

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

Resto Ayam Jingkrak atau yang biasa disingkat Ajk adalah restoran makanan cepat saji yang menjajikan makanan ayam yang bertempat di Tanjungbalai. Hingga kini, Resto Ajk memiliki 3 cabang yang tersebar di Kota Tanjungbalai. Dinamakan Resto Ayam Jingkrak karena yang diunggulkan dari resto ayam jingkrak ini adalah sensasi pedas dan gurihnya.

Pada Tahun 2019, Resto Ajk pertama kali didirikan oleh bapak Syahrul. Dengan resto pertama berlokasi di Ujung Jalan Sudirman Pangkal Titi Panjang Sei Kepayang. Resto kedua didirikan pada tahun 2020 berlokasi di Depan Kementrian Agama Jalan Sudirman Gang Khalijah. Dan resto ketiga didirikan pada tahun 2021 berlokasi di Simpang Jalan H. Adlin Jalan Jenderal Sudirman Kota Tanjungbalai. Selain letaknya yang strategis, resto ini juga mempunyai sarana yang lengkap seperti tempat bermain bagi anak-anak, mushalla, toilet, wastafel, tempat parkir, dan lain-lain. Berbagai menu tersedia, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan dan minuman. Omset resto ini perhari diperkirakan sepuluh juta rupiah. Saat ini rumah makan tersebut sudah mampu mempekerjakan sebanyak 20 karyawan.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Analisis Tabel Tunggal

Analisis tabel tunggal adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Tabel tunggal dalam pembahasan ini berjumlah sama dengan jumlah pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Data dalam tabel tunggal diperoleh dari jawaban responden yang berjumlah 97 orang.

a) Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 97 responden yang terdiri dari konsumen di Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai.

Tabel 4.1
Frekuensi Pelanggan Berkunjung Ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai dalam Satu Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Jarang	4	4,1	4,1	4,1
	Jarang	30	30,9	30,9	35,1
	Sering	56	57,7	57,7	92,8
	Sangat Sering	7	7,2	7,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel ini menunjukkan jumlah kunjungan responden di Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai dalam sebulan. Berdasarkan data yang diperoleh, 4 dari 97 orang dengan persentase 4,1% berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai sangat jarang dalam sebulan. Selanjutnya, 30 dari 97 orang dengan persentase 30,9% berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai jarang dalam sebulan. Selanjutnya, 56 dari 97 orang dengan persentase 57,7% berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai sering dalam sebulan. Terakhir, 7 dari 97 orang dengan persentase 7,2% berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai Sangat Sering dalam sebulan.

Tabel 4.2

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	18-28 tahun	43	44,3	44,3	44,3
	29-39 tahun	21	21,6	21,6	66,0
	40-50 tahun	30	30,9	30,9	96,9
	51-61 tahun	3	3,1	3,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh dari tabel di atas, 43 dari 97 orang dengan persentase 44,3% berada pada rentang usia 18 hingga 28 tahun. Kemudian, 21 dari 97 orang dengan persentase 21,6% berada pada rentang usia 29-39 tahun. Selanjutnya, terdapat 30 dari 97 orang dengan persentase 30,9% berada pada rentang usia 40-50 tahun dan 3 dari 97 orang dengan persentase 3,1% berada pada rentang usia 51-61 tahun.

Tabel 4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	38,1	38,1	38,1
	Perempuan	60	61,9	61,9	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel diatas memuat data tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Berdasarkan data yang diperoleh dengan baik, responden pada penelitian ini sebagai besar adalah perempuan. Hal ini terbukti dari persentase yang menunjukkan bahwa 61,9% atau setara dengan 60 dari 97 orang berjenis kelamin perempuan. Jumlah ini tidak terlepas dari kenyataan bahwa perempuan lebih sering berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai, baik untuk bertemu kolega, atau sekedar menikmati makanan, dari pada laki-laki. Persentase responden laki-laki sebesar 38,1% atau setara dengan dengan 37 dari 97 orang. Rentang jumlah responden perempuan dan laki-laki cukup jauh.

Tabel 4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	21	21,6	21,6	21,6
	Pegawai Swasta	17	17,5	17,5	39,2
	Pegawai Negeri Sipil	6	6,2	6,2	45,4
	Pegawai BUMN	1	1,0	1,0	46,4
	Wiraswasta	35	36,1	36,1	82,5
	Lainnya	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel di atas memuat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Berdasarkan data yang diperoleh, wiraswasta mendominasi pekerjaan responden, yaitu 35 dari 97 orang (36,1%). Mahasiswa menjadi pekerjaan 21 dari 97 orang responden yang memiliki persentase 21,6%. Selanjutnya responden dengan pekerjaan pegawai swasta berjumlah 17 dari 97 orang. Responden dengan

persentase sebesar 17,5% memiliki pekerjaan di luar opsi yang telah dicantumkan peneliti, seperti ibu rumah tangga, dan tenaga honorer. Sebanyak 6 dari 97 responden (6,2%) bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil. Terakhir responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 1 dari 97 orang atau setara dengan 1%.

b) Komunikasi Antarpribadi Pelayan Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai

1) Tanggapan Responden Terhadap Sikap Keterbukaan

Tabel 4.5

Intensitas Pembeli Berkomunikasi dengan Pelayan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	85	87,6	87,6	87,6
	SS	12	12,4	12,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel diatas memuat data tentang intensitas pembeli berkomunikasi dengan pelayan. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 87,6% dari 97 responden sering berkomunikasi dengan pelayan. Responden yang berjumlah 85 orang tersebut berkomunikasi dengan barista seputar menu favorit, rekomendasi minuman atau makanan. Sebanyak 12,4% dari 97 responden menganggap dirinya sangat sering berkomunikasi dengan pelayan. Responden yang sering berkomunikasi biasanya membahas hal-hal yang lebih dari sekedar menu pada saat itu. Responden yang berjumlah 12 orang ini biasanya membahas tentang kabar sehari-hari, kegiatan sehari-hari, dan tentang lingkungan pekerjaan pelayan.

