

PENTINGNYA PERAN ETIKA KOMUNIKASI ORGANISASI PEGAWAI COFFE SHOP KOPI GAMBARSARI

Sofa, Hasna Fitri Winda Astuti

Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Email: sofamuhammadbasalamah@gmail.com, hasnafitri604@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan penting yang dimiliki oleh etika komunikasi organisasi pada kinerja pegawai *coffe shop* Kopi Gambarsari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan data yang bersumber dari penelitian lapangan yang mencakup wawancara dan observasi, dan tinjauan literatur (library research). Sumber data dalam penelitian ini dihimpun dari tiga sumber utama yaitu buku, artikel penelitian ilmiah dan hasil wawancara. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa etika komunikasi organisasi memiliki beragam peran penting secara positif yang dapat membantu pencapaian tujuan suatu organisasi. Ditinjau dari segi usaha *coffe shop*, etika komunikasi organisasi menjadi salah satu strategi dalam menghadapi persaingan pasar. Etika komunikasi yang ditunjukkan oleh pegawai *coffe shop* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperoleh untung, dan meningkatkan jumlah konsumen. Oleh karenanya, dibutuhkan pengendalian penuh dan menyeluruh agar fungsi dan peran penting etika komunikasi organisasi dapat terus memberikan manfaat positif terhadap peningkatan perekonomian organisasi yang sejalan dengan tujuan organisasi.

Kata Kunci: Etika Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Keterampilan Pegawai

Pendahuluan

Etika merupakan salah satu aspek penting yang perlu diterapkan dalam komunikasi antar manusia. Etika adalah aturan yang mengatur dan mengikat manusia sesuai dengan norma dan adat kebiasaan. Etika di dalam komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang memiliki maksud dan maknanya sendiri dari komunikator kepada komunikan sesuai dengan etika yang berlaku. Peran etika dalam komunikasi bertujuan membangun kesamaan makna baik dari komunikator maupun komunikan. Oleh karenanya, etika dalam komunikasi sangat diperlukan guna mewujudkan manusia yang beretika dalam berkomunikasi, (Krisnawati, 2020).

Keberadaan etika dalam berkomunikasi tidak terbatas pada suatu ruang maupun waktu. Kegiatan komunikasi dalam organisasi juga menerapkan etika. Komunikasi organisasi bertujuan membentuk perasaan saling pengertian dan menyamakan pengalaman yang ada diantara anggota dalam suatu organisasi. Melalui jalinan komunikasi yang baik, maka pelaksanaan organisasi akan berjalan dengan lancar.

Namun, apabila komunikasi yang terjalin antar anggota dalam suatu organisasi tidak dapat berjalan dengan baik maka hal tersebut akan menyebabkan kerugian, seperti tidak berjalannya tujuan dari suatu organisasi, (Evi Zahara, 2018).

Suatu bisnis juga dapat digolongkan ke dalam bentuk organisasi yang bertujuan untuk meraih untung. Salah satu bisnis yang sedang marak beredar di kalangan masyarakat adalah bisnis *coffe shop*. Sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang retail makanan *food and beverage* (F&B), dibutuhkan perhatian khusus berkaitan dengan kinerja pegawai. Kinerja pegawai adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh karyawan atau pegawai dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumennya guna mencapai tujuan perusahaan (organisasi) yakni memperoleh untung dan peningkatan jumlah konsumen. Kinerja pegawai yang berkualitas merupakan salah satu bentuk strategi yang diterapkan oleh banyak perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga mampu memperkuat posisi perusahaan pada persaingan pasar yang semakin kuat, (Nursiti & Fedrick, 2018).

Tingkat profesionalisme suatu pegawai *coffe shop* juga dapat diukur dari adanya etika dalam berkomunikasi kepada konsumen. Oleh karenanya dalam jurnal ini akan diuraikan peranan penting dari etika komunikasi organisasi pada pegawai *coffe shop* yang ditinjau sebagai salah satu strategi meningkatkan kepuasan pelanggan, memperoleh untung, dan meningkatkan jumlah konsumen.

