



**PENGARUH BAHASA ISYARAT INDONESIA SEBAGAI
KOMUNIKASI NONVERBAL DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI SUNYI *COFFEE* BEKASI**

MANUSKRIP

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Srata (S1) Komunikasi Bidang Komunikasi Pemasaran**

**WILDA YATI
20190501067**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PEMASARAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ESA UNGGUL
2023**

KOMUNIKASI NONVERBAL DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI SUNYI COFFEE BEKASI

Wilda Yati¹, Ivanina Zuhdi Pane²
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No.9, Kebun Jeruk 11510
wildayati24@gmail

Abstrak

Hak yang sangat menentukan dalam pelayanan kepada pelanggan yaitu adanya suatu komunikasi. Melalui komunikasi non verbal, pelanggan akan merasakan secara langsung bagaimana pemberian layanan dalam memperlakukan mereka. Termasuk pengaruh bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi Coffee Bekasi. Penelitian menggunakan variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan pelanggan (Y). Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan analisis deskriptif yang dikaji secara kuantitatif dengan mengumpulkan tanggapan dari 100 responden yang merupakan pelanggan penyandang disabilitas dan non-penyandang disabilitas di Sunyi Coffee Bekasi. Tujuan Peneliti untuk menjelaskan pengaruh bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi Coffee Bekasi. Dari hasil pengolahan data yang diperoleh dari koefisien determinasi (R^2) bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,242 atau 24,2% sedangkan sisa sebesar 0,758 atau 75,8%. Dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian

Kata kunci: komunikasi nonverbal, bahasa isyarat Indonesia, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Abstract

The right that really determines service to customers is communication. Through non-verbal communication, customers will feel directly how the service provider treats them. Including the influence of Indonesian as nonverbal communication and service quality on customer satisfaction at Sunyi Coffee Bekasi. The research uses Indonesian language variables as nonverbal communication (X1), service quality (X2) and customer satisfaction (Y). The method used in this research is descriptive analysis which is studied quantitatively by collecting responses from 100 respondents who are customers with disabilities and non-disabled customers at Sunyi Coffee Bekasi. The researcher's aim is to explain the influence of Indonesian sign language as nonverbal communication and service quality which simultaneously influences customer satisfaction at Sunyi Coffee Bekasi. From the results of data processing obtained from the coefficient of determination (R^2), Indonesian sign language as nonverbal communication and service quality influence customer satisfaction by 0.242 or 24.2% while the remaining is 0.758 or 75.8%. Influenced by other variables outside the research

Key words: nonverbal communication, Indonesian sign language, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Bahwa pemahaman di Indonesia tentang penyandang disabilitas kerap kali berkaitan erat sebagai orang cacat dan orang yang tidak bisa melakukan apa-apa atau dalam hidupnya tidak produktif. Menurut Goffman dalam (Kurniadi, 2020), penyandang disabilitas adalah mereka serba terbatas dan tidak dapat berkomunikasi dengan orang lain. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas di Indonesia, Penyandang Disabilitas merujuk kepada setiap individu yang mengalami pembatasan fisik, mental, intelektual, dan/atau sensorik dalam periode yang berlangsung lama, yang berhubungan dengan lingkungannya dan mungkin menghadapi rintangan serta kesulitan dalam ikut serta secara sepenuhnya dan efisien, dengan dasar persamaan hak bersama warga negara lainnya. Penyandang disabilitas yang dikenal masyarakat biasanya adalah penyandang disabilitas fisik, seperti orang yang tidak dapat berjalan, tidak dapat berbicara, buta, tuli dan lain sebagainya. Karena keterbatasan penduduk dan stigma buruk yang ditimpahkan oleh orang lain, sehingga sulit bagi mereka untuk mendapatkan akses ke berbagai peluang akses, termasuk pekerjaan, kesehatan, informasi dan pendidikan.

Indeks Inklusivitas merupakan indikator yang berfungsi sebagai tolok ukur perkembangan disabilitas secara global. Indeks inklusivitas adalah ukuran menyeluruh dari pembangunan inklusif yang memprioritaskan kesetaraan ras/etnis, agama, gender, dan disabilitas di ranah perwakilan politik, kekerasan diluar kelompok, ketimpangan pendapatan, tingkat penahanan, serta kebijakan imigrasi dan pengungsi. Data yang disajikan pada Tinjauan peningkatan akses dan taraf hidup penyandang disabilitas Indonesia oleh (Yulaswati, 2021) yakni bahwa Indonesia menempati urutan ke 125 (skor = 26,5) dalam pelaksanaan pembangunan inklusif.

Di Indonesia, penyandang disabilitas kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan lebih rendah dibandingkan non-disabilitas. Di Indonesia, undang-undang telah mengatur pelibatan penyandang disabilitas dalam dunia kerja, yang dalam pelaksanaannya dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu pemerintah dan pihak swasta. Dalam UU Disabilitas No.8 tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas yakni Pasal 53 ayat 1 dan 2 ditetapkan bahwa semua penyedia wajib memberikan akses kerja bagi penyandang disabilitas. Penyedia kerja dari sektor pemerintahan wajib memperkerjakan minimal 2% penyandang disabilitas dari jumlah karyawan. Sementara perusahaan swasta diharuskan untuk memperkerjakan setidaknya 1% penyandang disabilitas dari jumlah karyawan mereka.

Meski terlihat beberapa upaya yang dilakukan, secara statistik jumlah penyandang disabilitas di Indonesia yang berpartisipasi dalam dunia kerja masih minim. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2018-2020 menyatakan bahwa tingkat lapangan kerja penyandang disabilitas masih rendah dibandingkan dengan non-penyandang disabilitas selama 3 tahun berurut-turut.

Penyebab rendahnya tingkat partisipasi di dunia kerja karena minimnya akses terhadap pendidikan, terbatasnya informasi bagi penyandang disabilitas dan stigma yang menyebabkan penyandang disabilitas pada umumnya dipandang sebelah mata dan dianggap remeh oleh masyarakat. Berangkat dari kegelisahan melihat kondisi rendahnya tingkat partisipasi penyandang disabilitas di dalam dunia kerja. Di Indonesia terdapat sebuah kafe, yang bernama Sunyi *Coffee* berlokasi di Bekasi Selatan. Sunyi *Coffee* merupakan bisnis kopi dibidang kuliner dan sosial entrepreneur. Kafe ini memperkerjakan para penyandang disabilitas sebagai karyawannya, termasuk disabilitas Tuli atau Tunarungu dan disabilitas Tunawicara yang bertujuan untuk menjadi tempat bagi komunitas penyandang disabilitas dalam mendapatkan kesempatan kerja, ide kreasi,

dan untuk mengedukasi masyarakat terutama di Indonesia agar ikut serta dalam mendukung dan meningkatkan kesadaran akan kaum disabilitas. Di *Sunyi Coffee* ini setiap aktivitas sehari-harinya menggunakan komunikasi nonverbal salah satunya menggunakan bahasa isyarat Indonesia (BISINDO) antara pekerja disabilitas dengan pelanggan di *Sunyi Coffee* Bekasi. Oleh karena itu para pengunjung yang berkunjung ke *Sunyi Coffee* pun akan diajarkan untuk memesan dengan menggunakan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) atau bila ingin mudah tinggal menunjukan dimenu makanan atau minuman yang akan dipesan.

Dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif saat ini, kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sangat penting dalam mempertahankan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak mencakup komunikasi verbal antara organisasi dan pelanggan, tetapi juga melibatkan komunikasi nonverbal. Menurut Kusumawati (2016) Komunikasi verbal adalah komunikasi yang biasanya dilakukan secara lisan atau tertulis, sedangkan komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa isyarat, gerak tubuh dan ekspresi wajah dalam proses komunikasinya. Dalam berkomunikasi nonverbal, hal ini yang menjadi fokus yaitu peran bahasa isyarat Indonesia sebagai media pertukaran informasi yang menjadi pilihan bagi disabilitas Tuli.

Bahasa isyarat adalah bahasa yang mengutamakan komunikasi melalui bahasa tubuh, kombinasi bentuk tangan, posisi dan gerakan tangan, lengan, dan tubuh, gerakan mulut, dan ekspresi wajah untuk mengungkapkan pikiran (Nurfinarsanti, 2021). Ketika pelanggan berinteraksi dengan karyawan atau perwakilan organisasi, mereka secara sadar atau tidak sadar menerima pesan nonverbal yang ditampilkan. Misalnya, senyuman hangat, kontak mata yang tulus, atau sikap terbuka dapat menyampaikan sikap ramah dan atusias dari karyawan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan. Selain itu, ekspresi wajah dan bahasa tubuh juga dapat

mengungkapkan emosi yang mungkin dirasakan karyawan serta berinteraksi dengan pelanggan. Ketika karyawan tampak gelisah, tidak sabar, atau tidak tertarik, hal ini dapat meninggalkan kesan negatif pada pelanggan dan mengurangi kualitas pelayanan yang dirasakan.

Menurut Aryani & Rosinta (2010) Pelanggan adalah sumber daya yang berharga bagi perusahaan, terutama dalam konteks bisnis. Kepuasan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan dapat berdampak langsung pada kesuksesan perusahaan. Dalam hal ini, bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam membentuk peran penting dalam membentuk persepsi kepuasan pelanggan.

Untuk itu penelitian ini berjudul “Pengaruh Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Sunyi Coffee* Bekasi”. Dalam melakukan penelitian, peneliti mengkaji penelitian yang sudah ada untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan judul penelitian yang akan diteliti dan bahan perbandingan dengan hasil penelitian yang dilakukannya. Ada beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang peneliti lakukan oleh para peneliti:

Pertama, Nahdiana (2022) dari fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang melakukan penelitian skripsi dengan berjudul “Analisis Efek Komunikasi dan Kualitas Layanan Informasi terhadap Kepuasan Pengguna BPJS Kesehatan di kota Makassar”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas komunikasi dan kualitas layanan informasi terhadap kepuasan peserta BPJS Kesehatan. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan metode eksplanatori survei. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan variable kualitas komunikasi (X_1) secara parsial terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan

nilai korelasi (R) sebesar 0,921 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,849, terdapat pengaruh yang signifikan variable kualitas layanan informasi (X₂) secara parsial terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan nilai korelasi/hubungan (R) sebesar 0,935 dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,875, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variable kualitas komunikasi (X₁) dan kualitas layanan informasi (X₂) secara simultan terhadap kepuasan pengguna (Y) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung variable kualitas komunikasi dan kualitas layanan informasi sebesar $2026,760 >$ nilai t tabel 3,018.

Kedua, Agil Syafni Mahasiswa (2021) dari fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang melakukan penelitian skripsi dengan berjudul “Pengaruh Komunikasi Verbal dan Nonverbal Konsumen terhadap Emosi Positif Pelayan A&W Restoran Pekanbaru.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal terhadap emosi positif. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal konsumen secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan pada emosi positif para pelayan restoran A&W di Pekanbaru.

Ketiga, Khoirudin Zain (2019) dari fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang melakukan penelitian skripsi dengan berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online di Kota Malang.” Maksud dari studi ini adalah untuk memahami sejauh mana komunikasi antarpribadi pada pengguna layanan ojek daring di wilayah Malang. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari dan penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang menentang keinginan pelanggan, sementara kualitas layanan tidak memiliki efek pada kepuasan

pelanggan, maka stimulus ada dampak positif yang signifikan antara kualitas komunikasi interpersonal dan pelayanan pada kepuasan pelanggan ojek online di kota Malang.

Untuk itu pada penelitian ini peneliti memfokuskan untuk mengetahui apakah bahasa isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi. Lalu untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi. dan selanjutnya untuk menjelaskan pengaruh bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi.

Dari latar belakang yang telah dijabarkan, maka penelitian ini ingin merumuskan dalam beberapa permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi?
3. Apakah bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Sunyi *Coffee* Bekasi?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi Nonverbal

Menurut Deddy Mulyana (2013) pesan nonverbal menunjukkan enam karakteristik umum yang bersifat komunikatif yang artinya dalam situasi interaksi, perilaku nonverbal selalu menyampaikan sesuatu. Kedua, pesan nonverbal bersifat kontekstual karena komunikasi nonverbal berlangsung dalam situasi atau lingkungan. Ciri ketiga adalah paket, yaitu perilaku nonverbal dengan menggunakan tangan, mata, bagian tubuh lainnya, yang biasanya menampilkan dirinya

dalam bentuk nonverbal dan dapat dipercaya, karena pada dasarnya kita mempercayai perilaku nonverbal, bahkan jika bertentangan dengan perilaku verbal. Selanjutnya dikendalikan oleh aturan dan yang akhir bersifat metakomunikasi.

Menurut Andriana dalam (Santoso, 2020), Komunikasi nonverbal adalah proses yang dikerjakan oleh satu orang atau beberapa orang untuk mengirimkan sinyal nonverbal yang berpotensi membangkitkan makna dalam pikiran individu atau orang lain. stilah "nonverbal" biasanya digunakan untuk merujuk pada semua bentuk komunikasi yang melebihi ekspresi lisan dan tulisan. Namun, tidak ada konsensus tentang proses nonverbal seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, pandangan, postur tubuh, gerakan tubuh, sentuhan, pakaian, keheningan, ruang, waktu, dan suara.

2. Bahasa Isyarat Indonesia

Menurut Chariul Anam 1989 dalam (Mursita, 2015) bahasa isyarat (*sign language*) adalah bahasa yang dilakukan dengan menggunakan gerak-gerakan badan dan mimik wajah sebagai simbol dari makna bahasa lisan. Bahasa isyarat digunakan untuk berkomunikasi oleh orang yang memiliki keterbatasan pada pendengaran atau tuli dan berbicara. Bahasa isyarat merupakan jenis komunikasi nonverbal karena merupakan bahasa yang tidak menggunakan suara tetapi menggunakan bentuk dan arah tangan, gerakan tangan, mulut, tubuh, dan ekspresi wajah untuk menyampaikan maksud dan pikiran pembicara.

Isyarat tangan bisa menggantikan komunikasi verbal karena Tuli mampu menggunakan suatu sistem isyarat tangan yang menurut Tubbs dan Moss dalam (Azmir, 2019) amat komprehensif sehingga dapat menggantikan bahasa lisan. Terdapat 2 jenis bahasa isyarat di Indonesia yang digunakan yaitu Sistem Isyarat Bahasa Indonesia (SIBI) dan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO). Menurut Nick Palfreyman dalam (Rajagukguk et al., 2021) mengenai perbedaan BISINDO dengan SIBI. BISINDO mempunyai tata bahasa (grammar) yang berbeda dari pada tata

bahasa Indonesia karena keduanya adalah bahasa yang berbeda.