Tabel 4.6

Senyuman Tulus Kepada Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	82	84,5	84,5	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Data yang ditampilkan pada tabel diatas merupakan intensitas pemberian senyuman tulus dari pelayan kepada pembeli. Sebanyak 82 dari 97 responden merasakan senyuman tulus pelayan sering terjadi diantara mereka. Responden melihat hal tersebut dari kontak mata, bahasa tubuh, wajah berseri, senyuman yang ceria tanpa memaksa harus senyum tiga jari dan refleksi. Sebanyak 84,5 % responden ini menilai bahwa pelayan menikmati pekerjaannya sehingga melayani pelayan dengan senang hati yang dicerminkan melalui ketulusan mereka dalam memberikan senyuman. Tidak sedikit pula responden yang sangat sering menerima senyuman tulus dari pelayan Resto Ayam Jingkrak. Sebanyak 15 orang responden (15,5%) menilai senyuman barista secara positif. Hal tersebut didasari dengan pengalaman mereka yang selalu dilayani dengan sangat ramah dan penuh senyuman. Responden lainnya yang sangat sering menerima senyuman tulus pelayan memperhatikan bahwa senyuman pelayan menyentuh sudut mata yang dimaknai sebagai suatu ketulusan.

Tabel 4.7

Tutur Kata dengan Sopan dengan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	85	87,6	87,6	87,6
	SS	12	12,4	12,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel di atas memuat data mengenai tutur kata pelayan ketika berbicara dengan pembeli. Sebanyak 87,6% atau setara dengan 85 responden menilai tutur kata pelayan sopan kepada pembeli. Menurut responden, tutur kata sopan dari pelayan dipengaruhi oleh *management marketing*, sesuai SOP, menciptakan citra positif, dan kode etik pelayan. Meskipun memiliki penilaian yang berbasis pada tuntutan pekerjaan, 12 orang responden (12,4%) menganggap tutur kata pelayan yang sangat sopan tidak didorong oleh perusahaan. Responden berpendapat bahwa pelayan Resto Ayam Jingkrak memang baik orangnya, memiliki keinginan untuk dekat dengan pelayan, dan menikmati pekerjaan sebagai pelayan Resto Ayam Jingkrak karena suasana kerja dan kesejahteraan yang mendukung.

Tabel 4.8

Senyuman Tulus dan Tutur Kata Sopan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	73	75,3	75,3	75,3
	SS	24	24,7	24,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Data pada tabel diatas menampilkan tentang senyuman tulus dan tutur kata sopan yang mendukung komunikasi antara pelayan dengan pembeli. Sebanyak 75,3% dari 97 responden (73 orang) setuju akan pernyataan bahwa senyuman tulus dan tutur kata sopan membuat komunikasi antara pelayan dengan pembeli terjalin baik. Alasan mereka setuju dengan hal tersebut adalah pembeli akan melakukan hal serupa apabila diperlukan demikian, sehingga komunikasi akan berjalan secara positif. Selain itu, mereka juga merasa tertarik untuk datang kembali karena sikap yang ditunjukkan pelayan melalui senyuman dan tutur kata. Responden merasa lebih dihargai dengan senyuman tulus dan tutur kata yang diberikan oleh pelayan.

Terdapat 24,7% dari 97 responden atau setara dengan 24 orang sangat setuju dengan pernyataan diatas. Mereka merasa sangat senang dengan hal yang dilakukan oleh pelayan. Ketulusan dan keramahan pelayan melalui senyuman dan tutur kata mampu mengubah mood pembeli menjadi lebih baik. Responden juga menganggap bahwa pembawaan positif seperti itu akan menghasilkan komunikasi yang positif juga. Selain itu, pembeli merasa bahwa sikap pelayan ini bertujuan untuk menciptakan *mutual feeling* dengan pembeli sehingga dapat tercapai kepuasan pembeli. Ketika kepuasan pembeli sudah tercapai maka akan berpengaruh positif terhadap pendapat dan keuntungan perusahaan.

Tabel 4.9

Intensitas Pembeli Menceritakan Hal Pribadi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	35	36,1	36,1	36,1
	TS	30	30,9	30,9	67,0
	S	28	28,9	28,9	95,9
	SS	4	4,1	4,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data pada tabel diatas, terdapat 35 orang dari 97 responden dengan persentase 36,1% sangat tidak sering menceritakan hal-hal pribadi dengan pelayan. Mereka merasa tidak perlu menceritakannya karena tidak ada kepentingan pelayan akan hal tersebut. Selain itu, responden juga memiliki prinsip bahwa hal pribadi cukuplah untuk diri sendiri saja. Kemudian sebanyak 30 orang dari 97 responden dengan persentase 30,9% tidak sering menceritakan hal- hal pribadi dengan pelayan. Hal pribadi yang mereka bahas biasanya seputar kesulitan kuliah atau pekerjaan dan kesibukan responden saat ini. Terdapat 28 orang dengan persentase 28,9% yang menjawab sering dan 4 orang dengan persentase 4,1% yang menjawab sangat sering menceritakan hal pribadi dengan pelayan. Responden ini beralasan bahwa intensitas pertemuan yang tinggi dengan pelayan membuat mereka saling mengenal dan akrab. Keakraban tersebut menciptakan rasa percaya yang tinggi bagi responden untuk menceritakan hal pribadinya dengan pelayan. Salah satu responden tidak sungkan untuk membahas permasalahan *online shop* miliknya hingga masalah keuangan yang sedang dihadapi oleh responden.

