

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL RESTORAN MARUGAME UDON DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN KEPADA KONSUMEN**

**Sinthya Mardarani**

**20172100024**

**(5 Bab + 84 Halaman+2 Gambar+7 Lampiran +2 Tabel +32 Bibl (2011-2018))**

Ketidakpuasan dalam pelayanan dapat menimbulkan citra yang kurang baik pada suatu perusahaan atau usaha restoran khususnya restoran Marugame Udon dan dapat menurunkan penjualan apabila tidak segera di atasi. Salah satu untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan strategi komunikasi interpersonal yang efektif, bukan saja dari karyawan yang berhubungan langsung dengan konsumen namun juga adalah komunikasi interpersonal yang harmonis antara pimpinan dan bawahan sehingga karyawan merasa mendapat dukungan dan motivasi dari pimpinan.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal pimpinan dan karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan di restoran Marugame Udon cabang Mall Kotakasablanka yang berdiri sejak 30 Oktober 2013. Penelitian ini menggunakan teori pertukaran sosial dengan konsep komunikasi interpersonal Joseph Devito yaitu terdiri dari keterbukaan, empati, dukungan, perasaan positif dan kesetaraan. Metode yang digunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Subjek dalam penelitian ini adalah pimpinan dan karyawan restoran Marugame Udon. Teknik pengumpulan data yang digunakan observasi melakukan pengamatan setelah itu wawancara mendalam terstruktur dan melakukan dokumentasi untuk pembuktian yang sah. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan dengan karyawan di Restoran Marugame Udon menggunakan strategi komunikasi interpersonal dimana pimpinan membangun pendekatan dengan karyawan. Strategi komunikasi antara pimpinan dengan karyawan tersusun di mulai dari penyusunan perencanaan *briefing* atau rapat sampai pada evaluasi pekerjaan karena secara langsung sudah terjadi kegiatan pelayanan dan pimpinan yang mengetahui karakter sifat dari karyawan itu sendiri. Peran komunikasi interpersonal sendiri dalam meningkatkan kualitas pelayanan yaitu. Restoran Marugame Udon menerapkan pelayanan seperti menerima masukan dari konsumen, bertujuan konsumen tidak merasakan kecewa atas pelayanan marugame.

**Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Kualitas Pelayanan***

## ABSTRACT

*Dissatisfaction with service can lead to an unfavorable image of a company or restaurant business, especially the Marugame Udon restaurant and can reduce sales if not addressed immediately. One way to overcome these problems is with an effective interpersonal communication strategy, not only from employees who are in direct contact with consumers but also harmonious interpersonal communication between leaders and subordinates so that employees feel they have support and motivation from the leadership. The purpose of this study was to determine the interpersonal communication strategy of leaders and employees in improving the quality of service to consumers. This research was conducted at the Marugame Udon restaurant, Mall Kotakasablanka branch which was established on October 30, 2013. This study uses social exchange theory with Joseph Devito's interpersonal communication concept, which consists of openness, empathy, support, positive feelings and equality. The method used is descriptive qualitative research method. The subjects in this study were the leaders and employees of the Marugame Udon restaurant. The data collection technique used was observation, followed by structured in-depth interviews and documentation for valid evidence. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and data verification. The results showed that the communication carried out by the leadership with employees at the Marugame Udon Restaurant used an interpersonal communication strategy where the leader built an approach with employees. The communication strategy between the leadership and employees is structured starting from the preparation of planning briefings or meetings to job evaluations because service activities have taken place directly and the leadership knows the character traits of the employees themselves. The role of interpersonal communication itself in improving the quality of service, namely. Marugame Udon Restaurant implements services such as receiving input from consumers, with the aim that consumers will not feel disappointed with Marugame's service.*

**Keywords:** *Communication Strategy, Interpersonal Communication, Service Quality.*