

# ANALISIS KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI TOKO MAINAN “VOVO TOYS” JAKARTA PUSAT TENTANG KEPUASAN PELANGGAN

<sup>1</sup>Marcellino Yanaz <sup>2</sup>Sello Satrio

Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-

<sup>1</sup>yanazmarcellino@gmail.com <sup>2</sup>r.sellosatrio89@gmail.com

## Keywords:

*Interpersonal Communication*  
*Customer Satisfaction*  
*Service*  
*Vovo Toys*  
*Retail*

## Article history:

Received:

11 November 2025

Accepted:

20 November 2025

Available online:

22 January 2026

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh karyawan toko mainan “Vovo Toys” di Jakarta Pusat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini didasari oleh pentingnya interaksi langsung yang hangat, jelas, dan efektif di tengah persaingan bisnis ritel mainan yang semakin ketat. Komunikasi antarpersonal dianggap sebagai salah satu faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan, karena tidak hanya menyampaikan informasi produk tetapi juga membangun koneksi emosional yang membuat pelanggan merasa dihargai dan dipahami. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan wawancara, observasi, dan kuesioner untuk mengumpulkan data dari pelanggan. Data dianalisis melalui pendekatan triangulasi untuk memastikan akurasi dan kelengkapan. Temuan menunjukkan bahwa karyawan “Vovo Toys” menerapkan komunikasi interpersonal yang mencakup keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Praktik-praktik ini tercermin dalam kesediaan karyawan untuk mendengarkan umpan balik, memberikan solusi yang tepat, melayani pelanggan tanpa diskriminasi, dan menciptakan suasana belanja yang nyaman dan menyenangkan

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the interpersonal communication applied by the employees of “Vovo Toys” toy store in Central Jakarta in enhancing customer satisfaction. The research stems from the importance of warm, clear, and effective direct interaction in the midst of the increasingly competitive toy retail business. Interpersonal communication is considered one of the key determinants of customer satisfaction, as it not only delivers product information but also builds an emotional connection that makes customers feel valued and understood. This research employed a descriptive qualitative method, using interviews, observations, and questionnaires to collect data from customers. The data were analyzed through a triangulation approach to ensure accuracy and comprehensiveness. The findings reveal that “Vovo Toys” employees apply interpersonal communication encompassing openness, empathy, supportive attitude, positive attitude, and equality. These practices are reflected in the employees’ willingness to listen to feedback, provide appropriate solutions, serve customers without discrimination, and create a comfortable and pleasant shopping atmosphere.*

## I. PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern, interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting dalam pembentukan citra, pengalaman, dan kepuasan pelanggan. Toko

mainan sebagai salah satu sektor ritel yang banyak berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai kalangan, terutama anak-anak dan orang tua, membutuhkan pendekatan pelayanan yang baik. Salah satu aspek pelayanan yang sangat berpengaruh adalah komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan antara dua atau lebih individu secara langsung yang bersifat timbal balik (Mulyana, 2018). Menurut (Sazali et al., 2020) Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat maupun organisasi, baik organisasi bisnis maupun nonbisnis, dengan menggunakan media komunikasi serta bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu. (Shinta Ramadanis et al., 2023). Di dalam konteks toko ritel seperti Vovo Toys, komunikasi interpersonal tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi mengenai produk tetapi juga mencerminkan sikap, karakter, kehangatan, dan profesionalisme dari karyawan yang mewakili citra toko.

*Customer Satisfaction* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, pengalaman berbelanja, suasana toko, hingga interaksi yang terjadi dengan karyawan (Kotler & Keller, 2016). Toko yang mampu memberikan pelayanan ramah, sopan, responsif, serta informatif cenderung memiliki pelanggan yang loyal. Hal ini menjadi penting dalam menghadapi persaingan bisnis ritel yang semakin kompetitif. Bisnis mainan "Vovo Toys", yang terletak di jantung Jakarta, adalah salah satu contoh menarik yang perlu dianalisis dengan mempertimbangkan kehadiran strategis dan beragam produk. Toko ini berfungsi tidak hanya sebagai tempat untuk membeli dan menjual transaksi, tetapi juga sebagai ruang untuk interaksi sosial antara karyawan dan pelanggan.

