

PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI WARUNG BAJAK LAUT KEDIRI

Diani Puji Laksonowati
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
dpdhiiani56@gmail.com

Informasi atrikel:

Tanggal Masuk: 7 Juli 2022 Tanggal Revisi: 10 Agustus 2022 Tanggal diterima: 10 September 2022

Abstract

This look at targets to decide the role of interpersonal verbal exchange in increasing customer pride. customer pride is the dependent variable on this have a look at, whilst the impartial variable is interpersonal communique. The records become obtained from the Kediri Pirate shop clients. The populace in this have a look at have been all clients of the Kediri Pirate store. The number of samples on this have a look at were eighty two respondents. The research technique used is a easy linear regression evaluation technique with a 5% self assurance stage to obtain a complete photo of the connection among one variable and any other. The effects of the partial take a look at display that $0.000 < 0.05$ and t_{count} value of 1.989 while t_{table} is 9.467 which means $t_{count} > t_{table}$ so that it method H_0 is rejected and H_1 is common. Interpersonal communique variables partially have a great effect on patron pleasure.

keyword: Interpersonal communique, purchaser delight, Kediri Pirate save.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui kiprah peran komunikasi interpersonal dalam memberikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan variabel independen ialah komunikasi interpersonal. Data diperoleh berasal pada pelanggan Warung Bajak laut Kediri. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan Warung bajak laut Kediri. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 82 responden. Metode penelitian yg digunakan ialah teknik analisis regresi linier sederhana menggunakan taraf percaya 5% untuk memperoleh ilustrasi yg menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu menggunakan variabel yang lain. hasil penelitian uji parsial menjelaskan bahwa sebanyak $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar 1,989 sedangkan ttabel adalah sebesar 9,467 yang berarti thitung $>$ ttabel sebagai akibatnya merupakan H_0 ditolak serta H_1 diterima. Variabel komunikasi interpersonal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Kepuasan Pelanggan, Warung bajak laut Kediri.

PENDAHULUAN

Globalisasi usaha di era revolusi industri meningkat pesat serta mengalami perubahan yang terjadi secara pesat. Globalisasi dan liberalisasi perdagangan lantas ikut menyampaikan segi warna tersendiri. Kemajuan teknologi info memunculkan era pelanggan, pada mana pelanggan semakin terdidik dan menuntut lebih [1]. Hal ini menyebabkan bisnis makanan ini pun semakin kompetitif. apabila sebuah perusahaan tidak berlomba-lomba dalam memperlihatkan banyak sekali jenis produk serta pelayanan yang baik dalam melayani konsumen maka akan menjadikan pada menurunnya minat pembeli dalam berkunjung ke tempat makan tadi.

Di dalam penelitian ini peneliti mengambil daerah penelitian pada Warung Bajak laut Kediri. berdasarkan [2], pelanggan merupakan seorang yang secara berulang-ulang datang ke warung/restaurant yg sama guna membeli barang atau memperoleh jasa yg diinginkannya karena merasa puas menggunakan barang dan jasa tersebut. Maka dari itu pelayanan yang baik akan berdampak positif di perusahaan itu sendiri, antara lain membentuk pelanggan merasa puas. Teori tersebut sinkron menggunakan penelitian yang dilakukan oleh [3] yg berkata bahwa kepuasan pelanggan dapat ditentukan sang faktor yaitu komunikasi interpersonal serta masih banyak lagi faktor-faktor lainnya.

Komunikasi interpersonal ialah dasar pemaknaan dalam hubungan antar manusia yg melibatkan 2 atau tiga orang akan tetapi menekankan di kualitas tertentu, atau karakter dan hubungan dengan tipe yg tidak sama, meliputi komunikasi non verbal dan komunikasi verbal. Kemampuan berkomunikasi antar individu (komunikasi

interpersonal) adalah sebuah satu kecakapan yang sangat krusial bagi siapapun, baik seseorang pemimpin ataupun masyarakat biasa [4]. Hal ini disebabkan, setiap orang perlu menjalin korelasi harmonis dan kerja sama beserta orang lain/karyawan untuk mencapai tujuan tertentu