2) Sikap Empati

Tabel 4.10

Pemahaman Terhadap Perasaan Pembeli Melalui Raut Wajah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	10,3	10,3	10,3
	TS	19	19,6	19,6	29,9
	S	66	68,0	68,0	97,9
	SS	2	2,1	2,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel diatas memuat data mengenai kemampuan pelayan dalam memahami perasaan pelanggan melalui rawat wajah. Pemahaman yang dimaksud adalah saat pembeli baru tiba di Resto Ayam Jingkrak. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 66 orang dengan persentase 68% setuju dengan pernyataan pelayan mampu memahami perasaan pembeli melalui raut wajahnya. Kemudian, 19,6% dari 97 responden (19 orang) dan 10,3% dari 97% (10 orang) menganggap pelayan tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan pelayan mampu memahami

perasaan pembeli melalui raut wajah yang ditampilkan. 2,1% dari 97 responden (2 orang) yang sangat setuju dengan pernyataan pelayan mampu memahami perasaan pembeli melalui raut wajah saat tiba di Resto Ayam Jingkrak.

Tabel 4.11

Pelayan Memahami Kebutuhan Pembeli dengan Baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,1	3,1	3,1
	TS	13	13,4	13,4	16,5
	S	76	78,4	78,4	94,8
	SS	5	5,2	5,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Data pada tabel diatas membahas tentang pelayan memahami kebutuhan pembeli dengan baik. Berdasarkan data yang diperoleh 76 dari 97 responden (78,4%) setuju dengan pernyataan pelayan memahami kebutuhan pembeli dengan baik. Kemudian, 13,4% dari 97 responden (13 orang) dan 3,1% dari 97 responden (3 orang) tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan pernyataan pelayan memahami kebutuhan pembeli dengan baik. Dan 5 dari 97 responden (5,2%) yang memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.12

Pelayan Memahami Keinginan Pembeli dengan Baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3,1	3,1	3,1
	TS	9	9,3	9,3	12,4
	S	82	84,5	84,5	96,9
	SS	3	3,1	3,1	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Data tabel diatas membahas tentang pelayan memahami keinginan pembeli dengan baik. Berdasarkan data yang diperoleh 82 dari 97 responden (84,5%) setuju dengan pernyataan pelayan memahami keinginan pembeli dengan baik. Kemudian, 9 dari 97 responden (9,3%) dan 3 dari 97 responden (3,1%) tidak setuju dan sangat

tidak setuju dengan pernyataan pelayan memahami keinginan pembeli dengan baik. Dan 3 dari 97 responden (3,1%) yang sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.13
Sikap Pelayan Sangat Antusias Terhadap Produk Pilihan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	7	7,2	7,2	8,2
	S	74	76,3	76,3	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Data pada tabel diatas membahas tentang sikap pelayan saat pembeli memesan suatu produk di Resto Ayam Jingkrak. Sebagian besar responden (76,3%) setuju dengan pernyataan sikap pelayan sangat antusias terhadap produk pilihan pembeli. Sebanyak 15 dari 97 responden (15,5%) memilih sangat setuju dengan pernyataan sikap pelayan sangat antusias terhadap produk pilihan pembeli. Dan 7 dari 97 responden (7,2%) tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Terakhir, 1 dari 97 responden (1%) memilih sangat tidak setuju dengan pernyataan sikap pelayan sangat antusias terhadap produk pilihan pembeli.

Tabel 4.14

Sikap Pelayan Baik Setelah Mengetahui Perasaan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,2	8,2	8,2
	S	76	78,4	78,4	86,6
	SS	13	13,4	13,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sebagian besar responden dengan persentase 78,4% (76 orang) memilih setuju terhadap pernyataan sikap pelayan baik setelah mengetahui perasaan pembeli. Berdasarkan pengalaman responden, pelayan menjawab pertanyaan mereka dengan ramah meskipun responden sedang merasa tidak senang. Sikap pelayan tersebut mampu membuat perasaan responden lebih baik. Sebanyak 13,4%

atau setara dengan 13 orang memilih sangat setuju dengan pernyataan sikap pelayan baik setelah mengetahui perasaan pembeli. Terakhir, 8 dari 97 responden (8,2%) memilih tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

3) Sikap Mendukung

Tabel 4.15

Fleksibilitas dalam Berkomunikasi dengan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,1	4,1	4,1
	S	78	80,4	80,4	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh, terlihat jelas bahwa mayoritas dengan persentase 80,4% dari 97 responden (78 orang) setuju dengan sikap pelayan Resto yang fleksibel dalam menjalin komunikasi dengan pembeli. Responden berpendapat bahwa sikap tersebut didorong oleh keinginan resto untuk membuat pembeli nyaman dan merasa dihargai saat berada di Resto Ayam Jingkrak. Sebanyak 15 orang dengan persentase 15,5% dari 97 responden bahkan sangat setuju dengan sikap pelayan yang fleksibel saat berkomunikasi dengan pembeli. Pelayan dianggap mampu berkomunikasi dengan beragam tipe pembeli dan memperlakukan mereka sama satu dengan lainnya. Kemampuan pelayan untuk berkomunikasi secara fleksibel didukung oleh pengalaman mereka bertemu dengan banyak sifat dan sikap pembeli.

Terdapat banyak responden yang setuju dan sangat setuju dengan pernyataan sikap fleksibel pelayan dalam menjalin komunikasi dengan pembeli, tetapi tetap saja ada responden yang bahkan tidak setuju dengan pernyataan tersebut. Sebanyak 4 orang (4,1%) tidak setuju akan hal demikian. Mereka menganggap bahwa pelayan ramah dengan semua pembeli sehingga tidak dapat dikatakan bahwa pelayan fleksibel dalam berkomunikasi. Empat responden ini melihat sikap ramah pelayan sama untuk semua tipe pembeli.