Menurut Hakim dalam (Mursita, 2015) SIBI merupakan bahasa hasil buatan dari orang dengar, sehingga SIBI jarang sekali digunakan dalam komunikasi sehari-hari oleh Tuli karena kosakata di SIBI tidak sesuai dengan nurani Tuli, serta bahasa yang digunakan merupakan tatanan baku, sedangkan Tuli memiliki keterbatasan kosakata. Sedangkan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) merupakan bahasa isyarat yang mengadopsi nilai budaya asli atau bahasa alami, sehingga mudah digunakan untuk berkomunikasi walaupun tidak menggunakan tatanan bahasa baku Indonesia.

Gambar 1

Perbedaan Abjad dalam bentuk SIBI dan BISINDO.



Abjad dalam SIBI

Abjad dalam BISINDO

Sumber:

https://id.wikipedia.org/wiki/Bahasa_isyarat

at.

Berdasarkan Departemen Pendidikan Nasional dalam kamusnya, sistem isyarat bahasa Indonesia, (2008) menyebutkan terdapat 2 komponen bahasa isyarat. Semuanya bersifat visual sehingga dapat terlihat. Komponen-komponen itu adalah sebagai berikut:

1. Komponen penentu makna:
 - a) Penampil, yaitu bagian tangan atau bagian sisi yang digunakan untuk menghasilkan membentuk isyarat.
 - b) Posisi, yaitu kedudukan tangan atau

kedua tangan terhadap pengisyaratkan pada waktu berisyarat.

- c) Tempat, yaitu bagian badan yang mewakili asal isyarat atau arah akhir sinyal.
2. Komponen penunjang:
 - a) Mimik muka
 - b) Gerak tubuh
 - c) Kecepatan gerak
 - d) Kelenturan gerak

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) menyatakan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengendalikan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

Menurut Parasuraman (1998) dalam Rifauddin (2017) mengemukakan tentang 5 dimensi kualitas pelayanan atau *SERVQUAL*, dimana instrumen ini dapat digunakan secara umum oleh perusahaan-perusahaan jasa didalam mengukur tingkat kualitas pelayanan yang diberikan terdiri dari:

- a) Bukti fisik (*Tangibles*)

Kemampuan perusahaan untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak ketiga. Tampilan dan keandalan fasilitas fisik perusahaan, bersama dengan lingkungan sekitarnya, merupakan salah satu cara yang diterapkan oleh perusahaan untuk memberikan layanan berkualitas kepada para pelanggan.

- b) Keandalan (*Reliability*)

Perusahaan memiliki kemampuan untuk memberikan berupa layanan secara akurat dan handal seperti yang dijanjikan. Layanan harus memenuhi harapan pelanggan, yang memiliki arti kinerja cepat, pelayanan sempurna, keramahan, dan komitmen tinggi dalam bekerja.

- c) Daya tanggap (*Responsiveness*)

Kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan informasi yang jelas secara cepat dan terpercaya. Mengabaikan dan menunggu pelanggan tanpa alasan yang jelas menyebabkan salah penilaian yang mengarah ke persepsi negatif terhadap kualitas layanan.

- d) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan tentang sopan santun dan kemampuan karyawan perusahaan untuk

membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

- e) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian, ketulusan, dan individualitas kepada pelanggan Anda dengan mencoba memahami keinginan mereka. Perusahaan harus memahami dan mengenal pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan dengan cara tertentu.

4. Kepuasan pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2009:138), kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan senang atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah membandingkan hasil yang diharapkan dengan keadaan sebenarnya yang dicapai.

Menurut Tjiptono (2016), Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi kesenjangan yang dirasakan atau ketidaksesuaian antara harapan sebelumnya atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk sesudahnya. Pemakaian. Pengukuran kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan. Berikut ini adalah indikator kepuasan pelanggan menurut Tjiptono (2016):

- a) Kepuasan pelanggan keseluruhan

Pelanggan ditanya langsung apakah mereka puas dengan produk atau layanan. Kepuasan dengan produk atau layanan perusahaan dibandingkan dengan kepuasan keseluruhan dengan produk atau layanan pesaing.

- b) Konfirmasi harapan

Kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi didasarkan pada kegunaan atau ketidakcocokan harapan kepuasan umum dengan produk atau layanan pesaing.

- c) Minat pembelian ulang

Kepuasan pelanggan diukur melalui perilaku dengan mengajukan pertanyaan kepada pelanggan saat membeli atau menggunakan kembali layanan perusahaan lagi.

- d) Kesediaan untuk merekomendasi

Kesediaan pelanggan dalam merekomendasikan produk atau jasa kepada teman atau keluarganya.

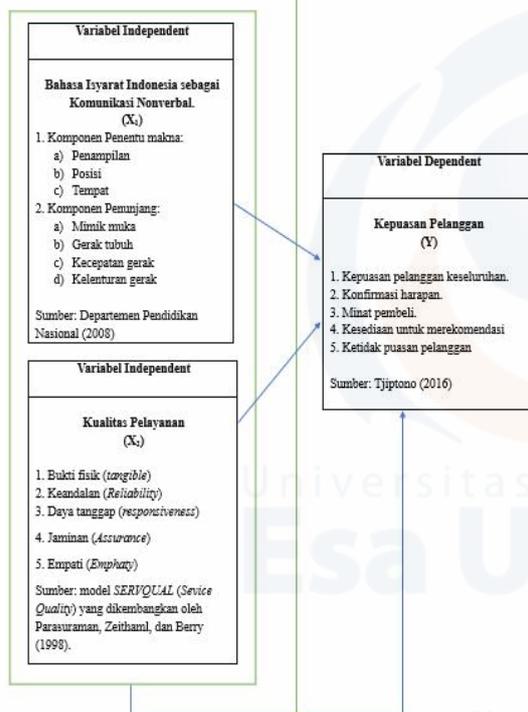
e) Ketidakpuasan pelanggan
Ketidakpuasan pelanggan meliputi biaya garansi, komplain, retur dan pelanggan yang beralih ke pesaing.

sampelnya dengan menggunakan cara dibawah ini.

5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah bisa diartikan sebagai model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan bahasa diatas, maka penulis dapat membuat sebuah pemikiran.

Gambar 2: kerangka Pemikiran



Sumber: Data Olahan peneliti (2023)

METODE PENELITIAN

Dalam analisis deskriptif yang dikaji secara kuantitatif. Untuk populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Sunyi Coffee Bekasi yang berlokasi di Ruko Grand Galaxy City, Blok RSN1 No. 57 Jl. Boulevard Raya Barat, Bekasi Selatan, Bekasi. Sample pada penelitian ini adalah pelanggan di Sunyi Coffee Bekasi. Pada penelitian ini dengan besaran populasi yang tidak dapat diketahui seberapa banyak banyak jumlahnya bisa dicari jumlah

Rumus Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

keterangan:

n = Jumlah sample

Z² = skor Z pada Kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Rumus di atas digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.:

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 (1-0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,95}{0,01}$$

$$n = 95 \text{ data sample}$$

Berdasarkan perhitungan sample diatas, yang dibutuhkan untuk penelitian ini sebanyak 95 orang, lalu dibulatkan kertas menjadi 100 orang. Jadi untuk jumlah sample responden sebesar 100 orang.

