

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
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
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
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
BAB III METODE PENELITIAN	33
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
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47

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
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 KESIMPULAN	70

5.2 SARAN	71
5.2.1 SARAN BAGI OBJEK PENELITIAN	71
5.2.2 SARAN BAGI PENELITI SELANJUTNYA	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74