Teori tadi sesuai dengan penelitian yg dilakukan oleh [5] yg menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah dasar pemaknaan yang terjadi didalam hubungan manusia yang melibatkan 2 atau 3 orang bahkan bisa lebih, tetapi menitik beratkan pada kualitas tertentu, hubungan karakter dan interaksi dengan tipe yang berbeda-beda. Beberapa pengaruh tentang kepuasan pelanggan yang menyebabkan pelanggan merasa kurang dihargai oleh para pelayanannya. Kemampuan *skill* berkomunikasi antar individu (komunikasi interpersonal) adalah salah satu kemampuan komunikasi yang sangat penting bagi semua orang, tak terlepas dengan seorang atasan (pimpinan) ataupun masyarakat biasa. Hal ini dikarenakan, pada setiap orang perlu menjalani komunikasi secara baik dan kerja sama dengan oranglain/karyawan guna mencapai tujuan utamanya. Di warung bajak laut Kediri komunikasi antara pelayan dan pelanggan kurang begitu terjaga dengan baik, seperti pelayanan yang kurang ramah kepada pelanggan, pelayan kurang bersikap ramah dan setiap pelayanannya dengan pelanggan, pelayan yang sering tidak meminta/mengucapkan kata maaf dan terimakasih kepada pelanggan. Teori ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh [6] dan [7] yaitu menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh dalam peranan terhadap kepuasan pelanggan yang berakibat pelanggan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh staff pelayanannya.

Tempat makan/resto memiliki keberhasilan yg tidak terlepas pada sumber daya SDMya . Oleh sebab itu, agar mencapai tujuan yg diinginkan guna meraih hasil sebaik mungkin, terutama perihal komunikasi interpersonal, komunikasi antara pelayan dengan pelanggan harus dipahami dengan seksama agar menjadi baik untuk kedepannya. Berdasarkan pemahaman tersebut maka peneliti menarik rumusan masalah, apakah peran komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di warung bajak laut Kediri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh yang signifikan dari peran komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan di warung bajak laut Kediri. Berasal pada faktor yang telah ada serta hasil observasi yang dilakukan dan melihat keadaan langsung peneliti menentukan tempat pada Warung bajak laut Kediri yg sesuai pada permasalahan yang ada.

METODE

Teknik penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu mendeskripsikan variabel yg sesungguhnya yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan, tetapi data yg dibutuhkan pada penelitian ini belum tersedia sehingga masih perlu menyusun instrument penelitian data secara terstruktur serta formal, maka teknik yg cocok artinya Kausal. berdasarkan [6] kausal merupakan korelasi yg bersifat karena dampak, sebagai akibatnya bisa diketahui mana yang menjadi variabel mensugesti mana yg variabel yg ditentukan dan menggunakan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang sesuai di filsafat positivisem, dipergunakan buat meneliti di populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, menggunakan tujuan untuk menguji hipotesis yg ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan di Warung Bajak laut Kediri di Jalan. Dewi Sartika No.30, Singonegaran, Kecamatan Pesantren, Kota Kediri, Jawa Timur 64132, dengan alasan kawasan penelitian tersebut mempunyai tingkat komunikasi pelayanan yang kurang ramah serta akan menjadikan pada kepuasan pelanggan. Populasi yg akan dipilih dalam penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang mengunjungi Warung Bajak bahari Kediri tidak diketahui jumlahnya. Penelitian ini memakai teknik probability sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini merupakan Simple secara acak Sampling. dalam Penelitian ini tidak semua anggota populasi penelitian diambil sebagai subyek penelitian. Jumlah sampel yg digunakan ada 82 konsumen yg mengunjungi Warung bajak laut Kediri.

Pada penelitian ini, peneliti memakai angket terstruktur menggunakan Skala Likert. Uji validitas merupakan prosedur pengujian guna mengetahui apakah instrumen bisa mengukur dengan baik atau tidak. Pengukuran reliabilitas yg akan digunakan dalam penelitian ini yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel Bila nilai Cronbach Alpha > 0.60. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menjadi berikut : Uji asumsi Klasik. indera analisis yg dipergunakan artinya analisis regresi linier sederhana serta data penelitian yg digunakan ialah data sekunder, maka buat memenuhi kondisi yg dipengaruhi dalam penggunaan model regresi linier sederhana perlu dilakukan pengujian atas beberapa perkiraan klasik yang dipergunakan yaitu: uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Perhitungan uji validitas ini bukan dilakukan secara manual, melainkan dilakukan dengan pengujian SPSS 23. Berdasar dari uji validitas memberi hasil tingkat validitas berasal pada jumlah instrumen yg dipergunakan relatif baik. Nilai r hitung seluruh item pernyataan tiap variabel lebih berasal rtabel. Maka, demikian semua item pernyataan di instrumen penelitian dinyatakan valid serta hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel > 0,6, sebagai akibatnya semua variabel bisa dikatakan reliabel.

