

PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA

Mediana Handayani¹ dan Elisa Pandanwangi²

^{1,2}Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta, Indonesia
medianahandayani@gmail.com

Abstract

This study aims to determine whether there is an effect of Interpersonal Communication and the Quality of Academic Services on Student Satisfaction of the Open University Postgraduate Management Masters Study Program. The hypotheses tested were: (1) Interpersonal communication between students and staff in the service department had a positive effect on student satisfaction; (2) the quality of academic services has a positive effect on student satisfaction; and (3) knowing the magnitude of the influence of interpersonal communication and the quality of academic services together on student satisfaction in the UT Postgraduate Management Masters Study Program. This study used a descriptive design and survey method, with a population of students of the Master of Management Study Program throughout Indonesia and overseas, and a sample of 250 people. The data were collected through a questionnaire and then statistically analyzed with SPSS version 22.0. The analysis found that the value of $R = 0.822$ with $p = 0.000$ ($p < 0.01$). The amount of the coefficient of determination (R-Square) of interpersonal communication and the quality of academic services on student satisfaction is 67.6% (0.676). The general conclusion of this study is that interpersonal communication and academic service quality have a positive effect on student satisfaction and 67.6% of both have a positive effect on satisfaction together. The better interpersonal communication and the quality of academic services, the higher student satisfaction.

Keywords: *Interpersonal Communication, Academic Service Quality, Student Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka. Hipotesis yang diuji adalah: (1) Komunikasi interpersonal antara mahasiswa dengan staf di bagian pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa; (2) Kualitas pelayanan akademik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa; dan (3) mengetahui besaran pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana UT. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif dan metode survei, dengan populasi mahasiswa Program Studi Magister Manajemen di seluruh Indonesia dan mancanegaras, serta sampel sebanyak 250 orang. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner kemudian dianalisis secara statistik dengan SPSS versi 22.0. Hasil analisis menemukan bahwa nilai $R = 0.822$ dengan $p = 0.000$ ($p < 0.01$). Besarnya koefisien determinasi (R-Square) komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 67.6% (0.676). Kesimpulan umum dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dan 67.6% keduanya berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan. Semakin baik komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik, semakin tinggi kepuasan mahasiswa.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan Akademik, Kepuasan Mahasiswa

PENDAHULUAN

HCI (Human Capital Index) 2018 yang dirilis oleh Bank Dunia memperlihatkan bahwa Indonesia berada di peringkat ke-87

dari 157 negara yang masuk dalam peringkat.

Masalah sumber daya manusia Indonesia masih menjadi perhatian pemerintah. Banyaknya penduduk

Indonesia yang tidak memiliki sumber daya manusia memadai. Memasuki era industri 4.0, kemajuan teknologi suatu negara sangat ditentukan oleh kualitas pendidikan tinggi yang membantu suatu negara mencapai kemajuan teknologi melalui adaptasi dan inovasi. Peranan pendidikan tinggi di Indonesia adalah kunci dan sangat vital dalam menentukan kemampuan bangsa Indonesia untuk terus mencapai kemajuan dan menciptakan kemakmuran bagi seluruh rakyat Indonesia. Perguruan tinggi merupakan lembaga pendidikan tinggi yang menghasilkan lulusan yang ahli dalam berbagai kebutuhan masyarakat, bangsa dan negara.

Keberadaan Program Pascasarjana UT di tengah-tengah masyarakat menjembatani keinginan masyarakat yang memiliki keterbatasan akses pendidikan tinggi disebabkan berbagai kendala dan hambatan, baik kendala minimnya infrastruktur maupun kendala geografis. Dengan daya jangkau yang luas di seluruh pelosok tanah air, UT sangat strategis dan sangat berpotensi memajukan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

Perguruan tinggi dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan perguruan tinggi dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik agar mampu bersaing dan dapat mempertahankan eksistensinya, atau bahkan semakin berkembang dan maju. Oleh karena itu, pengelola lembaga pendidikan dituntut untuk semakin profesional dan berkompetisi secara sehat untuk dapat memberikan kepuasan yang tinggi bagi pelanggannya, yang dalam hal ini adalah mahasiswa. Kepuasan pelanggan ini merupakan salah satu kunci sukses lembaga pendidikan dalam jangka panjang.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan sistem pelayanan yang mengarah kepada kepuasan pelanggan (mahasiswa), seperti yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (1999) bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan pelayanan yang

dirasakan (perceived performance) dengan harapan (expectation). Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal ini mahasiswa adalah komunikasi interpersonal. Kotler dan Armstrong (1999) menyatakan bahwa pelanggan akan lebih merasakan kepuasan dengan staf yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap, dan keyakinan konsumen.

