dalam suatu dataset. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konstan, melainkan berubah-ubah seiring dengan perubahan nilai variabel independen. Kondisi ini dapat menyebabkan hasil regresi menjadi tidak efisien dan bias, sehingga interpretasi koefisien menjadi tidak akurat.

Dalam pengujian ini, keputusan diambil berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan, biasanya dari uji Glejser atau Breusch-Pagan dalam program statistik seperti SPSS. Adapun kriteria pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, artinya varians residual bersifat homogen. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka terdapat gejala heteroskedastisitas, yang berarti model memiliki varians residual yang tidak tetap, dan perlu dilakukan penyesuaian atau transformasi data.

Tabel 6 Hasil Output Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.235	2.798		1.157	.253
	Komunikasi Interpersonal	-.016	.045	-.050	-.363	.718
a. Dependent Variable: ABS_Res						

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Berdasarkan output SPSS yang ditampilkan, seluruh nilai signifikansi (Sig.) untuk masing-masing variabel diketahui lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan varians residual yang signifikan di sepanjang rentang data. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Asumsi homoskedastisitas terpenuhi, sehingga model dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis regresi selanjutnya tanpa perlu melakukan transformasi atau perbaikan khusus terhadap varians residual.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linear Sederhana

Metode regresi linear sederhana digunakan dalam penelitian ini karena hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga cocok untuk menganalisis hubungan langsung antara kedua variabel. Pemilihan metode ini memungkinkan peneliti untuk mengukur secara kuantitatif sejauh mana komunikasi interpersonal berkontribusi dalam menjelaskan variasi kepuasan klien. Selain itu, analisis ini juga memberikan informasi yang penting terkait tingkat signifikansi hubungan antara kedua variabel berdasarkan data empiris yang telah dikumpulkan. Dengan demikian, hasil regresi tidak hanya menunjukkan arah dan kekuatan pengaruh, tetapi juga memastikan apakah hubungan tersebut dapat digeneralisasikan secara statistik dalam konteks yang lebih luas. Selanjutnya, hasil analisis regresi linear sederhana disajikan dalam output berikut:

Tabel 7 Hasil Output SPSS Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.925	4.336		1.136	.261
	Komunikasi Interpersonal	.720	.070	.819	10.278	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Klien						

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Analisis koefisien regresi dilakukan untuk menentukan persamaan regresi sederhana yang menggambarkan pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Kepuasan Klien, sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 4.925 + 0.720 X$$

Dimana:

X = Komunikasi Interpersonal

Y = Kepuasan Klien

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = 4.925 menunjukan bahwa jika nilai X (tidak mengalami perubahan) maka nilai konstanta Y sebesar 4.925.

b = 0.720 menyatakan jika X bertambah sebanyak 1, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.720.

Uji T (Parsial)

Uji t parsial (partial t-test) merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur apakah suatu variabel independen secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen dalam sebuah model regresi, khususnya ketika terdapat lebih dari satu variabel independen. Dalam konteks regresi linear sederhana, uji t digunakan untuk

mengetahui sejauh mana satu variabel independen memberikan kontribusi langsung terhadap variabel dependen. Uji ini bekerja dengan mengontrol pengaruh variabel independen lainnya, sehingga kontribusi masing-masing variabel dapat dinilai secara individu. Dengan kata lain, uji t parsial memungkinkan peneliti untuk mengisolasi dan mengevaluasi pengaruh satu variabel independen tanpa bias dari variabel lain yang mungkin juga memengaruhi variabel dependen.

Dalam interpretasinya, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai thitung $> ttabel$, maka variabel independen tersebut dianggap memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan. Uji ini sangat penting dalam penelitian kuantitatif karena memberikan dasar untuk menyimpulkan pengaruh secara parsial dari setiap variabel bebas dalam model.