Teknik probability sampling digunakan untuk mengambil teknik sampling dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel berdasarkan probabilitas yang diterapkan adalah random sampling, di mana proses pemilihan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan kategori dalam populasi tersebut. Karena alasan ini, pendekatan ini dipilih karena setiap pelanggan diberikan kesempatan yang setara untuk mengisi kuesioner melalui *Google-Form*. Dalam menganalisis kuantitatif dilakukan dengan melakukan pengujian uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastitas), uji analisis linier berganda, uji hipotesis (uji parsial / t) (uji F) dan uji koefisien determinasi (R²).

penyandang disabilitas (seperti Tuli, Tuna Wicara) dengan persentase (12%) dan terdapat 88 responden non- Penyandang disabilitas dengan persentase (88%).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1
Hasil Karakteristik Responden
Berdasarkan pernyataan 1

Apakah responden pernah berkunjung ke Sunyi <i>Coffee</i> Bekasi.	Jumlah Responden	Persentase
Pernah	100	100%
Tidak Pernah	0	0
Total	100	100

Sumber: Data Diolah Peneliti 2023

Berdasarkan data peneliti pada tabel 1 diatas, bahwa dari 100 responden yang dengan memiliki persentase 100%. Bisa dikatakan bahwa seluruhnya responden yang mengisi kuesioner merupakan pelanggan Sunyi *Coffee* Bekasi.

Tabel 2
hasil karakteristik Responden Berdasarkan
Pernyataan 2

Apakah responden termasuk penyandang disabilitas (seperti Tuli, Tuna Wicara)."	Jumlah Responden	Persentase
Ya	12	12%
Tidak	88	88%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah Peneliti 2023

Berdasarkan data penelitian pada tabel 2 diatas, bahwa dari 100 responden yang datang ke Sunyi *Coffee* Bekasi terdapat 12 responden

Tabael 3
Hasil Karakteristik Responden
Berdasarkan Pernyataan 3

Apakah responden mengetahui Bahasa Isyarat indonesia saat berkunjung di Sunyi <i>Coffee</i> Bekasi	Jumlah Responden	Persentase
Mengetahui	51	51%
Tidak Mengetahui	49	49%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah Penelitian 2023

Berdasarkan data penelitian pada tabel 3 diatas, bahwa dari 100 responden yang datang ke Sunyi *Coffee* Bekasi terdapat 51 responden yang mengetahui Bahasa Isyarat Indonesia dengan persentase (51%) dan untuk yang tidak mengetahui Bahasa Isyarat indonesia saat berkunjung di Sunyi *Coffee* Bekasi terdapat 49 responden dengan persentase (49%).

Tabel 4
hasil karakteristik Responden
Berdasarkan Pernyataan 4

Apakah responden memahami Bahasa Isyarat Indonesia saat berkunjung di Sunyi <i>Coffee</i> Bekasi	Jumlah Responden	Persentase
Memahami	22	22%
Tidak Memahami	78	78%
Total	100	100

Sumber: Data Diolah peneliti 2023

Berdasarkan data penelitian pada tabel 4 di atas bahwa dari 100 responden yang datang ke *Surya Coffee* Bekasi terdapat 22 responden yang memahai Bahasa Isyarat Indonesia dengan presentase (22%) dan terdapat 78 responden yang tidak memahai Bahasa Isyarat Indonesia dengan persentase (78%).

Tabel 5
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X₁) Pelanggan Penyandang Disabilitas dan Non-Disabilitas.

Bahasa Isyarat Indonesia sebagai komunikasi Nonverbal (X ₁)	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
	1	2	3	4	5	
Penampilan	-	-	9.5 %	64.5 %	26%	4.16
Tempat	-	-	12 %	57.5 %	30.5 %	4.18
Waktu	-	-	28 %	53 %	19%	3.91
Mimik muka	-	-	3%	52 %	45%	4.42
Gerakan tubuh	-	-	26 %	57 %	17%	3.91
Kecepatan gerak	-	1 %	7%	41 %	51 %	4.42
Kelenturan gerak	1%	-	22 %	53 %	24 %	4.02
Total	37.38%					

Sumber: Data Diolah Penelitian 2023

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa pada variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di *Surya Coffee*, terdapat indikator yang sangat mempengaruhi yaitu Mimik muka dan kecepatan gerak dimana mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.42 dan memiliki presentase dalam keseluruhan indikator sebesar 37,38 %.

Tabel 6
Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X₂) Pelanggan Penyandang Disabilitas dan Non-Disabilitas.

Kualitas Pelayanan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
	1	2	3	4	5	
Bukti fisik	0.5 %	-	10 %	63.5 %	26%	4.15
Keandalan	-	-	13 %	60.5 %	26.5%	4.14
Daya tanggap	-	0.3 %	12 %	59.3 %	28.4%	4.12
Jaminan	-	1 %	11 %	63 %	25%	4.19
Empati	0.6 %	0.3 %	10 %	57.6 %	31.5%	4.15
Total	49.83%					

(n= 100)

Sumber: Data Diolah Penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di *Surya Coffee*, terdapat indikator yang sangat mempengaruhi yaitu jaminan dimana mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.19 dan memiliki presentase dalam keseluruhan indikator sebesar 49.83 %.

Tabel 7

Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) pelanggan penyandang disabilitas dan non- disabilitas.

Kepuasan Pelanggan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
	1	2	3	4	5	
Kepuasan pelanggan keseluruhan	-	-	11 %	58 %	31 %	4.17
Konfirmasi harapan	-	-	12.6%	64 %	23.4%	4.09
Minat Pembelian kembali	-	-	11 %	63 %	26 %	4.15
Kesediaan untuk Merekomendasi	0.6 %	1.3 %	7.3 %	70.8%	20 %	4.08
Ketidakpuasan pelanggan	38 %	52.4%	7%	2.6 %	-	1.74
Total	46.38%					

(n= 100)

Sumber: Data Diolah Penelitian 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di Sunyi *Coffee*, terdapat indikator yang sangat mempengaruhi yaitu kepuasan pelanggan keseluruhan dimana mendapatkan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4.17 dan memiliki presentase dalam keseluruhan indikator sebesar 46.38 %

Tabel 8

Hasil Perhitungan kategori Variabel X1 Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (n: 100)

Kualitas Pelayanan (X ₂)	Presentase
Kurang Baik	1%
Baik	72%
Baik Sekali	27%
Total	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada variabel bahasa Isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di Sunyi *Coffee*, terdapat indikator baik dengan nilai sebesar 72% dan indikator Baik sekali sebesar 28%.

Tabel 9

Hasil Perhitungan kategori Variabel X2 Kualitas pelayanan (n: 100)

Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X ₁)	Presentase
Kurang Baik	-
Baik	72%
Baik Sekali	28%
Total	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di Sunyi *Coffee*, terdapat indikator kurang baik dengan nilai sebesar 2% dan indikator Baik sebesar 67% dan Baik Sekali sebesar 31%.