Studi tentang peran etika komunikasi organisasi sudah pernah diteliti oleh banyak orang terdahulu. Pertama, (Rahman, 2018) di dalam penelitiannya, menerangkan sebaik baiknya komunikasi itu adalah komunikasi yang efektif, dan komunikasi yang efektif dapat berpengaruh terhadap kinerja seorang pegawai. Dibutuhkan pula komunikasi yang baik antar elemen yang berada dalam suatu organisasi apabila ingin menciptakan kerja sama yang baik yang akan meningkatkan produktivitas perusahaan. Penelitian kedua, (Syofian & Wali Amin, 2022) menjelaskan bahwa komitmen pegawai dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh loyalitas organisasi, sedangkan etika kerja berdampak negatif dan tidak signifikan pada loyalitas pegawai. Selain itu, komunikasi organisasi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan pada kesetiaan karyawan. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi BPJS Cabang Kota Bengkulu untuk meningkatkan loyalitas pegawai terhadap kantor BPJS Kesehatan Cabang Kota Bengkulu melalui peningkatan komitmen organisasi, etika kerja, komunikasi, dan loyalitas pegawai.

Penelitian ketiga, memaparkan pelayanan pada restoran dan bar yang ada di hotel harus didukung oleh adanya staf yang bekerja dengan baik dan sopan. Etika pelayanan seorang pramusaji dalam melayani tamu di restoran serta mampu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi tamu dan dapat dilakukan dengan memperhatikan penampilan diri, sikap dan tingkah laku, (Putu Diah Kesumadewi, 2016). Keempat, penelitian dari (Krisnawati, 2020) setiap tiga bulan sekali, perangkat desa Pucung Balong Panggang Gresik mengikuti pelatihan etika berkomunikasi dan public speaking. Pelatihan ini bertujuan melatih keterampilan berbicara di depan umum, karena perangkat desa sering berinteraksi dengan masyarakat dalam menjalankan tugasnya. Kelima, keterampilan pegawai dalam memberikan layanan menjadi faktor penting untuk mencapai kepuasan

pelanggan karena melalui pegawai, perusahaan dapat berhubungan dengan para konsumen. Reputasi perusahaan dapat terbentuk melalui keterampilan pegawai dalam memberikan layanan kepada pelanggan, (Krisnawati, 2020). Berdasarkan beberapa studi sebelumnya yang telah diungkap oleh para akademisi, terlihat adanya kesamaan dan perbedaan. Yaitu sama-sama membahas peran etika komunikasi organisasi dari berbagai perusahaan. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian sebelumnya penulis lebih fokus membahas tentang pentingnya peran etika komunikasi organisasi pada kinerja pegawai, sedangkan di penelitian terdahulu lebih membahas kinerja karyawan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif dengan sumber data yang berasal dari observasi, wawancara di lapangan, dan tinjauan literatur (library research). Sumber data dalam penelitian ini dihimpun dari tiga sumber utama yaitu buku, artikel penelitian ilmiah dan hasil wawancara. Kutipan yang termuat di dalam penelitian ini didasarkan pada pendapat ahli dan hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan etika komunikasi dan komunikasi organisasi.

Dalam studi ini teori yang digunakan yaitu teori efektivitas komunikasi organisasi menurut Kriyantono (2010). Pengumpulan informasi dalam penelitian ini dilakukan melalui serangkaian langkah, yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan internet. Yang berfokus pada efektivitas etika komunikasi organisasi pada kinerja pegawai.

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi memegang peranan penting dalam mengembangkan suatu organisasi secara berkelanjutan. Keberlanjutan dari suatu organisasi ini memiliki kesamaan posisi dengan kehidupan sosial yang dialami oleh seseorang. Etika dalam berkomunikasi memberikan kredibilitas pada pesan yang disampaikan oleh organisasi dan menjadi isu yang dapat membawa manfaat ekonomi besar dari waktu ke waktu dengan menciptakan citra yang dapat meningkatkan segmentasi keuntungan pasar, (Bondoc & Taicu, 2019).