Dengan komunikasi yang efektif, "Vovo Toys". Komunikasi interpersonal di –Vovo Toys memasukan beberapa unsur, dimulai dari bagaimana sebuah staf menerima dan menyapa sebuah pelanggan, menjelaskan dan memberikan informasi yang jelas dan baik mengenai produk, pelanggan, sampai bagaimana staf menyelesaikan dan menangani sebuah keluhan dari pelanggan yang kemungkinan besar ada setiap waktunya. Pelayanan dengan interaksi yang ramah, nyaman, dan jelas antara pelanggan dan staf akan menciptakan eforia yang baik sehingga pelanggan akan merasa di terima, di hargai dan dilayani dengan baik. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis dan meidentifikasi berbagai bentuk komunikasi yang tercipta di dalam toko, lalu dampaknya terhadap pandangan pelanggan mengenai bagaimana sebuah pelayanan yang berkualitas yang mereka terima.

Dengan dapat memahami komunikasi yang efektif, pengelola toko akan dapat membuat strategi yang lebih terencana, efektif, dan efisien dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan, yang merupakan salah satu poin vital dalam usaha membangun sebuah . Selain itu, penelitian ini meneliti bagaimana komunikasi berperan dalam interaksi karyawan-pelanggan. Sebagai toko yang melayani pelanggan secara langsung, komunikasi interpersonal yang dilakukan karyawan menjadi salah satu komponen penting dalam memberikan pengalaman belanja yang nyaman dan menyenangkan.

Berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa karyawan Vovo Toys memiliki karakter komunikasi yang berbeda-beda dalam menghadapi pelanggan. Ada yang terlihat ramah dan komunikatif, namun ada pula yang hanya fokus pada pekerjaan teknis. Hal ini memunculkan pertanyaan apakah konsistensi komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana komunikasi interpersonal diterapkan oleh karyawan Vovo Toys dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan bagaimana respons pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif adalah metode yang di peruntukan untuk mencari pemahaman sebuah fenomena sosial dengan cara mencari dan mengumpulkan data non- numerik, seperti observasi, wawancara dan analisis dokumen. Peneliti memandang bahwa metode dan pendekatan ini merupakan metode yang jitu untuk penulis gunakan dalam menggambarkan tentang bagaimana Komunikasi interpersonal di toko mainan – *Vovo Toys* Jakarta Pusat dalam Kepuasan Pelanggan.

Dalam memperoleh data pada penelitian ini terdapat sumber data yang peneliti gunakan guna memperoleh informasi yang relevan untuk penelitian ini. Sumber data pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis. Pertama data primer, data primer adalah data yang di dapatkan dari sumber aslinya yaitu pihak yang memiliki pengalaman dan pengetahuan langsung mengenai Komunikasi interpersonal di toko mainan – *Vovo Toys* Jakarta Pusat dalam Kepuasan *Pelanggan*. Data primer dalam penelitian ini di dapatkan dari proses wawancara lebih mendalam dengan pihak informan yang dipilih atas pertimbangan hal-hal tertentu dalam pengambilan sampelnya atau disebut *Purposive sampling*.

Di dalam penelitian ini penulis sudah memilih beberapa informan berdasarkan kriteria yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan permasalahan penelitian ini, diantaranya ialah Pemilik Toko Mainan *Vovo Toys*, Staff kantor bagian Administrasi dan Kasir di Toko Mainan *Vovo Toys*, Staff bagian gudang Toko Mainan *Vovo Toys*, dan pelanggan Toko Mainan *Vovo Toys*. Data sumber kedua ialah data sekunder, data sekunder ini berfungsi untuk memperkuat landasan teoritis sekaligus melengkapi analisis terhadap temuan yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui kajian pustaka terhadap berbagai sumber tertulis yang memiliki keterkaitan substansial dengan topik penelitian. Sumber-sumber tersebut mencakup literatur ilmiah seperti buku, jurnal, artikel, serta referensi lain yang mendukung pemahaman mengenai teori komunikasi interpersonal dan efektivitas operasional.

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini terdapat tiga teknik utama. Pertama teknik observasi, observasi yang juga dikenal sebagai pengamatan, merupakan aktivitas memusatkan perhatian pada suatu objek dengan melibatkan seluruh pancaindra. Dengan teknik ini peneliti melakukan pengamatan langsung ke toko mainan *Vovo Toys* mengenai kegiatan yang berlangsung di *Vovo Toys*. Teknik kedua ialah teknik wawancara, peneliti menggunakan teknik wawancara terbimbing dalam interaksi tanya jawab yang dilakukan dengan informan. Peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya kepada informan. Dan teknik ketiga ialah triangulasi data, Triangulasi adalah suatu pendekatan yang menggabungkan berbagai metode yang digunakan oleh penulis dalam proses pengumpulan dan analisis data.

