

SKRIPSI

**HUBUNGAN ETIKA KOMUNIKASI BISNIS KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
PELAYANAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING
PADA RUMAH AYAM GEPREK
ABAH MIDUN DI KUMU**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

RIZA AL VIANI

NIM : 2225116

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
TAHUN 2026**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : RIZA AL VIANI
NIM : 2225116
JUDUL PENELITIAN : Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Dengan Pelayanan Sebagai Variabel
Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun Di
Kumu

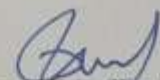
Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Akhir Komprehensif Program
Studi Manajemen pada Rabu, 25 Februari 2026 dan telah dilakukan perbaikan sesuai
dengan simpulan dan saran Tim Penguji.

Pasir Pengaraian, Maret 2026

Pembimbing I


Seprini, SE., M.M
NIDN.1025097804

Pembimbing II


Dr. Afrizal, SE., MM, Ak,CA
NIDN.1027076902

Penguji Ujian Akhir Komprehensif,

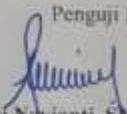
Penguji I


Arrafiqur Rahman, SE., MM, Ph.D
NIDN.1018108502

Penguji II


Andi Afrizal, SE., M.Si, AK, CA
NIDN.1014118301

Penguji III


Devi Noyianti, SM., M.Si
NIDN.1012129701

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

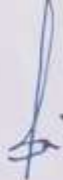

Dr. Suchayati, SE., M.Si
NIDN.1026068605

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN

Nama : RIZA AL VIANI

Judul : Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pelayanan Sebagai Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun Di Kumu

Pembimbing II : Seprini S. E., M.M

Tanggal/Tahun	Catatan Revisi	Paraf
23 Januari 2026	- Sematkan penulisan - Sinkronkan Bab 3 dgn bab 4 - lengkapi lampiran	
24/1 2026	Lanjut Pemb. Benktu.	
	ACC Maju Kompre	

LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN

Nama : RIZA AL VIANI

Judul : Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Dengan Pelayanan Sebagai Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah
Midun Di Kumu

Pembimbing II : Dr. H. Afrijal, SE,MM, Ak, CA

Tanggal/Tahun	Catatan Revisi	Paraf
26/1 - 26	kata penerus	
27/1 - 26	Abah	
31/1 - 26	Ak sama	

ABSTRACT

Nama : Riza Al Viani

Nim: 2225116

Tahun 2026

Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun Di Kumu.

Pembimbing I: Seprini, SE.,M.M,

Pembimbing II: Dr. Afrijal, SE, MM, Ak,Ca

As competition in the culinary field intensifies, business communication ethics becomes a determining factor in customer satisfaction. This study aims to determine the relationship between business communication ethics and customer satisfaction and the role of variables in strengthening or weakening the relationship. The study used a quantitative method, with a sample of 100 people. The Moderated Regression Analysis (MRA) model and Structural Equation Model (SEM) analysis based on Partial Least Square (PLS) were used as techniques with the help of SmartPLS 4. The study shows that business communication ethics have a positive and significant relationship with customer satisfaction, service has a positive and significant relationship with customer satisfaction at Rumah Ayam Geprek Abah Midun in Kumu, service does not play a role in moderating the relationship between business communication ethics and customer satisfaction at Rumah Ayam Geprek Abah Midun in Kumu.

Keywords: Business communication ethics, Customer satisfaction, Service

ABSTRAK

Nama : Riza Al Viani

Nim: 2225116

Tahun 2026

**Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderating Pada Rumah Ayam Geprek
Abah Midun Di Kumu.**

Pembimbing I: Seprini, SE.,M.M,

Pembimbing II: Dr. Afrijal, SE, MM, Ak,Ca

Seiring ketatnya persaingan di bidang kuliner. etika komunikasi bisnis menjadi aspek yang menentukan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan etika komunikasi bisnis terhadap kepuasan pelanggan dengan dan peran variabel dalam memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan 100 orang sampel. Model Moderated Regression Analysis (MRA) dan Analisis Structural Equation Model (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) dijadikan teknik yang digunakan dengan bantuan SmartPLS 4. Penelitian menunjukkan hasil bahwa etika komunikasi bisnis berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pelayanan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun di Kumu, pelayanan tidak berperan dalam memoderasi hubungan antara etika komunikasi bisnis terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun di Kumu

Kata kunci: Etika komunikasi bisnis, Kepuasan pelanggan, Pelayanan

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugrah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun Di Kumu ”.