Tabel 4.16

Fleksibilitas Mendukung Suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	17	17,5	17,5	17,5
	TS	8	8,2	8,2	25,8
	S	62	63,9	63,9	89,7
	SS	10	10,3	10,3	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Resto Ayam Jingkrak memiliki salah satu nilai dalam menjalankan restonya, yaitu membuat pembeli nyaman seperti berada di “rumah ketiga”. Sikap fleksibel pelayan menjadi salah satu indikator untuk merealisasikan nilai tersebut. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden, mayoritas setuju dengan realisasi melalui sikap fleksibel pelayan. Hal ini dapat terlihat jelas dari frekuensi responden yang setuju, yakni 62 orang dengan persentase 63,9% dari 97 responden. Tidak hanya setuju, 10,3% dari total responden (10 orang) menyatakan sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Responden merasakan seperti berbicara atau tinggal dengan keluarga saat berkomunikasi dengan pelayan. Sikap fleksibel pelayan membuktikan keramahan pelayan kepada pelanggannya. Efek dari sikap tersebut adalah kenyamanan yang dirasakan oleh respon dan membuat mereka tidak berpikir ulang untuk menghabiskan waktu di Resto Ayam Jingkrak.

Tidak semua responden setuju terhadap pernyataan diatas. Terdapat 8 orang dengan persentase 8,2% tidak setuju dan 17 orang dengan persentase 17,5% sangat tidak setuju dengan sikap fleksibel pelayan membantu merealisasikan konsep rumah ketiga. Responden beralasan bahwa suasana “rumah” tergantung pada masing-masing pribadi tanpa dipengaruhi oleh orang lain, termasuk sikap pelayan. Banyak orang yang menganggap suasana *homie* hanya diperoleh saat berada di rumah.

Tabel 4.17

Pelayan Meyakinkan Pembeli Datang Kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,1	4,1	4,1
	S	76	78,4	78,4	82,5
	SS	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel diatas menunjukkan sikap pelayan dalam meyakinkan pembeli untuk datang kembali ke Resto Ayam Jingkrak. Sebanyak 76 orang dengan persentase 78,4% dari 97 responden memilih setuju untuk datang kembali ke Resto Ayam Jingkrak. Tanpa ragu, 17 orang dengan persentase 17,5% dari 97 responden memilih sangat setuju untuk datang kembali ke Resto Ayam Jingkrak. Alasan mereka berpendapat demikian dapat dilihat dari pernyataan sebelumnya bahwa responden memperoleh kenyamanan melalui sikap fleksibel, senyuman tulus, tutur kata sopan, dan pelayanan dari pelayan kepada pembeli. Mereka tidak berpikir ulang untuk menghabiskan waktu selanjutnya di Resto Ayam Jingkrak.

Mayoritas responden memang yakin pada sikap pelayan untuk menarik mereka kembali ke Resto Ayam Jingkrak tetapi tetap saja ada pihak yang bertentangan akan hal tersebut. Sebanyak 4 orang (4,1%) memilih tidak setuju untuk datang kembali ke Resto Ayam Jingkrak. Responden tersebut menganggap bahwa kepentingan yang akan membuat mereka datang kembali tanpa dipengaruhi oleh lainnya.

4) Sikap Positif

Tabel 4.18

Sambutan Baik kepada Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	83	85,6	85,6	85,6
	SS	14	14,4	14,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Melalui data pada tabel diatas, dapat dilihat dengan jelas bahwa mayoritas responden merasakan sambutan yang baik dari pelayan ketika berkunjung ke Resto Ayam Jingkrak dimana sebanyak 83 orang dengan persentase 85,6% dari 97 responden setuju dengan pernyataan pelayan memberikan sambutan yang baik saat datang ke Resto Ayam Jingkrak dan 14 orang dengan persentase 14,4% dari 97 responden memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.19

Ucapan Terima Kasih Kepada Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	72	74,2	74,2	74,2
	SS	25	25,8	25,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel data diatas menunjukkan intensitas pelayan mengucapkan terima kasih kepada para pembelinya. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 72 orang dari 97 responden memilih setuju dengan pernyataan pelayan mengucapkan terima kasih saat pembeli melakukan transaksi dan meninggalkan resto. Dan 25 orang dari 97 responden (25,8%) memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.20

Pelayan Memberikan Sapaan Akrab Kepada Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,1	3,1	3,1
	S	79	81,4	81,4	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sapaan akrab menjadi sesuatu yang sering diberikan oleh pelayan kepada pembelinya. Hal ini terbukti dari data yang menunjukkan bahwa 79 orang (81,4%) memilih setuju untuk pernyataan pelayan memberikan sapaan akrab kepada pembeli. Kemudian, 15 orang dari 97 responden (15,5%) memilih sangat setuju atas pernyataan tersebut. Tidak dapat dipungkiri ternyata ada 3 orang dengan persentase

3,1% memilih tidak setuju dengan pernyataan pelayan memberikan sapaan akrab kepada pembeli.

5) Sikap Kesetaraan

Tabel 4.21

Penilaian Pembeli Terhadap Pelayanan Pelayan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	82	84,5	84,5	84,5
	SS	15	15,5	15,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sebanyak 84,5% dari 97 responden (82 orang) dan 15,5% dari 97 responden (15 orang) memilih setuju dan tidak setuju terhadap penilaian pelayanan yang diberikan oleh pelayan dengan baik. Mereka merasakan keramahan dan sopan santun pelayan kepada pembeli menunjukkan pelayanan yang berkualitas. Kinerja pelayan yang cepat, akrab, dan tidak berlebihan membuat 97 orang ini menilai positif pelayanan tersebut.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Tabel 4.22

Pelayan Selalu Menganggap Pembeli Sebagai Sesuatu yang Penting

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,1	2,1	2,1
	S	74	76,3	76,3	78,4
	SS	21	21,6	21,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Tabel diatas memuat data tentang sikap pelayan yang selalu menganggap pembeli sebagai sesuatu yang penting. Terdapat 76,3% dari total responden atau setara dengan 74 orang yang setuju dengan pernyataan tersebut bahkan 21 orang lainnya 21,6% sangat setuju dianggap demikian. Beberapa hal mereka jadikan bukti bahwa pelayan benar-benar menjadikan pembelinya sebagai raja dan memperlakukan mereka dengan sangat sempurna. Pelayan akan membersihkan

meja sebelum digunakan oleh responden, mengucapkan salam dan terima kasih dan melayani responden dengan sungguh-sungguh. Pelayan juga tidak sungkan meminta maaf saat responden menunggu terlalu lama.