Teknik ini bertujuan untuk memperkuat validitas serta meningkatkan kredibilitas hasil penelitian dengan cara memanfaatkan beragam sumber data atau metode pengumpulan informasi yang berbeda. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode triangulasi sumber sebagai teknik pengumpulan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memperoleh informasi dari berbagai narasumber yang berbeda, namun tetap menggunakan metode pengumpulan data yang sama. Selain itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner dalam mengumpulkan data dari pelanggan *Vovo Toys*. Kuisisioner adalah salah satu teknik pengumpulan data yang sangat sering digunakan, teknik ini di terapkan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan tertulis yang sudah disusun secara sistematis kepada responden. Kuisisioner dibagikan kepada 100 pelanggan

yang pernah berbelanja di Vovo Toys untuk memperoleh data kuantitatif pendukung. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh informasi yang mempunyai relevansi dengan fokus dan kebutuhan penelitian.

Penulis menggunakan teknik analisis data menurut Miles and Huberman. Pertama, Peneliti mengumpulkan data atau informasi yang dibutuhkan secara langsung di lapangan dengan teknik observasi dan wawancara. Kedua, setelah data terkumpul, selanjutnya adalah mereduksi data, yaitu menyaring dan memilih data yang benar-benar penting dan berkaitan dengan fokus penelitian. Ketiga, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat untuk menggambarkan komunikasi interpersonal di Toko Mainan Vovo Toys dalam kepuasan Pelanggan. Hasil analisis merupakan jawaban dari permasalahan penelitian yang diteliti, dan jawaban tersebut telah di *verifikasi* data serta kebenarannya oleh peneliti. Langkah terakhir adalah membuat kesimpulan dari hasil penelitian. Kesimpulan ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. penulis memastikan bahwa kesimpulan yang diambil berdasarkan data yang valid dan telah diperiksa kebenarannya.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Vovo *Toys* merupakan perusahaan yang telah bergerak di bidang impor & distribusi mainan terutama *diecast* bermerek sejak tahun 2016, sebelum itu pada tahun 2012 Vovo *Toys* adalah agen dari banyak merek *diecast* (mainan koleksi). Vovo *Toys* dipimpin oleh direktur utama Pak Volvo. Kantor utama Vovo *Toys* yang diperuntukan untuk mengatasi pesanan *online* dan pesanan grosir beralamat di Jalan Balikpapan RT 004 / RW 006, Jakarta, Indonesia, 10130. Vovo *Toys* juga memiliki toko ritel fisik yang mempunyai fungsi sebagai showroom, dan juga untuk memenuhi kebutuhan para kolektor dan pelanggan eceran. Vovo *Toys* di pusat Jl Biak No 29a, Petojo Selatan DKI Jakarta.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang ada dan sudah di terapkan di Toko Mainan Vovo *Toys* bersifat bersahabat, hangat dan personal. Interaksi yang ada antar para staf dan staf ke pemilik toko berjalan secara terbuka dan informal akan tetapi tetap profesional. Internal Toko Mainan Vovo *Toys* menerapkan aspek keterbukaan terhadap pelanggan dengan adanya penjelasan yang detail mengenai produk dan terbukanya ruang diskusi antara pelanggan dan staf sehingga dapat berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian rasa empati terhadap pelanggan dengan adanya kemampuan memahami kebutuhan pelanggan dan rasa empati yang diberikan kepada pelanggan seperti mampu mengenali kebutuhan spesifik produk yang pelanggan sehingga dapat berkontribusi kepuasan pelanggan.

Internal Toko Mainan Vovo *Toys* juga menerapkan aspek dukungan terhadap pelanggan dengan adanya pemberian bantuan dan solusi terhadap masalah dan adanya penawaran penukaran barang jika ada produk yang gagal dan adanya keinginan untuk memperbaiki servis yang lebih karena dilihat kurang baik oleh pelanggan sehingga dapat berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Sikap positif terhadap pelanggan juga ditunjukkan oleh Internal toko mainan Vovo *Toys* dengan memberikan ruang untuk pelanggan melihat - lihat dan produk di toko tanpa perlu di dampingi, menciptakan suasana ramah, dan dapat menyesuaikan karakteristik pelanggan apabila pelanggan perlu di dampingi dan dijelaskan mengenai produk di Toko Mainan Vovo *Toys* sehingga dapat berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Internal Toko mainan Vovo *Toys* memperlakukan semua pelanggan secara adil dan Tidak membeda-bedakan pelayanan terhadap pelanggan lama maupun baru. Sehingga dapat

berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Komunikasi yang terjadi antara pelanggan dan staf juga membentuk hubungan sosial yang akrab dan juga berjangka panjang karena pelanggan merasa diperhatikan kebutuhan dan dihargai kehadirannya. Pemilik toko menekankan pentingnya sikap ramah dalam melayani pelanggan. Karyawan dituntut untuk memberikan pelayanan yang sopan dan komunikatif. Kasir sebagai ujung tombak interaksi dengan pelanggan menunjukkan bahwa kesabaran dan ketelitian dalam menjelaskan harga dan produk adalah faktor penting dalam menjaga suasana komunikasi yang baik. Staf gudang juga berperan penting dalam memberikan informasi teknis mengenai produk. Bahasa tubuh yang terbuka dan sikap membantu membuat pelanggan merasa diperhatikan.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa 82% pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Vovo Toys. Faktor kepuasan tertinggi adalah keramahan karyawan dan kejelasan informasi produk.

#### IV. SIMPULAN

1. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang diterapkan di Toko Mainan Vovo Toys Jakarta Pusat menunjukkan karakteristik yang personal, terbuka, dan responsif. Interaksi antara karyawan dan pelanggan tidak hanya sebatas pertukaran informasi mengenai produk, tetapi juga menciptakan suasana yang ramah dan akrab melalui sapaan hangat, bahasa yang sopan, dan kesediaan mendengarkan keluhan maupun masukan pelanggan dengan tulus. Karyawan aktif memberikan penjelasan yang jelas terkait spesifikasi, harga, promosi, dan kebijakan toko, serta bersedia menawarkan solusi alternatif ketika produk yang dicari pelanggan tidak tersedia.
2. Prinsip komunikasi interpersonal efektif yang menekankan keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Praktik komunikasi yang demikian memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pelanggan, sehingga mereka merasa dihargai secara emosional dan diakui kebutuhannya.
3. Sikap ramah, empati, bahasa tubuh yang baik, dan penyampaian informasi produk dengan jelas merupakan faktor utama dalam menciptakan pengalaman belanja yang menyenangkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan Vovo Toys dalam mempertahankan kepuasan pelanggan tidak terlepas dari penerapan komunikasi interpersonal yang konsisten, profesional, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R., & Taharuddin. (2024). Pengaruh Kualitas pelayanan jasa keagenan kapal dan komunikasi interpersonal terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Pelayaran PT. Hasnur Internasional Shipping Tbk. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 13, 170–180.
- Balqis, A. F. (2023). *Pola Komunikasi Interpersonal Pimpinan dan Staf dalam meningkatkan Kinerja pada Subbagian Umum dan Kepegawaian Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Makassar*.
- Gunawan, I. (2022). *Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Komitmen Organisasi terhadap Kualitas pelayanan publik pada karyawan PT PLN (Persero) Kecamatan Pangandaran*.

- Herdiyanto, D., Pratama, dkk (2024). Pengaruh kualitas layanan, penanganan keluhan, persepsi harga, dan komunikasi interpersonal melalui kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan IV*, 1-8.
- Rumengan, Israel , F. V. I. A., Koagouw, & Kalangi, J. S. (2019). Pola komunikasi dalam menjaga kekompakkan anggota group band *Royal Worship* Alfa Omega Manado. *Sustainability*, 11(1), 1-14.
- Kustiawan, W dkk (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11930>
- Laia, V., Simamora, P. R. T., & Tinambunan, S. (2024). Peranan Komunikasi Interpersonal Karyawan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Toko Roti Suans Bakery. *Jurnal*, 8(2), 127-134.
- Mei, N. A. M., & Kridaningsih, A. (2024). Pengaruh Komunikasi Interpersonal, Bukti fisik dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Pada Zona Fitnes Mojokerto. *Bisman (Bisnis dan Manajemen)*, 7, 303-314.
- Sazali, H., Siregar, Y. D., & Putri, I. A. (2020). The Impact of Instagram Social Media on Religious Behavior of Mosque Youth in Siumbut Baru Village. *Malikussaleh Social and Political Reviews*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.29103/mspr.v1i1.2905>
- Shinta Ramadanis, Indrawati, N., & Yeni, A. (2023). Pengaruh Efikasi Diri dan Komunikasi Interpersonal terhadap Kinerja Pegawai Honorer pada Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kabupaten Solok. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 3(1), 99-109. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i1.941>
- Sumiyati, Herleandhi, F., & Supriadi. (2023). Pendekatan Komunikasi interpersonal Waroeng Noesantara dalam menjaga Loyalitas Pelanggan. *Jurnal CommLine*, 8(2), 94-109.