Saat proses pelayanan yang dilakukan staf di bagian pelayanan akademik terhadap mahasiswa terjadi, pada saat itu juga terjadi interaksi staf dengan mahasiswa. Staf di bagian pelayanan akademik harus bisa menciptakan kontak komunikasi pada mahasiswa secara baik karena kontak komunikasi yang baik itu sangat dibutuhkan mahasiswa untuk meningkatkan kinerja perguruan tinggi dan untuk mempertahankan loyalitas mahasiswa.

Komunikasi, baik yang berlangsung dalam kontak tatap muka (face to face) maupun melalui media dimana pesan-pesan mengalir melalui saluran-saluran yang bersifat antar personal, seperti dalam percakapan antar orang perorang yang dikenal sebagai komunikasi interpersonal.

UT berupaya melakukan pelayanan secara baik untuk memenuhi harapan dan kepuasan mahasiswa. Namun upaya tersebut dirasa belum sepenuhnya memuaskan mahasiswa. Masih ditemukan pelayanan yang kurang baik dari staf dibagian pelayanan terhadap mahasiswa. Ada beberapa staf yang kurang ramah dalam melayani mahasiswa ketika mahasiswa meminta bantuan, bersikap kaku, tidak mengucapkan salam.

Beberapa hal tersebut merupakan salah satu faktor yang menimbulkan ketidakpuasan mahasiswa. Selain itu mahasiswa meminta agar UT meninjau ulang fasilitas dan layanan akademik yang diberikan UT kepada mahasiswa.

Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan

lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya (Sopiatin, 2010:33).

Kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor pendorong seperti komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik. Komunikasi interpersonal adalah suatu proses sosial dimana didalamnya terkandung unsur keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif dan kesamaan yang kemudian menimbulkan sikap saling memahami dan menghargai.

De Vito (1997) menyatakan agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Keterbukaan, yaitu kesediaan untuk membuka diri dalam mengungkapkan informasi secara jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya dalam berinteraksi.
2. Empati, yaitu kemampuan seseorang mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada saat tertentu, dari sudut pandang orang lain, melalui kaca mata orang lain.
3. Sikap mendukung. Dukungan meliputi tiga hal. Pertama, *descriptiveness*, suasana yang bersikap deskriptif membantu terciptanya sikap mendukung. Kedua, *spontaneity*, yaitu kemampuan seseorang untuk berkomunikasi secara spontan dan terus terang yang mempunyai sikap terbuka dalam menyampaikan pemikirannya. Ketiga, *provisionalism*, kemampuan untuk berpikir terbuka (*open minded*).
4. Sikap Positif, yaitu kemampuan seseorang dalam memandang dirinya secara positif dan berperasaan positif saat berkomunikasi.
5. Kesetaraan. Komunikasi interpersonal akan efektif apabila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan dari kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga dan ada sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

Selain komunikasi interpersonal, kepuasan konsumen juga dipengaruhi

kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan (*service quality*) didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan dan pelanggan terhadap pelayanan yang seharusnya diperoleh dengan pendapat mereka setelah pelayanan tersebut dirasakan (1988, dalam Akbar dan Parves, 2009:38). Lima dimensi kualitas pelayanan kepada pelanggan menurut Berry, Zeithaml, dan Parasuraman (dikutip dari Tjiptono dan Gregorius, 2011:198), yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung) adalah dimensi kualitas pelayanan yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan staf dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (keandalan) adalah kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera yang dapat diandalkan, akurat dan memuaskan. Hal ini menyangkut menepati janji, penanganan keluhan, dan lain-lain.
3. *Responsiveness* (daya tangkap atau Ketanggapan), dapat dideskripsikan sebagai kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang tepat bagi pelanggan.
4. *Assurance* (jaminan), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang memfokuskan pada kemampuan untuk mendapatkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
5. *Empathy* (empati), merupakan dimensi kualitas pelayanan yang menekankan pada perlakuan pelanggan sebagai personal, yang mencakup kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas dapat diasumsikan bahwa komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan demikian akan diteliti pengaruh komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa. Adapun hipotesis penelitian yang diajukan adalah ada pengaruh komunikasi interpersonal antara mahasiswa dan staf dibagian pelayanan akademik terhadap

kepuasan mahasiswa, ada pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa, dan seberapa besar komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

No.	Faktor Jenis Kelamin	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1		Laki-laki	159	64
		Perempuan	91	36
2	Usia (Tahun)	18 – 28	29	11.6
		29 – 39	142	56.8
		≥ 40	79	31.6

METODE

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari Prodi MM Program Pascasarjana UT yang mendaftarkan awal pada 2018.1 sebanyak 250 orang.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skalar yang dibuat oleh peneliti sendiri. Peneliti menggunakan tiga buah skala untuk mengukur ketiga variabel, yaitu skala kepuasan konsumen diukur dengan 5 pertanyaan terdiri atas perasaan puas dan terpenuhinya harapan, skala komunikasi interpersonal diukur dengan 17 item berdasarkan aspek-aspek komunikasi interpersonal De Vito (1997), dan skala kualitas pelayanan akademik diukur dengan 15 item aspek-aspek kualitas pelayanan yang dikemukakan Zeithaml dkk (2000).