Sebanyak 2 orang dengan persentase 2,1% dari 97 responden memilih tidak setuju. Alasan mereka memilih tidak setuju adalah ketidaktahuan mereka akan hal-hal yang dipikirkan oleh pelayan sebenarnya. Mereka juga tidak pernah memperhatikan lebih intim perlakuan pelayan menjadikan mereka berharga atau biasa saja.

Tabel 4.23

Pelayan Menjelaskan Mengenai Menu Makanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,1	2,1	2,1
	S	76	78,4	78,4	80,4
	SS	19	19,6	19,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 76 dari 97 responden (78,4%) yang memilih setuju dengan pernyataan pelayan menjelaskan mengenai menu makanan. Selanjutnya, 19 dari 97 responden (19,6%) memilih sangat setuju dengan hal tersebut. Bahkan ada juga yang memilih tidak setuju akan pernyataan tersebut sebanyak 2 orang dari 97 responden dengan persentase (2,1%).

c) Kepuasan Pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai

Tabel 4.24

Kondisi Resto Ayam Jingkrak Bersih, Rapi, dan Nyaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	73	75,3	75,3	75,3
	SS	24	24,7	24,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil data diatas, sebanyak 73 dari 97 responden (75,3%) yang memilih setuju dengan pernyataan kondisi resto ayam jingkrak bersih, rapi, dan nyaman. Selanjutnya, 24 dari 97 responden (24,7%) memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.25

Intensitas Mengutamakan Kepentingan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,1	3,1	3,1
	S	64	66,0	66,0	69,1
	SS	30	30,9	30,9	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 66% dari 97 responden (64 orang) memilih setuju dengan pernyataan pelayan mengutamakan kepentingan pembeli. Selanjutnya, 30 dari 97 responden (30,9%) memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Bahkan ada juga yang memilih tidak setuju dengan pernyataan pelayan mengutamakan kepentingan pembeli yaitu 3 dari 97 responden (3,1%).

Tabel 4.26

Pembeli Merasa Nyaman saat Berkomunikasi dengan Pelayan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	75	77,3	77,3	77,3
	SS	22	22,7	22,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 75 dari 97 responden (77,3%) memilih setuju dengan pernyataan pembeli merasa nyaman saat berkomunikasi dengan pelayan. Selanjutnya, 22 dari 97 responden (22,7%) memilih sangat setuju dengan pernyataan hal tersebut. Sikap pelayan dalam berkomunikasi baik secara verbal maupun non verbal membuat responden nyaman saat berada di Resto Ayam Jingkrak. Tidak hanya nyaman, responden juga tertarik untuk datang kembali di waktu selanjutnya.

Tabel 4.27

Resto AJK Mampu Menarik Perhatian Perhatian Banyak Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	75	77,3	77,3	77,3
	SS	22	22,7	22,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data diatas, sebanyak 75 dari 97 responden (77,3%) memilih setuju dengan pernyataan pembeli setuju bahwa Resto Ayam Jingkrak mampu menarik perhatian banyak pembeli. Selanjutnya, 22 dari 97 responden (22,7%) memilih sangat setuju dengan pernyataan hal tersebut. Alasan mereka berpendapat demikian dapat dilihat dari pernyataan sebelumnya bahwa responden memperoleh kenyamanan melalui sikap fleksibel, senyuman tulus, tutur kata sopan, dan pelayanan dari pelayan kepada pembeli. Mereka tidak berpikir ulang untuk menghabiskan waktu selanjutnya di Resto Ayam Jingkrak.

Tabel 4.28

Ketepatan Waktu Pemesanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	84	86,6	86,6	86,6
	SS	13	13,4	13,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan hasil data diatas, sebanyak 84 dari 97 responden (86,6%) memilih setuju dengan pernyataan ketepatan waktu pemesanan. Dan 13 dari 97 responden memilih sangat setuju dengan pernyataan ketepatan waktu pemesanan.

Tabel 4.29

Realisasi "Rumah Ketiga" oleh Resto Ayam Jingkrak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	76	78,4	78,4	78,4
	SS	21	21,6	21,6	100,0

Total	97	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Berdasarkan data yang diperoleh, 76 dari 97 responden (78,4%) menganggap bahwa nilai “rumah ketiga” sudah sesuai dengan kenyataan. Sebanyak 21 dari 97 responden (21,6%) merasa sangat sesuai dengan rumah adanya. Pendapat mereka didasari oleh tingkat kenyamanan yang tinggi yang diberikan oleh Resto Ayam Jingkrak.

Tabel 4.30

Kualitas Pelayan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	72	74,2	74,2	74,2
	Sangat Baik	25	25,8	25,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data diatas, 74,2% dari 97 responden (72 orang) memiliki kualitas baik tentang kualitas pelayan yang dimiliki oleh Resto Ayam Jingkrak. Sebanyak 25,8% dari 97 orang (25 orang) menilai sangat baik kualitas pelayan. Pelayan yang berkualitas positif dapat dilihat dari tanggapan positif responden. Mereka telah merasakan kenyamanan dari sikap yang ditunjukkan oleh pelayan.