Berdasarkan pada hasil asumsi klasik, uji Normalitas bisa diketahui bahwa data menyebar pada sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Hasil asli guna menggambarkan bahwa produk regresi memenuhi perkiraan normalitas, karena data diperoleh berdasarkan jawaban responden tentang komunikasi interpersonal, serta kepuasan pelanggan artinya menyebar di antara garis diagonal, uji heteroskedastisitas diketahui bahwa tidak terdapat pola yang jelas, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah dinomor 0 pada sumbu Y, maka tak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini bisa diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden perihal komunikasi interpersonal, tidak mempunyai standar deviasi atau defleksi data yg sama terhadap kepuasan pelanggan, uji linieritas menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal mempunyai nilai signifikansi 0,262 yang lebih yaitu melebihi angka 0,05 ($P > 0,05$). Hal ini memberikan hasil bahwa korelasi antara variabel komunikasi interpersonal serta kepuasan pelanggan bersifat linier. Berikut dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi interpersonal, bisa pada analisis pada uji regresi, serta guna uji nilai adjusted R square ialah sebanyak 0,522. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya dampak komunikasi interpersonal, terhadap kepuasan pelanggan artinya sebanyak 52,2%, adalah masih terdapat variabel lain yg berpengaruh kepada kepuasan pelanggan sebanyak 47,8% tapi variabel tersebut tak diteliti di penelitian ini, karena sudah diubahsuaikan dengan jumlah variabel bebasnya.

Berikut adalah hasil dari analisis regresi linier sederhana yang disajikan pada tabel dibawah :

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients Beta
1	(Constant)	9,115	2,390	
	Komunikasi Interpersonal	,598	,603	,727

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : hasil SPSS, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4 maka persamaan regresi disusun sebagai berikut :

$$Y = 9,115 + 0,598 X$$

Adalah :

a = 9,115 : ialah abila komunikasi interpersonal (X), diasumsikan tak memiliki efek sama sekali (=0) maka kepuasan pelanggan ialah sebanyak 9,115. b1 = 0,598 : ialah apabila komunikasi interpersonal (X) naik 1 (satu) satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebanyak 0,598 satuan. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 2. hasil Uji t

		Coefficients ^a	
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,244	,003
	Komunikasi Interpersonal	2,361	,021

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : hasil SPSS, 2022

Berdasarkan perhitungan tabel 6. maka diketahui bahwa :

Dari perhitungan tabel 6 maka diketahui bahwa : Variabel komunikasi interpersonal memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar 1,989 sedangkan ttabel adalah sebesar 9,467 yang berarti thitung > ttabel sebagai akibatnya merupakan H0 ditolak serta H1 diterima. dengan demikian terbukti

bahwa komunikasi interpersonal (X) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan jumlah penghitungan uji yang dilakukan sang peneliti diperoleh bahwa variabel komunikasi interpersonal memiliki peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada warung bajak laut Kediri. penjelasan variabel ini akan dijelaskan sebagai berikut :

