

ABSTRACT

Go-Jek's appearance made a number of things happen. Something that is not less interesting attention from the emergence of online motorcycle taxi is the driver. He is a first-line employee who interacts directly with customers. Like the Mitra Go-Jek, the designation for Go-Jek drivers. To make customers feel satisfied, they must provide the best service. Some factors that refer to the best service are effective interpersonal communication between the driver and the customer as well as excellent and reliable service quality. This study aims to determine whether there is an influence of the Effectiveness of Interpersonal Communication and Service Quality on Customer Satisfaction among UPN "Veteran" Students in Yogyakarta. The theory used is Social Exchange Theory. The method used is a quantitative method by distributing questionnaires to respondents. The sampling technique uses the Wibisono Formula because the population size is not known with certainty. The calculation results of the Determination Coefficient of Variable X1 to Variable Y is 43.70%, Variable X2 to Variable Y is 39.70%, while Variables X1 and X2 to Variable Y are 46.90%.

Keywords: *Interpersonal Communication, ojek online, service quality, customer satisfaction*

ABSTRAK

Kemunculan Go-Jek melahirkan banyak hal setelahnya. Sesuatu yang tak kalah menarik perhatian adalah sang pengemudi. Ia adalah karyawan lini pertama yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Seperti halnya Mitra Go-Jek, sebutan untuk pengemudi Go-Jek. Supaya membuat pelanggan merasa puas, mereka harus menyediakan jasa terbaik. Beberapa factor yang mengacu pada jasa terbaik adalah komunikasi interpersonal yang efektif antara pengemudi dengan pelanggan serta kualitas jasa yang prima dan dapat diandalkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari Efektivitas Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di kalangan Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta. Teori yang digunakan adalah Teori Pertukaran Sosial. Metode yang digunakan adalah Metode Kuantitatif dengan menyebar kuesioner kepada responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Rumus Wibisono karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Hasil perhitungan Koefisien Determinasi Variabel X1 terhadap Variabel Y sebesar 43,70%, Variabel X2 terhadap Variabel Y sebesar 39,70%, sedangkan Variabel X1 dan X2 terhadap Variabel Y sebesar 46,90%.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, ojek online, kualitas layanan, kepuasan pelanggan.