Tabel 4.31

Pelayanan yang Diberikan Sesuai dengan Harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	85	87,6	87,6	87,6
	SS	12	12,4	12,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 85 dari 97 responden (87,6%) memilih setuju dengan pernyataan pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pembeli. Selanjutnya, sebanyak 12 dari 97 responden (12,4%) memilih sangat setuju akan hal tersebut.

Tabel 4.32

Dapat Menjawab Pertanyaan Pembeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	73	75,3	75,3	75,3
	SS	24	24,7	24,7	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data diatas, sebanyak 73 dari 97 responden (75,3%) memilih setuju dengan pernyataan pelayan dapat menjawab pertanyaan pembeli dengan lengkap. Dan sebanyak 24 dari 97 responden (24,7%) memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4.33

Kepuasan Pembeli Terhadap Komunikasi Pelayan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	71	73,2	73,2	73,2
	SS	26	26,8	26,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang terkumpul, 71 dari 97 responden (73,2%) memilih setuju dengan pernyataan pembeli mendapatkan kepuasan dari komunikasi yang dilakukan oleh pelayan. Sebanyak 26 orang dengan persentase 26,8% responden bahkan sangat setuju dengan komunikasi pelayan tersebut. Sikap pelayan dalam berkomunikasi membuat responden nyaman saat berada di Resto Ayam Jingkrak. Tidak hanya sekedar nyaman, responden juga tertarik untuk datang kembali di waktu selanjutnya.

Tabel 4.34

Menjadi Pembeli yang Setia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,2	8,2	8,2
	S	83	85,6	85,6	93,8
	SS	6	6,2	6,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Berdasarkan data yang terkumpul, sebanyak 83 dari 97 responden (85,6%) memilih setuju dengan pernyataan menjadi pembeli yang setia. Sebanyak 6 dari 97 responden (6,2%) memilih sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Alasan mereka berpendapat demikian dapat dilihat dari pernyataan sebelumnya bahwa responden memperoleh kenyamanan melalui sikap fleksibel, senyuman tulus, tutur kata sopan, dan pelayanan dari pelayan kepada pembeli. Mereka tidak berpikir ulang untuk menjadi pembeli yang setia di Resto Ayam Jingkrak.

Mayoritas responden memang yakin untuk menjadi pembeli yang setia di Resto Ayam Jingkrak tetapi tetap saja ada pihak yang bertentangan akan hal tersebut. Sebanyak 8 dari 97 responden (8,2%) memilih tidak setuju dengan pernyataan tersebut. mereka merasa bahwa pelayan tidak meyakinkan mereka untuk menjadi pembeli yang setia di Resto Ayam Jingkrak. Responden tersebut menganggap bahwa kepentingan yang akan membuat mereka menjadi pembeli yang setia tanpa dipengaruhi oleh hal lainnya.

2. Analisis Tabel Silang

Analisis tabel silang merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki variabel yang lainnya sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut bernilai positif atau negatif (Singarimbun, 2008: 273).

Tabel 4.35

Hubungan antara Sambutan Baik kepada Pembeli dengan Kualitas Pelayan

			Kualitas Pelayan		Total
			Baik	Sangat Baik	
Sambutan Baik Kepada Pembeli	Sering	Count	69	14	83
		% within Sambutan Baik Kepada Pembeli	83,1%	16,9%	100,0%
	Setiap Saat	Count	6	8	14
		% within Sambutan Baik Kepada Pembeli	42,9%	57,1%	100,0%
Total	Count	75	22	97	
	% within Sambutan Baik Kepada Pembeli	77,3%	22,7%	100,0%	

Tabel silang diatas menjelaskan tentang hubungan antara intensitas sambutan yang baik dari pelayan kepada pembeli dengan kualitas pembeli. Berdasarkan data yang diperoleh, sebanyak 83 orang dari 97 responden sering mendapatkan sambutan yang baik dari pelayan ketika tiba di Resto Ayam Jingkrak. Dari 83 orang yang mengaku sering mendapatkan sambutan yang baik, terdapat 69 orang menganggap kualitas barista baik, 14 orang menganggap kualitas pelayan sangat baik. Tidak hanya sering memberikan sambutan yang baik, sebanyak 14 orang menerima sambutan baik setiap saat dari pelayan Resto Ayam Jingkrak ketika tiba disana. Dari 14 orang tersebut, terdapat 8 orang yang menilai kualitas pelayan Resto Ayam Jingkrak sangat baik, 6 orang yang menilai kualitas pelayan Resto Ayam Jingkrak baik.

Berdasarkan uraian diatas, mayoritas responden sering menerima sambutan yang baik dari Pelayan Resto Ayam Jingkrak dan responden juga menilai kualitas barista yang dimiliki oleh Resto Ayam Jingkrak. Sambutan berupa ucapan selamat datang memberikan kenyamanan tersendiri bagi para responden selama berada di Resto Ayam Jingkrak.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Tabel 4.36

Hubungan antara Fleksibilitas Mendukung Suasana “Rumah Ketiga” di Resto Ayam Jingkrak dengan Realisasi “Rumah Ketiga”

			Realisasi "rumah ketiga"		Total
			Sesuai	Sangat Sesuai	
Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	Sangat Tidak Setuju	Count	17	0	17
	Setuju	% within Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	100,0%	0,0%	100,0%
Resto Ayam Jingkrak	Tidak Setuju	Count	8	0	8
	Setuju	% within Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	100,0%	0,0%	100,0%
Setuju			Count	11	62

	% within Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	82,3%	17,7%	100,0%
Sangat Setuju	Count	0	10	10
	% within Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	0,0%	100,0%	100,0%
Total	Count	76	21	97
	% within Fleksibilitas Mendukung Suasana "Rumah Ketiga" di Resto Ayam Jingkrak	78,4%	21,6%	100,0%

