

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENCIPTAKAN
KEPUASAN PELANGGAN *PET SHOP***

(Studi Pelanggan Furology Jogja)



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

I PUTU EGGY TEJA SUKMANA

180906610

PROGRAM STUDI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENCIPTAKAN
KEPUASAN PELANGGAN *PET SHOP*
(Studi Pelanggan Furology Jogja)**

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



disusun oleh :

I PUTU EGGY TEJA SUKMANA

180906610

disetujui oleh :

Drs. Josep J. Darmawan, M.A.

Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Interpersonal dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan *Pet Shop*
(Studi Pelanggan Furology Jogja)

Penyusun : I Putu Eggy Teja Sukmana

NPM : 180906610

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 18 Juli 2025

Pukul : 10.00 WIB.

Tempat : Ruang Pendadaran 2, Gedung Teresa Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 5 Yogyakarta 55281.

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, S.I.P., M.Si.

Penguji Utama

Drs. Josep J. Dermawan, M.A.

Penguji I

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penguji II

Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : I Putu Eggy Teja Sukmana

NPM : 180906610

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Komunikasi Interpersonal dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan *Pet Shop*
(Studi Pelanggan Furology Jogja)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 23 Juli 2025

Saya yang menyatakan,



I Putu Eggy Teja Sukmana

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan penelitian yang berjudul Komunikasi Interpersonal Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan *Pet Shop* (Studi Pelanggan Furology Jogja). Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat berbagai tantangan dan hambatan, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar. Berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang disebutkan berikut ini, penulis dapat menyelesaikan tugas akademik ini dengan baik. Peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Josep J. Darmawan, M.A. sebagai dosen pembimbing yang memperhatikan dan membantu saya dalam proses pembuatan skripsi dengan segala kekurangan saya.
2. Seluruh orang-orang terdekat yang selalu mendukung dan mengingatkan saya untuk menjadi sarjana.
3. Narasumber dari penelitian ini yang bersedia memberikan data dan kesempatan.
4. Teman-teman angkatan 2018 yang pastinya sudah lulus sebelum saya, terima kasih atas kenangan kuliah yang berarti.

Mohon maaf untuk segala kekurangan dan kesalahan saya dalam proses penyusunan sampai penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala kesempatan dan pengertiannya. Semoga Tuhan selalu memberkati hidup kita semua. Astungkara.

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
Abstraksi	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
E. Kerangka Teori	10
1. Komunikasi Interpersonal.....	10
2. Teori Penetrasi Sosial.....	17
3. Kepuasan Pelanggan.....	18
F. Kerangka Konsep	21
G. Metodologi Penelitian	23
1. Metode Penelitian.....	23
2. Jenis Penelitian.....	23
3. Subjek & Objek Penelitian.....	24
4. Sumber Data.....	24
5. Teknik Pengumpulan Data.....	25
6. Teknik Analisis Data.....	25
7. Triangulasi.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	28
A. <i>Pet Shop</i> Furology	28
B. Kegiatan di Furology	32
C. Narasumber	32
BAB III PEMAPARAN DAN ANALISIS DATA	35

A. Pemaparan Data Temuan	35
B. Analisis Data	45
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	50
C. Batasan Penelitian	51
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsep Hubungan Komunikasi dengan Kepuasan Pelanggan.....	21
Gambar 2.1	Hasil pencarian " <i>Pet Shop</i> " di google map area Yogyakarta.....	28
Gambar 2.2	Bagan Organisasi Furology.....	32
Gambar 3.1	Penggalan Percakapan di Pembelian Kelima.....	36
Gambar 3.2	Penggalan Percakapan di Akhir Pembelian Pertama.....	37
Gambar 3.3	Contoh Pesan Positif Penolakan Reservasi.....	42
Gambar 3.4	Review Pelanggan 1.....	49

I PUTU EGGY TEJA SUKMANA

NO.MHS: 180906610 / I.KOM

KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM MENCIPTAKAN

KEPUASAN PELANGGAN *PET SHOP*

(Studi Pelanggan Furology Jogja)

ABSTRAK

Komunikasi interpersonal merupakan aspek penting dalam membangun kepuasan pelanggan, terutama dalam bisnis jasa yang berbasis kepercayaan seperti *pet shop*. Dalam konteks ini, pelanggan tidak dapat menilai secara langsung bagaimana layanan diberikan kepada hewan peliharaan mereka, sehingga komunikasi menjadi penghubung utama antara penyedia jasa dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses komunikasi interpersonal antara penyedia jasa dan pelanggan serta bagaimana komunikasi tersebut membentuk kepuasan pelanggan di *pet shop* Furology.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari dua pihak internal (pemilik dan admin) serta dua pelanggan tetap. Analisis menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan Furology bersifat terbuka, empatik, dan konsisten. Relasi antara pelanggan dan penyedia layanan tidak hanya transaksional, melainkan membentuk hubungan emosional yang saling percaya. Komunikasi terjadi melalui media langsung dan tidak langsung (*WhatsApp*) yang berperan besar dalam membangun rasa percaya serta loyalitas.

Komunikasi interpersonal di *pet shop* Furology menciptakan kepuasan pelanggan melalui hubungan yang mengandung kepercayaan, keterbukaan, loyalitas, dan keterlibatan emosional. Komunikasi Interpersonal berjalan dengan positif, jujur, tidak berbelit-belit, dan tulus. Selain mencapai kepuasan, aspek keterbukaan dan empati dalam komunikasi dapat menghindari respon negatif dari ekspektasi yang tidak terpenuhi. Penelitian ini memiliki keterbatasan kerangka teori dan metode yang melemahkan Kesimpulan yang dihasilkan.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, *Pet Shop*, Kepuasan Pelanggan, Jasa Hewan