Tabel 10 Hasil Perhitungan kategori Variabel Y Kepuasan Pelanggan (n= 100)

Kepuasan Pelanggan (Y)	Presentase
Kurang Baik	-
Baik	81%
Baik Sekali	20%
Total	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada variabel Kepuasan pelanggan secara keseluruhan baik pelanggan penyandang disabilitas dan non penyandang disabilitas di Sunyi Coffee, terdapat indikator baik dengan nilai sebesar 81% dan indikator Baik sekali sebesar 20%

A. Hasil Uji Validitas

Tabel 11 Hasil Uji Validitas Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X₁).

Item Pernyataan	Person Corellatio n /R hitung	R tabe l	Keteranga n
X1.1	609**	.195	Valid
X1.2	678**	.195	Valid
X1.3	674**	.195	Valid
X1.4	589**	.195	Valid
X1.5	701**	.195	Vslid
X1.6	644**	.195	Valid
X1.7	581**	.195	Valid
X1.8	554**	.195	Valid
X1.9	582**	.195	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Keterangan Pernyataan:

a) X1.1: Menggunakan kedua tangan

- untuk membuat bahasa isyarat.
- b) X1.2: Tangan dapat membentuk bahasa isyarat dengan jelas dan mudah dimengerti.
- c) X1.3: Posisi tangan untuk membuat bahasa isyarat dapat terlihat dengan jelas.
- d) X1.4: Posisi tangan untuk membuat bahasa isyarat bisa dilihat seluruhnya.
- e) X1.5:
- Bahasa isyarat menggunakan tangan dimulai dan diakhiri pada tempat yang seharusnya (*Pertanyaan kbusus untuk pelanggan yang sudah memahami bahasa isyarat Indonesia atau penyandang disabilitas: tuli, tuna wicara*).
 - Bagian badan atau bahasa tubuh lainnya menjadi tempat untuk membantu Bahasa Isyarat mudah dimengerti. (*Pertanyaan untuk pelanggan yang belum memahami bahasa isyarat Indonesia atau non-penyandang disabilitas*).
- f) X1.6: Mimik muka dapat memperjelas makna bahasa isyarat sesuai dengan maksud yang diberikan.
- g) X1.7:
- Gerak tubuh memberi kesan tambahan atas bahasa isyarat yang dilakukan. (*Pertanyaan kbusus untuk pelanggan yang sudah memahami bahasa isyarat Indonesia atau penyandang disabilitas: tuli, tuna wicara*).
 - Gerak tubuh dalam bahasa isyarat dapat dipahami dengan jelas. (*Pertanyaan kbusus untuk Pelanggan yang belum memahami bahasa isyarat Indonesia atau non- penyandang disabilitas*).
- h) X1.8: Gerakan tubuh atau tangan dalam bahasa Isyarat tidak terlalu cepat sehingga mudah dipahami.
- i) X1.9:
- Kelenturan gerak menguatkan makna isyarat yang disampaikan. (*Pertanyaan kbusus untuk pelanggan yang sudah babasa isyarat Indonesia*

atau penyandang disabilitas: tuli, tuna Wicara).

- Kelenturan gerak tubuh memberi kesan tambahan pada gerakan bahasa isyarat. (Pertanyaan untuk pelanggan yang belum memahami bahasa isyarat Indonesia atau non-penyandang disabilitas).

Berdasarkan tabel 5 hasil uji validitas Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal diatas menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X_1) memiliki R hitung $>$ R tabel, maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X_1) terbukti **valid**.

Tabel 12 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2)

Sumber: Data primer diolah peneliti

Item Pernyataan	Person Corellation / R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	633**	.195	Valid
X2.2	413**	.195	Valid
X2.3	462**	.195	Valid
X2.4	270**	.195	Valid
X2.5	557**	.195	Valid
X2.6	387**	.195	Valid
X2.7	559**	.195	Valid
X2.8	551**	.195	Valid
X2.9	524**	.195	Valid
X2.10	559**	.195	Valid
X2.11	613**	.195	Valid
X2.12	559**	.195	Valid

dengan SPSS 25, (2023)

Keterangan Pernyataan:

- X2.1: Karyawan Sunyi *Coffee* berpenampilan rapi dan professional.
- X2.2: Ruang Sunyi *Coffee* yang menarik dan meja yang bersedia bersih.
- X2.3: Karyawan Sunyi *Coffee* segera melayani pelanggan saat sedang berkunjung.

- X2.4: Karyawan Sunyi *Coffee* dapat memberikan pelayanan yang cepat dalam penyajian
- X2.5: Karyawan Sunyi *Coffee* selalu siap dan tanggap merespon pelanggan.
- X2.6: Karyawan Sunyi *Coffee* memberikan pelayanan dengan prinsip kesediaan untuk membantu pelanggan.
- X2.7: Pelanggan tidak terlalu lama mengantri dalam memesan menu.
- X2.8: Sunyi *Coffee* membuat pelanggan merasa aman atas transaksi mereka.
- X2.9: Citra rasa menu yang disajikan Sunyi *Coffee* selalu sama saat pelanggan berkunjung.
- X2.10: Karyawan Sunyi *Coffee* ramah dan selalu memberikan senyuman saat memberikan pelayanan pada pengunjung.
- X2.11: Karyawan Sunyi *Coffee* peduli terhadap pelanggan.
- X2.12: Sunyi *Coffee* memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan sampai mengena didalam hati.

Berdasarkan tabel 6 hasil uji validitas Kualitas Pelayanan diatas menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2) memiliki R hitung $>$ R tabel, maka dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel Kualitas Pelayanan (X_2) terbukti valid.

Tabel 13 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	Person Corellation /R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	627**	.195	Valid
Y2	536**	.195	Valid
Y3	445**	.195	Valid
Y4	253**	.195	Valid
Y5	544**	.195	Valid
Y6	519**	.195	Valid
Y7	526**	.195	Valid
Y8	459**	.195	Valid
Y9	532**	.195	Valid
Y10	634**	.195	Valid
Y11	456**	.195	Valid
Y12	507**	.195	Valid
Y13	577**	.195	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Keterangan Pernyataan:

- Y1: Saya merasa sangat puas ketika Sunyi Coffee menangani pelanggan saat berkunjung.
- Y2 : Menu yang disediakan sesuai dengan selera pelanggan.
- Y3 : Karyawan Sunyi Coffee memberikan pelayanan yang baik dan professional.
- Y4 : Fasilitas penunjang seperti cuci tangan, alat tulis untuk petukaran informasi yang ada sesuai dengan yang diharapkan
- Y5 : Berminat untuk berkunjung kembali karena menu yang diberikan memuaskan.
- Y6 : Berminat berkunjung kembali yang dimana hal ini memberikan suatu kepuasan.
- Y7 : Berminat kembali karena fasilitas yang diberikan memadai.
- Y8 : Merekomendasikan Sunyi Coffee ini kepada teman/ keluarga karena menu yang disajikan sangat enak.
- Y9 : Merekomendasikan Sunyi

Coffee ini kepada teman/ keluarga karena pelayanan yang diberikan baik.

- Y10: Merekomendasikan Sunyi Coffee ini kepada teman/ keluarga karena fasilitas yang disediakan memadai.
- Y11: Ketidakpuasan pelanggan dengan menu yang disajikan oleh Sunyi Coffee.
- Y12: Ketidakpuasan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan oleh Sunyi Coffee.
- Y 13: Ketidakpuasan pelanggan dengan fasilitas yang diberikan oleh Sunyi Coffee.