Data tentang hubungan antara sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak dengan penilaian pembeli terhadap realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak dapat dilihat melalui tabel diatas. Terdapat 62 orang dari 97 responden yang setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak. Dari 62 orang, sebanyak 51 orang menilai bahwa realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak sudah sesuai, 11 orang bahkan menilai realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak sudah sangat sesuai. Tidak hanya setuju, sebanyak 10 orang sangat setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak. Dari 10 orang tersebut, terdapat 10 orang yang menilai realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai sangat sesuai. Selanjutnya ada 17 orang yang sangat tidak setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak. Dari 17 orang sebanyak 17 orang yang menilai realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak sesuai. Selanjutnya ada 8 orang yang tidak setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak. Dari 8 orang sebanyak 8 orang menilai realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak sesuai.

Berdasarkan uraian diatas, mayoritas responden (62 orang) setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak dan 76 orang menilai realisasi “rumah ketiga” oleh Resto Ayam Jingkrak sudah

sesuai. Hal ini patut dipertahankan untuk meningkatkan kenyamanan untuk para pengunjung seperti sedang berada di rumah. Selain itu faktor lain yang mampu mendukung suasana “rumah ketiga” harus diperhatikan oleh Resto Ayam Jingkrak karena masih ada responden yang tidak setuju bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung suasana tersebut.

3. Uji Hipotesis

Setelah menyelesaikan tabel tunggal dan tabel silang maka peneliti melakukan langkah selanjutnya, yaitu menguji hipotesis. Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini ditolak atau diterima. Hipotesis ini meliputi variabel bebas (X) Komunikasi Antarpribadi Pelayan Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai dan variabel terikat (Y) dengan Kepuasan Pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai.

Sebelum melakukan pengujian tentang hubungan variabel X terhadap variabel Y, peneliti terlebih dahulu melakukan uji tingkat hubungan antara kedua variabel yang dilakukan dengan menggunakan rumus *Spearman's Rho Rank-Order Correlation* oleh Spearman menggunakan peranti lunak SPSS versi 26. Hasil uji korelasi bivariat Spearman diperoleh sebesar:

Tabel 4.
Uji Hipotesis

Correlations

		Komunikasi Antarpribadi Pelayan Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai	Kepuasan Pembeli
Spearman's rho	Komunikasi Antarpribadi	Correlation Coefficient	1,000
	Pelayan Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai	Sig. (2-tailed)	,564**
		N	97
	Kepuasan Pembeli	Correlation Coefficient	,564**
		Sig. (2-tailed)	1,000
		N	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil korelasi dengan menggunakan rumus Koefisien Korelasi oleh Spearman pada tabel diatas, H_0 di tolak jika signifikansi $< 0,05$ (Eriyanto, 2011:363). Korelasi hubungan komunikasi antarpribadi pelayan dengan kepuasan pembeli di Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara hubungan komunikasi antarpribadi pelayan dengan kepuasan pembeli di Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai.

Selanjutnya untuk melihat tinggi rendahnya korelasi digunakan skala Guilford, yaitu sebagai berikut (Kriyantono, 2006:169):

0	: tidak ada korelasi
<0,20	: korelasi rendah sekali
0,20 – 0,40	: korelasi rendah tapi pasti
0,41 – 0,70	: korelasi yang cukup berarti
0,71 – 0,90	: korelasi yang tinggi; kuat
0,91 – 1,00	: korelasi sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan
1	: korelasi sempurna

Berdasarkan hasil korelasi menggunakan rumus Koefisien Korelasi oleh Spearman pada tabel diatas, besar korelasi koefisien Spearman (ρ) variabel komunikasi antarpribadi pelayan adalah 0,564. Dengan menggunakan skala Guilford hasil 0,564 menunjukkan korelasi yang cukup berarti.

Besarnya kekuatan pengaruh (D) komunikasi antarpribadi pelayan dengan pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai dapat diketahui berdasarkan nilai r_s hitungan. Kekuatan pengaruh pada penelitian ini disebut juga dengan uji determinan yang dapat dihitung melalui rumus berikut

$$\begin{aligned}
 D &= r_s^2 \cdot 100\% \\
 &= (0,564)^2 \times 100\%
 \end{aligned}$$

$$= 0,318 \times 100\%$$

$$D = 31,8\%$$

Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien determinan menunjukkan bahwa hubungan komunikasi antarpribadi pelayan dengan kepuasan pembeli di Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai sebesar 31,8%, sedangkan sisanya 68,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Pembahasan

Komunikasi tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia. Pada setiap hubungan pasti terjalin komunikasi, termasuk pada hubungan antara pelayan dengan pembeli. Konteks komunikasi antarpribadi terjadi dalam hubungan tersebut. Seperti diketahui, komunikasi antarpribadi merujuk pada komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang (Mulyana, 2009:81). Hal ini sesuai dengan komunikasi yang dilakukan oleh pelayan dengan pembeli, yaitu secara langsung dan terdiri dari dua orang yang saling berinteraksi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang selalu melibatkan pertemuan spontan dan tidak terstruktur antara dua, tiga, atau empat orang yang dikemukakan oleh Dean Barnlund (Liliweri, 1991:12). Komunikasi antarpribadi pelayan dengan pembeli terjadi spontan karena adanya kepentingan kedua belah pihak, pembeli membutuhkan pelayanan dan pelayan menanggapi karena memang sudah tugasnya. Komunikasi tersebut dimulai tanpa tujuan terlebih dahulu semua terjadi begitu saja saat pembeli tiba di Resto Ayam Jingkrak. Komunikasi yang terjadi berbalas-balasan antara pelayan dengan pembeli. Misalnya, ketika pelayan menawarkan produk maka akan ditanggapi oleh pembeli walaupun tanggapan tersebut tidak selamanya positif. Komunikasi antarpribadi yang terjalin menggunakan makna seperti senyuman dan berakibat terhadap sesuatu.