Lima alternatif jawaban yang disediakan, yaitu Sangat setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2) dan Sangat Tidak Setuju (1). Dari keseluruhan jawaban, kemudian diperoleh skor-skor dari tiap item. Keseluruhan skor tersebut dijumlahkan. Skor total yang diakumulasi menunjukkan tinggi rendahnya kepuasan konsumen,

komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan.

Metode analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi ganda. Analisis regresi digunakan karena merupakan analisis peramalan yang dapat dipakai untuk menguji nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Perhitungan statistik ini dilakukan dengan komputasi melalui bantuan program SPSS 22.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif Responden Deskripsi Responden penelitian secara jelas diperlihatkan pada tabel 1 berikut:

Tabel 1. Deskriptif Responden Responden sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (64%). Sebagian besar responden memiliki kisaran usia 29 – 29 tahun, yaitu sebesar 142 orang.

2. Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Interpersonal
Tabel 2 Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi Interpersonal

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	30	12.00%
Setuju	200	80.00%
Netral	16	6.40%
Tidak Setuju	4	1.60%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%

Kategori variabel komunikasi interpersonal untuk kategori sangat tidak setuju tidak ada, kategori tidak setuju ada 4 subyek (1.6%), kategori netral ada 16 subyek (6.4%), kategori setuju ada 200 subyek (80%), kategori sangat setuju ada 30 subyek (12%).

3. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Akademik

Tabel 3 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan Akademik

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	19	7.60%
Setuju	200	80.00%
Netral	0	0.00%
Tidak Setuju	30	12.00%
Sangat Tidak Setuju	1	0.40%

Kategori variabel kualitas pelayanan akademik untuk kategori sangat tidak setuju ada 1 subyek (0.4%), kategori tidak setuju ada 30 subyek (12%), kategori netral tidak ada, kategori setuju ada 200 subyek (80%), kategori sangat setuju ada 19 subyek (7.6%). Berdasarkan kategori tabel diatas, variabel kualitas pelayanan akademik dalam kategori tinggi.

4. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Tabel 4 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	7	2.80%
Setuju	200	80.00%
Netral	8	3.20%
Tidak Setuju	35	14.00%
Sangat Tidak Setuju	0	0.00%

Kategori variabel kepuasan mahasiswa untuk kategori sangat tidak setuju tidak ada, kategori tidak setuju ada 35 subyek (14%), kategori netral ada 8 subyek (3.2%), kategori setuju ada 200 subyek (80%), kategori sangat setuju ada 7 subyek (2.8%). Berdasarkan kategori tabel diatas, variabel kepuasan mahasiswa dalam kategori tinggi.

Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t	Sig.	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	0.863	0.577	Tidak signifikan
Kualitas Pelayanan Akademik	-2.553	0.061	Tidak signifikan
R ² = 0.018			

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa untuk model regresi, komunikasi interpersonal (sig. 0.389) dan kualitas pelayanan akademik (sig. 0.061) tidak signifikan, berarti tidak terjadi heterokedastisitas. Karena nilai signifikansi lebih dari 0.05%, berarti ada indikasi keragaman data tidak homogen atau heterogen. Meski demikian, determinasi uji ini sangat kecil (R² = 18%).

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

1. Hasil analisis yang diperoleh dari variabel komunikasi interpersonal memiliki nilai $r = 0.776$; $p = 0.005$, maka hipotesis diterima. Hal ini terbukti bahwa komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh R-Square sebesar 0.603. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal berpengaruh sebesar 60.3% terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Hasil analisis yang diperoleh dari variabel kualitas pelayanan akademik memiliki nilai $r = 0.774$; $p = 0.005$, maka hipotesis diterima. Hal ini terbukti bahwa kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh R-Square sebesar 0.600. Dengan kata lain, kualitas pelayanan akademik berpengaruh sebesar 60% terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Dari hasil analisis regresi diperoleh dari persamaan regresi linier $\hat{Y} = 0,441X1$

+ 0,431X2 menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa (Y) dipengaruhi secara bersama-sama oleh komunikasi interpersonal (X1) dan kualitas pelayanan akademik (X2) dengan nilai R² sebesar 0.676; p-value 0.000. Hal ini berarti bahwa kepuasan mahasiswa dipengaruhi sebesar 67,6% oleh variabel komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik, sedangkan sisanya 32,4% dipengaruhi faktor-faktor yang lain.