Berdasarkan tabel 7 hasil uji validitas Kepuasan Pelanggan diatas menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki R hitung > R tabel, maka kesimpulan yang diperoleh ialah setiap butir pernyataan yang dimana pernyataan tersebut berguna untuk mengukur variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) terbukti **valid**.

B. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X₁)

Reliability Statistics	
Sumber: Data primer	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	9

diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Tabel 14 hasil reliabilitas yang ditulis di atas menunjukkan bahwa hasil dari Cronbach Alpha variabel Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal sebesar 0.800 dengan 9 item pernyataan.

Nilai Cronbach Alpha yang diperoleh besar dari R Tabel (0.195), maka kesimpulan yang diperoleh ialah bahwa variabel Bahasa Isyarat Indonesia sebagai

Komunikasi Nonverbal dinyatakan reliable atau konsisten.

Tabel 15
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.744	12

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Tabel 15 hasil reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0.744 dengan 12 item pernyataan.

Nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh besar dari R Tabel (0.195), maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan reliable atau konsisten.

Tabel 16
Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	13

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 25, (2023)

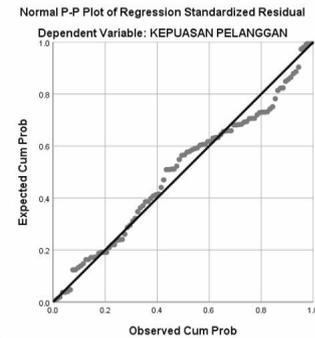
Tabel 16 hasil reliabilitas diatas menunjukkan bahwa hasil dari *Cronbach Alpha* yang merupaka variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan sebesar 0.760 dengan 13 item pernyataan.

Nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh dengan jumlah dari R Tabel (0.195), maka kesimpulan yang diperoleh adalah variabel Kepuasan pelanggan dinyatakan reliable atau konsisten.

C. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 2
Hasil Uji Normal P-P of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Pada gambar 2. Hasil yang diperoleh dari uji normalitas diatas dapat dilihat menggunakan analisis grafik probability Plot (P-Plot) bahwa pola titik yang tersebar yang dapat dilihat di diagonal grafik mengalami penyebaran yang tidak jauh atau dekat dari garis yang bersifat diagonal maupun garis yang mengikuti arah yang merupakan arah garis berbentuk diagonal, sehingga model asumsi normalitas dipenuhi.

2. Uji Multikolineritas

Tabel 17
Hasil Uji Multikolineritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.617	4.831		3.854	.000		
	X1	.251	.127	.215	1.968	.052	.643	1.556
	X2	.370	.116	.348	3.190	.002	.643	1.556

a. Dependent Variable: Y

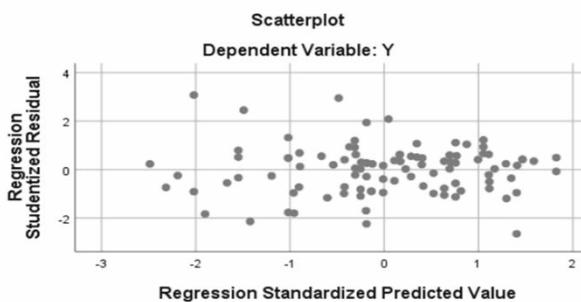
Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25 (2023)

Dari tabel 17 hasil uji multikolineritas, nilai Tolerance semua variabel X₁ dan X₂ yang didapat 0,643 > 0,1 serta diperoleh hasil dari nilai Variance Inflation Factor (VIF)

1,556 < 10. Dengan demikian, nilai tersebut diperoleh dan dapat diambil. Hal ini memberikan kesimpulan yaitu multikolinieritas tidak dapat dialami untuk variabel yang bersifat bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Berdasarkan gambar 3 yang ada di atas, hasil uji heteroskedastisitas terlihat dan menunjukkan suatu titik-titik memancar serta tidak menggambarkan bentuk dari pola yang beraturan, hasil dari titik tersebut juga memancar dibawah dan diatas dari angka 0. Bisa dinyatakan tak ada heteroskedastisitas dan regresi layak digunakan.

D. Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji analisis regresi linier berganda antara variabel X_1 yaitu Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal, variabel X_2 yaitu kualitas Pelayanan dan variabel Y yaitu Kepuasan Pelanggan. Yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
	B	Std. Error		Beta	t	Sig.
1	(Constant)	18,617	4,831		3,854	,000
	Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal	.251	.127	.215	1,968	.052
	Kualitas Pelayanan	.370	.116	.348	3,190	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

umber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Diketahui tabel 18 diatas, hasil nilai constant konstanta (a) sebesar 18,617, sedangkan Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (b1 koefisiensi regresi) sebesar 0,251 dan Kualitas Pelayanan (b2 koefisiensi regresi) sebesar 0,370. Sehingga hasil persamaan regrensinya dapata ditulis:

$$Y = 18,617 + 0,251 X_1 + 0,370 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

α = Konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi

X_1 = Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal

X_2 = Kualitas Pelayanan

e = Estimasi Error

Dari hasil penelitian diatas didapatkan bahwa sebagai berikut:

1. Nilai Konstan a sebesar 18,617 mengatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka kepuasan pelanggan sebesar 18,617.
2. Nilai bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal = 0,251, adalah positif. Hal ini dapat diartikan bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal semakin baik maka kepuasan pelanggan pun ikut meningkat sebesar 0,251.
3. Nilai Kualitas Pelayanan = 0,370 adalah positif. Hal ini dapat diartikan kualitas pelayanan semakin baik, maka kepuasan pelanggan akan meningkat besar 0.371.

2. Uji F

Tabel 19
Hasil Uji F
(Pelanggan Disabilitas dan No Disabilitas)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436.415	2	218.208	16.769	.000 ^b
	Residual	1262.225	97	13.013		
	Total	1698.640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal

(n = 100)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Berdasarkan data yang dapat dilihat di tabel 19 diatas, didapatkan nilai F hitung (16.769) > nilai F tabel (3,09) dan nilai pronbabilitas yang bersifat signifikan (0,000 < 0,05). Maka model regresi ini dapat dipakai untuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian hal tersebut memiliki artian lain yang dapat dikatakan dan merupakan suatu bentuk variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal serta kualitas yang berhubungan dengan pelayanan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama (simulasi) terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 20
Hasil Uji F
(Pelanggan Penyandang Disabilitas)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.057	2	61.529	14.129	.002 ^b
	Residual	39.193	9	4.355		
	Total	162.250	11			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal

(n = 22)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Berdasarkan data yang dapat dilihat di tabel 16 diatas, didapatkan nilai F hitung (14.129) > nilai F tabel (3,09) dan nilai pronbabilitas yang bersifat signifikan (0,000 < 0,05). Maka model regresi ini dapat dipakai untuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian hal tersebut memiliki artian lain yang dapat dikatakan dan merupakan suatu bentuk variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal serta kualitas yang berhubungan dengan pelayanan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama (simulasi) terhadap variabel kepuasan pelanggan penyandang disabilitas.