Tabel 8 Hasil Output SPSS Uji T Partial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.925	4.336		1.136	.261
	Komunikasi Interpersonal	.720	.070	.819	10.278	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Klien						

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai thitung untuk variabel Komunikasi Interpersonal (X) adalah 10,278. Untuk menentukan nilai ttabel, digunakan distribusi t dengan tingkat signifikansi dua sisi sebesar $\alpha = 0,05$, sehingga diperoleh nilai $\alpha/2 = 0,025$. Derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus $N - k - 1$, di mana N adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Dengan $N = 54$ dan $k = 1$, maka $df = 54 - 1 - 1 = 52$, dan nilai ttabel yang sesuai adalah 2,007. Karena nilai thitung (10,278) $>$ ttabel (2,007), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara

Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Klien. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan klien diterima, dan pengaruh tersebut terbukti signifikan berdasarkan data empiris yang diperoleh.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas (independent variable) mampu menjelaskan variasi atau keragaman yang terjadi pada variabel terikat (dependent variable). Nilai koefisien determinasi biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase dan menunjukkan proporsi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi (R²) adalah sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

R² = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 9 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819a	.670	.664	2.971
a. Predictors: (Constant), Komunikasi Interpersonal				

Sumber: Output SPSS 26 for Windows, 2025

Berdasarkan tabel output SPSS pada bagian Summary Uji Koefisien Determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,670 atau setara dengan 67% ($0,670 \times 100\%$). Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 67% variasi atau keragaman yang terjadi pada variabel terikat (Y, yaitu Kepuasan Klien) dapat dijelaskan oleh variabel bebas (X, yaitu Komunikasi Interpersonal) dalam model regresi yang digunakan. Sementara itu, sisa 33% dari variasi variabel dependen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian

ini, yang tidak dianalisis oleh peneliti. Dengan demikian, meskipun komunikasi interpersonal memiliki kontribusi yang besar terhadap kepuasan klien, masih terdapat variabel lain yang juga berperan dan dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian lanjutan.

Pembahasan

Hasil pengolahan data melalui analisis deskriptif dan berbagai uji statistik lainnya menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh Infrastructure Support PT Profescipta Wahana Teknik memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan klien. Bukti dari hal ini dapat dilihat dari hasil uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa semua butir pernyataan valid dan reliabel, sehingga instrumen yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur kedua variabel tersebut. Dari uji regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi yang positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Infrastructure Support akan meningkatkan tingkat kepuasan klien. Temuan ini didukung oleh hasil uji t (parsial) yang menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05 dan thitung yang lebih besar dari ttabel, yang menandakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan klien. Selain itu, berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2), ditemukan bahwa 67% variasi dalam kepuasan klien dapat dijelaskan oleh variabel komunikasi interpersonal, sementara sisanya, sebesar 33%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki kontribusi yang cukup besar dalam membentuk persepsi dan pengalaman klien terhadap layanan yang diberikan. Seluruh hasil ini sejalan dengan teori Expectation Disconfirmation Theory (EDT) yang digunakan sebagai dasar teori variabel Y, di mana kepuasan klien terbentuk melalui proses perbandingan antara harapan awal dan kinerja aktual yang diterima. Komunikasi interpersonal yang baik ditunjukkan melalui keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan berperan dalam membentuk persepsi positif klien terhadap layanan teknis yang diberikan.

Dengan demikian, temuan dalam penelitian ini mendukung hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, bahwa terdapat pengaruh signifikan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan klien. Hasil ini juga memberikan implikasi praktis bagi perusahaan, khususnya dalam penguatan kompetensi komunikasi tim infrastructure support untuk meningkatkan kualitas layanan secara menyeluruh.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan klien pada layanan managed service di PT Profescipta Wahana Teknik, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif yang mencakup unsur keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan klien. Temuan ini sejalan dengan pandangan DeVito mengenai pentingnya elemen-elemen tersebut dalam komunikasi antarpribadi.

Kepuasan klien dalam penelitian ini diukur melalui indikator yang mengacu pada Expectation Disconfirmation Theory (EDT), yaitu harapan awal, kinerja yang dirasakan, tingkat diskonfirmasi, dan kepuasan akhir. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memberikan kontribusi sebesar 67% terhadap variasi kepuasan klien, sementara 33% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

Selain itu, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pada variabel komunikasi interpersonal (X), indikator dengan skor tertinggi adalah “Infrastructure Support selalu bersikap ramah dalam setiap interaksi” (X10) dengan skor 236, sedangkan skor terendah terdapat pada indikator “Infrastructure Support menyampaikan solusi dengan cara yang membangun” (X12) dengan skor 205. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keramahan tim Infrastructure Support sudah sangat kuat dirasakan oleh klien, sementara kemampuan menyampaikan solusi secara membangun masih memerlukan penguatan.