Skripsi ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir yaitu syarat kelulusan pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Penulis menyadari dalam penulisan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan serta memenuhi kriteria yang dipersyaratkan. Penulis telah banyak mendapat bantuan dan dorongan baik materil maupun moril dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis dengan segenap kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Hardianto, M.Pd selaku Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Dr. Nurhayati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.
3. Ibu Arfianti Novita Anwar, S.IP., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian

4. Kepada kedua orang tua tercinta ayahanda Amrizal dan ibunda Nur Asiah serta keluarga, yang telah memberikan dorongan motivasi yang luar biasa kepada penulis.
5. Ibu Seprini, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan kesempatan sekaligus bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan proposal penelitian.
6. Bapak Dr. Afrijal, SE, MM, Ak,CA selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan kesempatan sekaligus bimbingan kepada peneliti untuk menyelesaikan proposal penelitian.
7. Kepada Bapak Syahmidun pemilik usaha Rumah Ayam Geprek Abah Midun di Kumu dan para karyawan yang telah memberikan izin untuk dijadikan objek penelitian.
8. Kepada seluruh Dosen serta Staf Universitas Pasir Pengaraian yang sudah memberikan ilmu pengetahuan dan membantu selama masa perkuliahan.
9. Kepada seluruh responden yaitu pelanggan yang telah sabar menjawab pertanyaan dan membantu penulis dalam melakukan riset.
10. Kepada rekan-rekan mahasiswa/i Prodi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian angkatan 2022 yang telah bersama sama saling membantu dan memotivasi.
11. Kepada teman-teman yang memberikan motivasi dan saran dalam menyusun proposal.

Pasir Pengaraian, Desember 2025

RIZA AL VIANI
2225116

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Riza Al Viani

Nomor Mahasiswa: 2225116

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Karyawan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Dengan Pelayanan Sebagai Variabel
Moderating Pada Rumah Ayam Geprek Abah Midun Di Kumu

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 24, Januari 2026

Yang Membuat Pernyataan



(Riza Al Viani)

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Etika Komunikasi Bisnis	13
2.1.2 Prinsip Prinsip Etika Komunikasi Bisnis.....	14
2.1.3 Tujuan Etika Komunikasi Bisnis	15
2.1.4 Manfaat Etika Komunikasi Bisnis	16
2.1.5 Indikator Etika Komunikasi Bisnis.....	17
2.1.6 Defenisi Kepuasan Pelanggan	19
2.1.7 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.8 Indikator Kepuasan Pelanggan	21
2.1.9 Definisi Pelayanan	22
2.1.10 Tujuan Pelayanan.....	23
2.1.11 Indikator Pelayanan	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	28

3.2 Populasi dan Sampel	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel	29
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4 Teknik Pengambilan Data	31
3.5 Definisi Operasional	32
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.7 Teknik Analisis Data	37
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.2 Analisis Statistik	38
3.7.2.1 Model Measurement (<i>Outer Model</i>)	38
3.7.2.2 Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	40
3.7.3 Signifikansi (Pengujian Hipotesis)	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.3 Analisis Deskriptif	44
4.3.1 Deskriptif Variabel Etika Komunikasi Bisnis	44
4.3.2 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	46
4.3.2 Deskriptif Variabel Pelayanan	47
4.4 Analisis Data	48
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	50
4.4.2 Analisis Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	58
4.4.3 Signifikansi (Pengujian Hipotesis)	61
4.5 Pembahasan Penelitian.....	63
4.5.1 Hubungan Etika Komunikasi Bisnis Terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.5.2 Hubungan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	64
4.5.3 Hubungan Pelayanan Sebagai Moderasi Antara Etika Komunikasi Bisnis dan Kepuasan Pelanggan.....	65
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan	66
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	33
Tabel 3.2 Skor Kualifikasi Skala Likert.....	34
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Kuisisioner.....	35
Tabel 3.4 Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR).....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian.....	44
Tabel 4.4 Persepsi Responden Terhadap Variabel Etika Komunikasi Bisnis.....	44
Tabel 4.5 Persepsi Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 4.6 Persepsi Responden Terhadap Variabel Pelayanan.....	47
Tabel 4.7 Hasil Pemuatan Luar <i>Outer Loading</i>	50
Tabel 4.8 <i>Nilai AVERAGE Variance Extracted (AVE)</i>	52
Tabel 4.9 <i>Nilai Cross Loading</i> Tahap 1.....	54
Tabel 4.10 <i>Nilai Cross Loading</i> Tahap 2.....	55
Tabel 4.11 <i>Nilai Cronbach's Alpha</i>	56
Tabel 4.12 <i>Nilai Composite Reliability</i>	56
Tabel 4.13 Hasil Uji R square (R^2).....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Effect Size</i> (F^2).....	59
Tabel 4.15 Nilai SRMR.....	60
Tabel 4.16 Hasil <i>Path Coeffisien Bootstrapping Direct Effect</i>	61
Tabel 4.17 Hasil <i>Path Coeffisien Bootstrapping</i> (Moderasi).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram 1 Data Prariset.....	7
Gambar 1.2 Diagram 2 Data Prariset.....	8
Gambar 1.3 Diagram 3 Data Prariset.....	8
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
Gambar 4.1 Model Penelitian.....	49
Gambar 4.2 Diagram Jalur Disertai <i>Loading Faktor</i>	49
Gambar 4.3 Model Penelitian Setelah Evaluasi Indikator X1.....	53
Gambar 4.4 Diagram Jalur Disertai <i>Loading Faktor</i>	53
Gambar 4.5 Output Model PLS SEM Algorithm.....	58