Tabel 19
Hasil Uji F
(Pelanggan Non Penyandang Disabilitas)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	384.361	2	192.180	14.291	.000 ^b
	Residual	1143.082	85	13.448		
	Total	1527.443	87			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal

(n = 88)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Berdasarkan data yang dapat dilihat di tabel 19 diatas, didapatkan nilai F hitung (14.291) > nilai F tabel (3,09) dan nilai pronbabilitas yang bersifat signifikan (0,000 < 0,05). Maka model regresi ini dapat dipakai untuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian hal tersebut memiliki artian lain yang dapat dikatakan dan merupakan suatu bentuk variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal serta kualitas yang berhubungan dengan pelayanan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama (simulasi) terhadap variabel kepuasan pelanggan penyandang disabilitas.

3. Uji t

**Tabel 20 Hasil Uji t
(Penyandang disabilitas dan non disabilitas)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.617	4.831		3.854	.000
	Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal	.251	.127	.215	1.968	.052
	Kualitas Pelayanan	.370	.116	.348	3.190	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(n = 100)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Kesimpulan yang diperoleh dari data itu adalah:

1. Hubungan Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Penyandang disabilitas dan non disabilitas

Hasil menunjukkan uji t variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) penyandang disabilitas dan non- disabilitas menunjukkan nilai t hitung (1,968) > t tabel (1,660) dengan demikian kesimpulan yang diperoleh adalah Ho memiliki hasil yaitu ditolak dan Ha memiliki hasil yaitu diterima sehingga dapat didefenisikan ialah koefisien regresi pada variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal signifikan. Artinya antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) yang bersifat parsial yang memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap terhadap pelanggan penyandang disabilitas dan non-disabilitas.

2. Hubungan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Penyandang disabilitas dan non disabilitas

Hasil yang didapatkan ialah menunjukkan uji t variabel antara Kualitas pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai t hitung (3,190) > t tabel (1,660) dengan demikian hasil dari

kesimpulannya ialah Ho memiliki hasil yaitu ditolak serta Ha memiliki hasil yaitu diterima artinya koefisien regresi pada variabel antara Kualitas Pelayanan. Artinya antara Kualitas Pelayanan (X₂) secara parsial memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap kepuasan pelanggan penyandang disabilitas dan non-disabilitas.

**Tabel 21 Hasil Uji
(Pelanggan Penyandang Disabilitas)**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-31.040	15.311		-2.027	.041
	Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal	.978	.244	.664	4.014	.000
	Kualitas Pelayanan	.720	.250	.476	2.876	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(n = 22)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Kesimpulan yang diperoleh dari data itu adalah:

1. Hubungan Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Penyandang disabilitas.

Hasil menunjukkan uji t variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) penyandang disabilitas dan non-disabilitas menunjukkan nilai t hitung (4.014) > t tabel (1,660) dengan demikian kesimpulan yang diperoleh adalah Ho memiliki hasil yaitu ditolak dan Ha memiliki hasil yaitu diterima sehingga dapat didefenisikan ialah koefisien regresi pada variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal signifikan. Artinya antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) yang bersifat parsial yang memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap terhadap pelanggan penyandang disabilitas, namun hubungannya tidak signifikan. Pelanggan penyandang disabilitas lebih mementingkan bahasa isyarat sebagai komunikasi nonverbal.

2. Hubungan Kualitas Pelayanan (X₂)

terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Penyandang disabilitas

Hasil yang didapatkan ialah menunjukkan uji t variabel antara Kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai t hitung (2.876) > t tabel (1,660) dengan demikian hasil dari kesimpulannya ialah Ho memiliki hasil yaitu ditolak serta Ha memiliki hasil yaitu diterima artinya koefisien regresi pada variabel antara Kualitas Pelayanan. Artinya antara Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap kepuasan pelanggan penyandang disabilitas.

Tabel 22

Hasil Uji t (Pelanggan Non Penyandang Disabilitas)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	18.002	5.315	3.387	.J
	Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal	.327	.169	.238	1.941
	Kualitas Pelayanan	.329	.129	.314	2.561

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

(n = 88)

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Kesimpulan yang diperoleh dari data itu adalah:

1. Hubungan Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Non - Penyandang disabilitas.

Hasil menunjukkan uji t variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) penyandang disabilitas dan non- disabilitas menunjukkan nilai t hitung (1.941) > t tabel (1,660) dengan demikian kesimpulan yang diperoleh adalah Ho memiliki hasil yaitu ditolak dan Ha memiliki hasil yaitu diterima sehingga dapat didefinisikan ialah koefisien regresi pada variabel antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal signifikan. Artinya antara Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X1) yang bersifat parsial yang memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap terhadap pelanggan penyandang disabilitas.

2. Hubungan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) Penyandang disabilitas

Hasil yang didapatkan ialah menunjukkan uji t variabel antara Kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai t hitung (2.561) > t tabel (1,660) dengan demikian hasil dari kesimpulannya ialah Ho memiliki hasil yaitu ditolak serta Ha memiliki hasil yaitu diterima artinya koefisien regresi pada variabel antara Kualitas Pelayanan. Artinya antara Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang didapatkan terhadap kepuasan pelanggan non-penyandang disabilitas.

4. Koefisien Determinasi R2

Tabel 23

Hasil Koefisien Determinasi R2

Model Summary ^b				
Model	R	Adjusted R Square	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 ^a	.257	.242	3.60730

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah peneliti dengan SPSS 25, (2023)

Dari hasil yang diperoleh dari koefisien determinasi (R²) pada tabel 15, bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal serta kualitas yang berhubungan dengan pelayanan mempengaruhi kepuasan yang diperoleh terhadap pelanggan dengan nilai yang didapatkan yaitu 0,242 atau 24,2% sedangkan sisa sebesar 0,758 atau 75,8% berasal dari variabel lain yang berada diluar penelitian.

5. Interpretasi koefisien Kolerasi

Berdasarkan hasil koefisien Person Correlation 0,507 yang dimana memiliki arti Bahasa Isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki kolerasi sedang dan bentuk hubungannya itu ialah positif.

Tabel 24

Interpretasi koefisien Kolerasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Lemah
0,20 - 0,399	Lemah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,700	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2013: 250)

PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis diatas, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1 Hubungan Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasai Nonberbal Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pada pembahasan sebelumnya dijelaskan bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan penyandang disabilitas dan non disabilitas pada Sunyi Coffee Bekasi. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan nilai t hitung (1.968) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk pelanggan disabilitas terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan nilai t hitung (4.014) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan untuk pelanggan disabilitas terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan nilai t hitung (1.941) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menjelaskan bahwa apabila bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal yang diberikan oleh karyawan Sunyi Coffee Bekasi, memberikan mimik muka dan kecepatan gerak dengan nilai rata-rata (4,42) dengan presentase variabel (37,38%) keseluruhan pelanggan disabilitas maupun non- disabilitas, serta memberikan penampil (4,87) dengan presentase variabel (50,6%) bagi pelanggan disabilitas dan memberikan mimik muka dan kecepatan gerak (4.37) bagi pelanggan non -disabiluitas dengan presentase variabel (32,25%).