Sementara itu, pada variabel kepuasan klien (Y), indikator dengan skor tertinggi adalah “Saya berharap setiap kendala teknis dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat” (Y2) dengan skor 246, sedangkan skor terendah terdapat pada indikator “Saya merasa tidak ada perbedaan yang besar antara harapan dan kenyataan layanan” (Y9)

dengan skor 207. Temuan ini mengindikasikan bahwa ekspektasi klien paling besar terletak pada kecepatan dan ketepatan penyelesaian masalah teknis, namun pada saat yang sama, masih terdapat jarak antara harapan dan realitas layanan yang mereka rasakan.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh tim Infrastructure Support berperan sangat penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan klien terhadap kualitas layanan teknis yang diberikan. Komunikasi yang baik bukan hanya meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan klien, tetapi juga menjadi salah satu faktor krusial dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dan kualitas layanan dalam sistem managed service yang berbasis teknologi informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Ahriyati, Raysharie, P. I., Harinie, L. T., Frista, B., Maulana, A., Agustian, F., Agriva, J., Putri, M. B., Muhaemin, Riani, O., Pramawati, R., Thomassoyan, S. N., & Gestianto, V. K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Telkomsel di Kota Palangka Raya. *Manajemen Kreatif Jurnal (MAKREJU)*, 1. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/1350/1120>
- Ainassyifa, F. A. (2023). *Pengaruh kualitas layanan, perceived value dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan jasa pengiriman* [Skripsi, Universitas Islam Indonesia]. UII Repository. <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/47321/18311026.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Akbar, A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan* [Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry]. Repository UIN Ar-Raniry. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/29071/1/Adam%20Akbar%2C%20180603220%2C%20FEBI%2C%20PS%2C%20085664481804.pdf>
- Amruddin, Priyanda, R., Agustina, T. S., Arianti, N. S., Rusmayani, N. G. A. L., Aslindar, D. A., Ningsih, K. P., Wulandari, S., Putranto, P., Yuniati, I., Untari, I., Mujiani, S., & Wicaksono, D. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif* (Edisi 1). Pradina Pustaka. <https://repository.itspku.ac.id/306/1/NASKAH-METODOLOGI%20PENELITIAN%20KUANTITATIF-SUDAH%20ISBN.pdf>

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022, Juli 5). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*.
<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/mude/article/view/2611/2124>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi 15). Rineka Cipta.
<https://inlislite.ipdn.ac.id/opac/detail-opac?id=8242>
- Asari, A., Zulkarniani, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., & Sukwika, T. (2023). *Pengantar statistika* (Vol. 1). PT Mafy Media Literasi Indonesia.
- Cangara, H. (2019). *Pengantar ilmu komunikasi*. Rajagrafindo Persada.
<https://www.rajagrafindo.co.id/produk/pengantar-ilmu-komunikasi/>
- Creswell, J. W., & Creswell, D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage.
https://books.google.com/books/about/Research_Design.html?id=335ZDwAAQBAJ
- Efendi, E., Ayubi, M., & Aulia, N. (2023). Model-model komunikasi linear. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/11635/8919>
- Ekaputri, R. (2024). *Pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan pada PT Smart Integrator Solution* [Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika]. Repository UBSI. https://repository.bsi.ac.id/repo/files/410138/download/1.-Final_64200836_Reza-Ekaputri_Pengaruh-Komunikasi-Interpersonal-dan-Lingkungan-Kerja-Terhadap-Kinerja-Karyawan-Pada-PT-Smart-Integrator-Solution.pdf
- Fazri, M. A. L., & Anggraini Putri, I. (2022a). Keterampilan interpersonal dalam berkomunikasi tatap muka. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(1), 46–58.
<https://doi.org/10.47467/DAWATUNA.V2I1.510>
- Fazri, M. A. L., & Anggraini Putri, I. (2022b). Keterampilan interpersonal dalam berkomunikasi tatap muka. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*.
<https://doi.org/10.47476/dawatuna.v2i1.510>
- Injani, M. (2024). *Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan GrabBike Kecamatan Tangerang* [Skripsi, Universitas Buddhi Dharma]. Repositori UBD.
<https://repositori.buddhidharma.ac.id/2498/1/COVER-BAB%20III.pdf>
- Kartika, R. B., Buniarto, E. A., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh komunikasi interpersonal dan

- kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer pada Hotel Front One Inn Kediri. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/NianTanaSikka/article/view/175/199>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Erlangga. <https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=10702>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Erlangga.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: People, technology, and strategy* (7th ed.). Pearson. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=2074693>
- Mamuaya, N. C., & Pandowo, A. (2024). Antecedents of customer satisfaction in increasing Muslim customer loyalty in halal restaurants. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 12. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/21851/pdf>
- Martini, K., Sangging, I. W. B. S., & Merta, M. S. (2019). The influence of customer satisfaction in terms of service quality and perceived value. <https://doi.org/10.2991/TEAMS-19.2019.57>
- Mayasari, I., Shaleha, D., Manurung, A. S., Islam, M. P., & Tarbiyah, I. (2025). Peran komunikasi interpersonal dalam menciptakan keharmonisan antar guru dalam lingkungan kerja. *Alfihris: Jurnal Inspirasi Pendidikan*, 3(1), 76–84. <https://doi.org/10.59246/ALFIHRIS.V3I1.1158>
- Mowen, J. C., Minor, M., & Salim, L. (2002). *Perilaku konsumen*. Erlangga.
- Napitupulu, M. T. (2024). *Pengaruh komunikasi interpersonal pimpinan terhadap kinerja anggota dalam organisasi Parnakes Sejabodetabek* [Skripsi, Universitas Bina Sarana Informatika]. Repository UBSI. https://repository.bsi.ac.id/repo/files/420272/download/SKRIPSI_MARTHA-TITIN-NAPITUPULU_44200460.pdf
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150499>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality
- Pratama, R. A., & Putri, Y. R. (2022a). Pengaruh komunikasi interpersonal pada pelayanan Burger Lumer terhadap kepuasan pelanggan. *E-Proceedings of Management*, 9(2). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17760>
- Pratama, R. A., & Putri, Y. R. (2022b). Pengaruh komunikasi interpersonal pada pelayanan divisi

- Marcomm Avicena Co-Roasting Space terhadap kepuasan pelanggan. *E-Proceedings of Management*.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/19051/18438>
- Rashif, M. A., & Yulianita, N. (2023). Pengaruh komunikasi antarpribadi barista dan konsumen terhadap kepuasan konsumen. *Proceedings Unisba*.
<https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSPR/article/view/8033/3607>
- Riswandi. (2009). *Ilmu komunikasi*. Graha Ilmu.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif: Penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan, dan eksperimen*. Deepublish.
- Rustan, A. S., & Hakki, N. (2017). *Pengantar ilmu komunikasi*. Deepublish.
- Setiawan, K., & Muafik, R. (2023). Komunikasi interpersonal sebagai inti pelayanan prima: Pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di Puskesmas Ciderum. *Prediksi*, 22(1), 24–34.
- Suriati, Samsinar, & Rusnali, N. A. (2022). *Pengantar ilmu komunikasi* (Edisi 1). UIAD Press.
<https://repository.uiad.ac.id/id/eprint/757/1/Pengantar%20Ilmu%20Komunikasi%20BUKU%20AJAR%202022.pdf>
- Tanuwijaya, R., Hardian, A., & Ekowati, S. (2025). Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kinerja karyawan pada PT Muliapack Intisempurna. *Jurnal Riset Pendidikan dan Profesi*.
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/43432/27077>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Andi.
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (3rd ed.). McGraw-Hill Education.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed., pp. 2–654). World Scientific. <https://doi.org/10.1142/Y0024>
- Zulianasari, W. R., Ratnaningrum, Z., & Ningsih, M. (2022). Pengaruh komunikasi interpersonal frontliner terhadap kepuasan pelanggan. *Seminar Nasional Sosial dan Politik UNIM*.
<http://semnassospol.unim.ac.id/index.php/semnas/article/view/15/8>