Variabel komunikasi interpersonal (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Sebab dari uji statistik pada tabel 6 menjadikan variabel komunikasi interpersonal memperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai thitung sebesar 9,467 sedangkan ttabel adalah sebesar 1,989 yang berarti thitung > ttabel sehingga ialah hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa komunikasi interpersonal (X) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini mendukung penelitian yg dilakukan sang [5] yg menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Diketahui nilai adjusted R square artinya sebanyak 0,522. Hal ini membagikan bahwa besarnya pengaruh komunikasi interpersonal, terhadap kepuasan pelanggan artinya sebanyak 52,2%, adalah masih terdapat variabel lain yang dapat berpengaruh kepada kepuasan pelanggan sebesar 47,8% tapi variabel tersebut tidak diteliti di penelitian ini, sebab telah diubahsuaikan menggunakan jumlah variabel bebasnya. Sesuai dengan hasil uji regresi linier sederhana maka didapatkan yang akan terjadi menggunakan rumus $Y = 9,115 + 0,598 X$, maka $a = 9,115$: ialah apabila komunikasi interpersonal (X), diasumsikan tidak mempunyai pengaruh sama sekali ($=0$) maka kepuasan pelanggan artinya sebanyak 9,115. $b_1 = 0,598$: yaitu bila komunikasi interpersonal (X) naik 1 (satu) satuan maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,598 satuan.

Selain itu, penelitian ini sama sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh [7] menyatakan komunikasi interpersonal merupakan penyampaian pesan sang satu orang serta penerimaan pesan dari sekelompok orang lain atau sekelompok kecil orang, menggunakan berbagai dampaknya dan dengan peluang menyampaikan umpan ulang/sebaliknya dengan segera. Hal ini berarti bahwa komunikasi interpersonal memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Warung bajak laut Kediri. Pada penelitian ini bisa didapatkan hasil pernyataan kuesioner (X1) yaitu 57,3% perihal karyawan yang selalu terbuka dalam memberikan segala informasi yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan, hal ini sesuai dengan hasil dari kuesioner 57,3% yang menjawab setuju bahwa pelanggan telah merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Di dalam pernyataan (X2) tentang karyawan dan pelanggan yang melakukan komunikasi dua arah juga didapatkan pernyataan puas pelanggan dengan pelanggan memberikan jawaban setuju sebanyak 63,4% bahwa karyawan telah melakukan komunikasi yang efektif. Pada poin ketiga (X3) diketahui bahwa pelanggan juga memberikan jawaban setuju dan merasa terpuaskan dengan karyawan yang merespon segala stimuli komunikasi secara jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Berdasarkan poin keempat (X4) didapatkan respon setuju bahwa pelanggan telah merasa puas terhadap karyawan yang bersikap menerima segala masukan dari pelanggan. Pada poin pertanyaan kelima (X5) didapatkan respon setuju bahwa pelanggan telah merasa puas perihal karyawan yang selalu tanggap ketika diperlukan oleh pelanggan. Pada poin keenam (X6) diketahui bahwa pelanggan juga memberikan jawaban setuju sebanyak 57,3% dan merasa terpuaskan karena karyawan dapat memahami harapan pelanggan warung bajak laut Kediri. Berdasarkan poin ketujuh (X7) didapatkan respon setuju bahwa pelanggan telah merasa puas perihal karyawan yang selalu mendengarkan kritik dan saran dari setiap pelanggan warung bajak laut Kediri. Pada poin kedelapan (X8) diketahui bahwa pelanggan juga memberikan jawaban setuju dan merasa terpuaskan sebanyak 53,4% karena karyawan telah berkomunikasi dengan baik, ramah, sopan dan santun pada setiap pelayanannya. Berdasarkan poin kesembilan (X9) didapatkan respon setuju bahwa pelanggan telah merasa puas dikarenakan karyawan selalu tersenyum, dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan dipahami oleh seluruh pelanggan warung bajak laut Kediri. Berdasarkan poin kesepuluh (X10) didapatkan respon setuju bahwa pelanggan telah merasa puas karena karyawan tidak membedakan setiap pelanggan yang datang di warung bajak laut Kediri. Dari satu upaya yg dilakukan Warung bajak laut Kediri yaitu dengan menyampaikan arahan dan bimbingan pada karyawan agar bersikap ramah, sopan, serta selalu tersenyum pada saat melayani pelanggan agar menciptakan/meningkatkan perasaan puas pada diri pelanggan

KESIMPULAN

Penelitian ini pada dasarnya menitik beratkan pada problem manajemen pemasaran khususnya buat mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan pada Warung bajak laut Kediri. Sesuai hasil dari penelitian dan analisis data yg telah dilakukan, maka bisa disimpulkan bahwa : Komunikasi interpersonal secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Bajak laut Kediri.