Dari hasil tersebut Hipotesis ke 1 dalam penelitian ini terbukti kebenarannya dan dapat diterima sesuai dengan penelitian Ahmad Khairani (2020) yang mengatakan bahwa komunikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil pada pembahasan sebelumnya dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Sunyi Coffee Bekasi. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan bahwa t hitung (3,190) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk pelanggan disabilitas terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan nilai t hitung (2.876) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan untuk non pelanggan disabilitas terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa perbandingan nilai t hitung (2.561) > t tabel (1,660) keduanya menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Sunyi Coffee Bekasi, memberikan jaminan bagi pelanggan disabilitas dan non disabilitas didapatkan nilai rata-rata (4,19) dengan presentase variabel (49,83%), serta memberikan bukti fisik dan keandalan bagi pelanggan penyandang disabilitas dengan hasil (4,29) dengan presentase variabel (61,9%) dan memberikan Empati bagi pelanggan non disabilitas sebesar (4,15) dengan presentase variabel (43,64%) maka kepuasan pelanggan akan baik pula sehingga membuat pelanggan akan menggunakan jasa dan meningkatkan pelanggan kembali.

Dari hasil tersebut Hipotesis ke 2 dalam penelitian terbukti kebenarannya dan dapat diterima sesuai dengan penelitian Nahdiana (2022) yang mengatakan kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hubungan Bahasa Isyarat Indonesia sebagai Komunikasi Nonverbal (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap Kepuasan pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa F-hitung yang dihasilkan model regresi adalah sebesar 16,769 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F tersebut telah membuktikan bahwa Hipotesis ke-3 penelitian ini terbukti kebenarannya dan dapat diterima bagi pelanggan penyandang disabilitas dan non disabilitas, sedangkan hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa F-hitung yang dihasilkan model regresi adalah sebesar 14.129 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F tersebut telah membuktikan bahwa Hipotesis ke-3 penelitian ini terbukti kebenarannya dan dapat diterima bagi pelanggan disabilitas dan hasil uji F penelitian ini menunjukkan bahwa F-hitung yang dihasilkan model regresi adalah sebesar 14.291 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F tersebut telah membuktikan bahwa Hipotesis ke-3 penelitian ini terbukti kebenarannya dan dapat diterima bagi pelanggan penyandang non disabilitas. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. sesuai dengan hasil penelitian dari Ahmad Khairani (2020) yang mengatakan bahwa komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hal ini menjelaskan apabila bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal dan kualitas pelayanan yang diberikan baik seperti selalu memberikan mimik muka, kecepatan gerak, penampilan, bukti fisik, jaminan dan empati maka hal tersebut secara bersama-sama akan berdampak meningkatkan kepuasan pelanggan dengan adanya hubungan jangka panjang, terbentuk pertumbuhan bisnis, tercipta loyalitas pelanggan dan reputasi Sunyi Coffee Bekasi.

Namun dari kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan (X₂) lebih bersifat

dominan dari variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat hasil regresi linier berganda yang menunjukkan nilai koefisien beta kualitas pelayanan (X₂) yang lebih besar yaitu senilai 0,348 sedangkan koefisien beta variabel bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) senilai 0,215.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y), di Sunyi Coffee Bekasi terbukti diterima, bagi pelanggan penyandang disabilitas maupun non-disabilitas dengan nilai t hitung (1,968) > dari t-tabel (1,660). Untuk pelanggan disabilitas terbukti diterima dengan nilai t hitung (4.014) > dari t-tabel (1,660) dan untuk non penyandang disabilitas terbukti diterima dengan nilai t hitung (1.941) > dari t-tabel (1,660).

2. Kualitas Pelayanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Sunyi Coffee Bekasi terbukti diterima, bagi pelanggan penyandang disabilitas dan non disabilitas dengan nilai t hitung (3,190) > dari t-tabel (1,660). Untuk pelanggan disabilitas terbukti diterima dengan nilai t hitung (2.876) > dari t-tabel (1,660) dan untuk non penyandang disabilitas terbukti diterima dengan nilai t hitung (2.561) > dari t-tabel (1,660).

3. Bahwa bahasa isyarat Indonesia sebagai komunikasi nonverbal (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Sunyi Coffee Bekasi terbukti diterima bagi pelanggan penyandang disabilitas dan non-disabilitas dengan nilai F hitung (16,769) > Ftabel (3,09) atau nilai signifikansinya sebesar $(0,000 < 0,05)$. Untuk pelanggan disabilitas

dengan nilai F hitung (14.129) > Ftabel (3,09) atau nilai signifikansinya sebesar (0,000 < 0,05) dan untuk pelanggan non-disabilitas dengan nilai F hitung (14.291) > Ftabel (3,09) atau nilai signifikansinya sebesar (0,000 < 0,05).

Saran:

Beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dan penelitian lebih lanjut antara lain:

Bagi Kafe Sunyi *Coffee* Bekasi :

1. Agar mendapatkan hasil yang maksimal Sunyi *Coffee* Bekasi harus memberikan fasilitas-fasilitas yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Meningkatkan kualitas SDM agar mampu dapat berinteraksi lebih baik lagi ke pelanggan. Dikarenakan kontak komunikasi menggunakan bahasa isyarat antara karyawan dan pelanggan pada proses pelayanan yang terjadi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
3. Kualitas terhadap bagian pelayanan yang diberikan Sunyi *Coffee* Bekasi terhadap pelanggan sudah sangat baik. Perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas pelayanan agar tidak kalah dengan pesaing.

Daftar Pustaka

- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*, 17(2), 114–126.
- Azmir, M. dkk. (2019). Efektivitas BISINDO (Bahasa Isyarat Indonesia) Program Siaran Redaksi Sore Trans7 Pada Bali Deaf Community. *Jurnal Medium*, 1(2), 1–8.
- Khoirudin Zain. (2019). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Ojek Online Di Kota Malang. *Skripsi Studi Psikologi*, 6(1), 5–10.
- Kurniadi, Y U., et al. (2020). Penyandang Disabilitas di Indoneisa. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 408–420.
- Mulyana, D. (2013). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Mursita, R. A. (2015). Respon Tunarungu Terhadap Penggunaan Sistem Bahasa Isyarat Indonesia (Sibi) Dan Bahasa Isyarat Indonesia (Bisindo) Dalam Komunikasi. In *Inklusi* (Vol. 2, Issue 2, p. 221). <https://doi.org/10.14421/ijds.2202>
- N A H D I A N A. (2022). *ANALISIS EFEK KOMUNIKASI DAN KUALITAS LAYANAN INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BPJS KESEHATAN DI KOTA MAKASSAR. 8.5.2017*, 2003–2005.
- Nurfinarsanti, A. (2021). *REPRESENTASI NILAI KELUARGA DALAM PENGGUNAAN BAHASA ISYARAT SEBAGAI KOMUNIKASI NONVERBAL (ANALISIS SEMIOTIKA FILM “A QUIET PLACE”)*. February, 6.
- Rajagukguk, S. T., Gelgel, N. M. R. A., & Suryawati, I. G. A. A. (2021). Strategi Komunikasi Youtuber Penyandang Tuli Amanda Farliany dalam Mensosialisasikan Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO). *E-Journal Medium*, 1(1), 105–112. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_penelitian_1_dir/541f666e60fb5aea2bf506f8352d05ba.pdf
- auddin, M. (2017). *KETERAMPILAN SOSIAL PUSTAKAWAN DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN BERMUTU DI PERPUSTAKAAN. 43*. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/khizanah-al-hikmah/article/view/2286>
- itoso, I. F. (2020). *Pengaruh Komunikasi Nonverbal Ustadz Farid Aziz Terhadap Pengetahuan Agama Jamaah Majelis Ta’lim Tuli Indonesia*. *Jurnal pono*, F. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Journal of Chemical Information and Modeling*.



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

ggul