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, maka hipotesis yang telah diajukan, yaitu ada pengaruh positif antara komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dapat diterima. Semakin baik komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik maka semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik, maka semakin rendah pula kepuasan mahasiswa yang dirasakan.

Dalam penelitian ini komunikasi interpersonal menunjukkan bahwa staf sudah memiliki ketrampilan berkomunikasi yang cukup baik, sehingga komunikasi interpersonal yang terjalin antara staf dengan mahasiswa dapat berhasil. Kotler (2000:22) mengemukakan bahwa konsumen akan lebih merasakan kepuasan dengan karyawan yang memiliki kemampuan dalam teknik berinteraksi dengan orang lain dan mempunyai kemampuan dalam persepsi sosial agar mampu membaca perasaan, sikap dan keyakinan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kirchmayer dan Patterson (2003) bahwa komunikasi interpersonal merupakan penentu utama kepercayaan antara layanan profesional dan klien. Keterampilan mendengarkan, antusiasme yang ditunjukkan, diskusi terbuka dan jujur diperlukan untuk meyakinkan klien bahwa penasihat keuangan perlu memiliki ketrampilan profesional dalam hal berkomunikasi dengan klien. Hasil dalam penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi

interpersonal merupakan faktor yang paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa, dengan nilai sebesar 60.3%.

Saat proses pelayanan akademik terjadi interaksi antara staf dibagian pelayanan dan melalui kontak komunikasi. Staf harus bisa menciptakan kontak komunikasi yang baik dengan mahasiswa karena kontak komunikasi yang baik tersebut menjadi salah satu faktor yang menentukan puas atau tidaknya mahasiswa terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Weningtyas dan Suseno (2012) bahwa pendekatan yang profesional, ketrampilan interpersonal yang baik, kemampuan berkomunikasi, sikap yang positif, dapat berperan pada suatu citra dan tingkat kepuasan konsumen yang selanjutnya menjadi pendorong kereliasan konsumen dengan perusahaan. Namun dalam penelitian ini, kepuasan mahasiswa yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan akademik hanya memberikan pengaruh yang lebih sedikit daripada komunikasi interpersonal, yaitu sebesar 60%.

Dengan demikian komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik berpengaruh positif secara bersama-sama sebesar 67,6% terhadap kepuasan mahasiswa Prodi MM Program Pascasarjana UT.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini membuktikan ada pengaruh positif komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa dapat diterima. Semakin baik kemampuan komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik yang diberikan oleh staf, maka semakin tinggi kepuasan mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah kemampuan komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik yang diberikan oleh staf, maka semakin rendah pula kepuasan mahasiswa. Selain itu, didapatkan hasil bahwa komunikasi interpersonal dan kualitas pelayanan akademik secara

bersama-sama berpengaruh sebesar 67.6% terhadap kepuasan mahasiswa.

Saran

1. Layanan yang diberikan oleh pegawai PPs UT harus didukung oleh keterampilan komunikasi yang mudah dimengerti oleh mahasiswa.
2. Sarana dan prasarana yang mendukung pelayanan terhadap mahasiswa lebih ditingkatkan dengan cara memberikan pelatihan keterampilan dalam memberikan layanan dan mempelajari informasi tentang Program Pascasarjana UT.
3. Dengan dibentuknya Bagian Pelayanan Mahasiswa Program Pascasarjana UT diharapkan dapat lebih membantu mahasiswa Pascasarjana.
4. Bagi penelitian yang akan datang, perlu dilakukan analisis yang lebih mendalam tentang variabel komunikasi terhadap kepuasan mahasiswa dan variabel lain yang mampu mengungkap hasil penelitian yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan peningkatan kualitas pelayanan akademik yang dimiliki oleh Universitas Terbuka.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., and Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer, *ABAC journal* 29(1), 24–38.
- Cangara, Hafied. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Craig, R. T. (1999). *Communication Theory as a Field Communication Theory*, 9, 119-161.
- Creswell, Jhon W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- DeVito, Joseph, A. (1989). *The Interpersonal Communication Book, Professional Book*, Jakarta.

Kirchmajer, & Patterson, P.P. (2003). *The Role of Interpersonal Communication in the Development of Client Trust and Closeness in a SME Professional Service Context. A paper for the Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*, 16th, 2-12

Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Marketing: An introduction*, Third Edition. New Jersey: Prentice Hall

Kotler and Keller. (2009). *Marketing Manajemen*. Edisi Ketiga Belas, Erlangga. Jakarta.

Littlejohn, Stephen W and Karen A. Foss., 2008, *Theories of Human Communication*, Ninth Edition, USA: Thomson Higher Education.

Weningtyas, E. dan Suseno, M.N. (2012). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*. *Psikologika*, Volume 17, No. 1. P.17-26