Langkah yg bisa dilakukan oleh Warung bajak laut Kediri terkait dari penelitian ini ialah komunikasi interpersonal, komunikasi yang terjalin antara karyawan dengan pelanggan haruslah yang baik, ramah dan sopan yang akan memberikan kesan kepuasan pelanggan yang baik pula maka dari itu Warung bajak laut Kediri wajib memberikan bimbingan/arahan serta masukan kepada karyawannya agar komunikasi antar pelanggan terjaga baik. Komunikasi interpersonal pada Warung bajak laut Kediri sudah cukup baik. Namun dengan, sejalannya kemajuan dan semakin meningkatnya persaingan bisnis, komunikasi interpersonal di Warung bajak laut Kediri harus ditingkatkan. Maka dari itu pimpinan Warung bajak laut Kediri harus mengikuti workshop manajemen serta lebih terbuka dalam setiap saran dan kritik yg sifatnya membentuk. Sering memberikan promo discon dan potongan harga yg menarik dalam setiap transaksi akan lebih menarik minat pelanggan untuk kembali datang lagi ke restaurant. Memberikan dan menyuguhkan tampilan yang fress serta berbagai fasilitas untuk pelanggan dapat berfoto baik buat diri sendiri sampai bersama sahabat serta anggota keluarga menjadi bentuk peningkatan fasilitas restaurant yg diberikan kepada semua pelanggan. Serta melakukan studi banding ke perusahaan lain yg dinilai mempunyai tingkat komunikasi interpersonal yg lebih baik agar bisa ditiru dan diterapkan Warung bajak laut Kediri.

Penelitian mempunyai keterbatasan, maka saran yg dapat diberikan berkaitan pada hasil yang terjadi pada penelitian Bagi Warung Bajak bahari Kediri, dianjurkan Warung bajak laut Kediri agar terus-menerus melakukan peningkatan terbaru berkaitan pada masalah komunikasi interpersonal, dengan peningkatan ini kepuasan pelanggan dan pengamatan cara berkomunikasi interpersonal yang baik, sopan serta santun pada para pelanggan, dengan bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan di Warung Bajak laut Kediri. Bagi peneliti selanjutnya, karena dalam penelitian ini terbukti masih terdapat variabel lain yg berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan akan tetapi belum dibahas pada penelitian ini, hal ini bisa dijadikan bahan guna melakukan penelitian lanjutan yg sejenis dengan cara memasukkan variabel lain yang belum terdapat dalam penelitian ini seperti variabel motivasi, kinerja, kualitas pelayanan guna menerima yang akan terjadi yg lebih baik. Bagi karyawan, hasil dari penelitian ini dapat menjadikan seluruh karyawan lantas memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga akan menghasilkan kualitas pelayanan yg baik serta prima dalam memenuhi setiap kebutuhan pelanggan guna membantu perusahaan mencapai tujuan yg telah ditetapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] M. N. Huda, "Manajemen Pemasaran Sekolah," *Ta'dibi J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 8, no. 1, 2019. doi: 12.12529/jmbi.v4i1.1814.
- [2] Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. 2017. doi: 07.33784/jmbi.v4i1.2467.
- [3] N. H. Anggarasari and M. Nurkamilah, "Komunikasi Interpersonal Dalam Manajemen Organisasi Muhammadiyah Di Pangandaran," *J. Manaj. Dan Bisnis Indones.*, vol. 4, no. 1, 2018, doi: 10.32528/jmbi.v4i1.1713.
- [4] H. Yusrida and T. Kurniawati, "Pengaruh Kecerdasan Emosional dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pengelolaan Bisnis Ritel," *J. Ecogen*, vol. 4, no. 1, 2021, doi: 10.24036/jmpe.v4i1.11036.
- [5] E. Benedica, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan Department Store Matahari Cabang Rawamangun Jakarta," *J. Din. Pendidik.*, vol. 12, no. 3, 2019. doi: 14.86528/jmbi.v4i1.14092.
- [6] Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. 2017. doi: 11.323445/jmbi.v4i1.24112.
- [7] C. Darmawan, H. Silvana, H. N. Zaenudin, and R. Effendi, "Pengembangan hubungan interpersonal remaja dalam penggunaan media sosial di Kota Bandung," *J. Kaji. Komun.*, vol. 7, no. 2, 2019, doi: 10.24198/jkk.v7i2.21163.