Melalui penelitian ini, ciri-ciri komunikasi antarpribadi telah dipenuhi pada hubungan antara pelayan dengan pembeli. Penelitian ini telah membuktikan bahwa Komunikasi antarpribadi pelayan dengan kepuasan pembeli terdapat adanya hubungan melalui beberapa aspek, seperti keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan (Suranto, 2011:82). Keterbukaan pelayan untuk

berkomunikasi dengan pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai. Keterbukaan ini memengaruhi cara pelayan dalam berbicara dan senyuman tulus. Empati ini cara pelayan mencoba memahami apa yang diinginkan pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai. Sikap mendukung yaitu sikap fleksibel pelayan saat berkomunikasi dengan pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai. Sikap positif, yakni keramahan pelayan dalam melakukan interaksi dengan pembeli Resto Ayam Jingkrak Tanjungbalai dan sikap positif pelayan dilihat dari senyuman, sapaan, sambutan, dan ucapan terimakasih. Dan kesetaraan yaitu cara pelayan menempatkan dirinya dan pembeli.

Pertukaran sosial memiliki beberapa bentuk, antara lain pertukaran langsung, pertukaran tergeneralisasi, dan pertukaran produktif (West dan Turner, 2008: 226). Dalam penelitian ini, pertukaran tergeneralisasi tepat untuk mendefinisikan komunikasi antara pelayan dengan pembeli. Pertukaran tergeneralisasi merupakan pertukaran dimana timbal balik yang terjadi melibatkan jaringan sosial dan tidak terbatas pada dua individu. Pertukaran ini melibatkan timbal balik yang bersifat tidak langsung. Hal ini dapat dilihat jelas saat pelayan menjalin komunikasi dengan pembeli maka pembeli merasakan kenyamanan di Resto Ayam Jingkrak.

Pada penelitian ini, responden menilai pelayan memiliki keterbukaan dalam berkomunikasi karena mereka memberikan senyuman tulus dan bertutur kata sopan. Keterbukaan ini diyakini responden dapat membuat hubungan komunikasi antara pelayan dengan pembeli terjalin dengan baik. Selain itu, responden juga meyakini bahwa pelayan memiliki empati yang tinggi kepada pembeli. Hal itu dapat dilihat melalui kemampuan pelayan dalam memahami perasaan pembeli melalui raut wajah, sikap baik pelayan setelah mengetahui perasaan pembeli, dan ketepatan serta sikap pelayan terhadap produk pilihan pembeli yang baik dan mendukung selera pembeli tersebut.

Hubungan komunikasi antarpribadi pelayan dengan kepuasan pembeli dapat dinilai baik oleh responden juga dapat melalui sikap fleksibel pelayan dalam berkomunikasi. Sikap tersebut mampu membuat pelanggan merasa dihargai karena komunikasi yang digunakan sesuai dengan pembeli. Sikap fleksibel pelayan juga

mendukung terciptanya kenyamanan bagi pembeli seolah sedang berbicara dengan orang dirumah. Hal inilah yang membuat responden menilai bahwa sikap fleksibel pelayan mendukung terciptanya suasana “rumah ketiga” di Resto Ayam Jingkrak. Selain itu, sikap fleksibel dan kenyamanan yang ditunjukkan oleh pelayan meyakinkan pembeli untuk datang kembali ke Resto Ayam Jingkrak pada kesempatan lain.

Semua yang dilakukan pelayan selama pembeli berada di Resto Ayam Jingkrak dinilai positif oleh responden. Sikap positif pelayan diawali dengan sambutan yang baik saat pembeli baru tiba, sapaan yang akrab untuk menyebut pembeli, dan setiap saat mengucapkan terima kasih ketika pembeli selesai melakukan transaksi maupun meninggalkan Resto Ayam Jingkrak. Hal-hal tersebut membuat pembeli selalu merasa berharga oleh pelayan. Pembeli menilai pelayanan pelayan baik dan puas dengan kualitas komunikasi yang ditunjukkan pelayan mulai dari awal hingga akhir.

Resto Ayam Jingkrak sebagai suatu resto memiliki nilai layaknya resto lain. Salah satu nilai Resto Ayam Jingkrak adalah memberikan kenyamanan bagi pembeli layaknya sedang berada di “rumah ketiga”. Nilai ini berhasil diwujudkan oleh Resto Ayam Jingkrak, terbukti melalui penilaian responden terhadap kesesuaian kenyamanan pembeli.

Penelitian ini membuktikan bahwa perwakilan resto di masyarakat mampu membentuk pandangan masyarakat terhadap resto yang bersangkutan. Pada penelitian ini jelas terlihat hubungan komunikasi antarpribadi oleh pelayan mempengaruhi pandangan kepuasan pembeli terhadap Resto Ayam Jingkrak. Pelayan yang mampu menjalin komunikasi antarpribadi melalui keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung, dan kesetaraan membuat pembeli memberikan pandangan positif kepada Resto Ayam Jingkrak. Pelayan telah menunjukkan cerminan resto yang baik kepada pembelinya.

Hasil penelitian Nurul Jannah (2019) menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara variabel komunikasi interpersonal dengan variabel kepuasan pemustaka. Semakin baik komunikasi interpersonal staf perpustakaan semakin tinggi tingkat kepuasan pemustaka di Dinas Perpustakaan Provinsi Sumatera Selatan. Sehingga

dengan meningkatnya pelayanan komunikasi interpersonal staf perpustakaan akan meningkat tingkat kepuasan pemustaka.