Asal usul etika berasal dari kata Yunani: "ta etha", yang ialah wujud jamak dari "Ethos" yang mengacu pada kepribadian moral ataupun adat Kerutinan. Etika serta Moral erat terpaut, di mana Moral berasal dari bahasa latin "Mos" serta "MORES" (dalam wujud jamak), yang merujuk pada adat kerutinan ataupun metode hidup seorang dengan melaksanakan aksi yang baik (kesusilaan) serta menjauhi sikap yang kurang baik, (I Dewa Ayu Hendrawathyy Putri, 2017). Kamus Besar Bahasa Indonesia (1988), etika memiliki tiga penafsiran, pertama, ilmu yang menekuni tentang apa yang baik serta kurang baik dan hak serta kewajiban moral (akhlak). Kedua, sekumpulan nilai serta prinsip yang berkaitan dengan akhlak, ha ini tercermin dalam kode etik profesi semacam kode etik jurnalistik, kode etik humas, ataupun kode etik periklanan. Terakhir, nilai yang berkaitan dengan aksi yang benar serta salah yang dipegang oleh sekelompok warga.

Buku etika oleh I. R. Poedjawijatna, Etika merupakan salah satu cabang filsafat. Etika bertujuan buat mencari kebenaran, semacam halnya filsafat mencari uraian yang

akurat. Tugas Etika merupakan mencari standar sikap manusia yang baik serta kurang baik. Sebaliknya bagi Ki Hajar Dewantara (1962), Etika merupakan ilmu yang menekuni seluruh suatu yang baik serta kurang baik dalam kehidupan manusia, paling utama yang berkaitan dengan benak serta perasaan, tercantum tujuan yang diwujudkan dalam perbuatan. Austin Fogothey dalam bukunya *Rights & camp; Reason Ethic* (1953) menerangkan kalau etika berkaitan dengan seluruh ilmu tentang manusia serta warga, semacam antropologi, psikologi, sosiologi, ekonomi, ilmu politik, serta hukum, (I Dewa Ayu Hendrawathyy Putri, 2017).

Profil *Coffe shop* Kopi Gambarsari

Coffe shop Kopi Gambarsari merupakan tempat untuk berbincang dan bersantai bersama keluarga maupun teman yang bertempat di pinggir Sungai Serayu. Arus sungai yang tenang menjadi opsi favorit bagi pengunjung saat menikmati makanan di sepanjang aliran Sungai, diatasnya terdapat jembatan rel kereta api yang menjadikan pengalaman tersebut menjadi unik. Pemandangan yang disajikan sangat nyaman dan membuat pengunjung betah untuk bersantai. Tempat ini cocok dijadikan latar belakang untuk mengambil foto. Terletak di kawasan perbukitan memberikan kesan sejuk dan segar pada tempat ini. Tepatnya di Jl. Losari, Gambarsari, Kecamatan Kebasen, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Keindahan alam yang menawan dapat ditemukan di sini. Kopi Gambarsari adalah opsi yang ideal untuk menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman. Kopi Gambarsari juga memberikan suasana yang unik sekaligus menyenangkan. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika banyak pengunjung yang bersedia datang dari jauh untuk menikmati hidangan yang tersedia disana. *Coffe shop* ini buka setiap hari, mulai pukul 10.00 pagi hingga 10.00 malam WIB.

Etika Pelayanan Pegawai di *Coffe Shop* Kopi Gambarsari

Persiapan fisik dan mental sangat penting dalam menjalankan tugas, pegawai tidak dapat memberikan layanan tanpa fisik yang siap, (Putu Diah Kesumadewi, 2016) yaitu diantaranya:

- a. Harus berpakaian dengan rapi, pantas, dan benar sesuai dengan aturan yang berlaku. baju yang dikenakan harus bersih dan rapi karena dapat berpengaruh terhadap penampilan pegawai.
- b. Wajah yang cerah dan ceria dalam melayani. Dengan raut wajah yang ceria, tamu akan merasa senang.
- c. Tubuh harus berenergi agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat.
- d. Sikap yang sopan dan ramah sangat penting bagi seorang pegawai, terutama saat melayani tamu.
- e. Kondisi jasmani yang sehat sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja pegawai.
- f. Menjaga konsentrasi, supaya perhatiannya tidak terganggu dan mengarah kepada apa yang dilakukan.

- g. Tampil percaya diri serta merasa bangga atas pekerjaannya karena yang dilakukan itu merupakan ibadah.

Persyaratan Seorang Pegawai di *Coffe Shop* Kopi Gambarsari

Diperlukan kualifikasi untuk melayani tamu dengan baik dan memberikan pelayanan yang memuaskan. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai metode, seperti:

- a) Penampilan, tampilan diri karyawan akan sangat memengaruhi mutu layanan yang diberikan tersebut. Tampilan yang prima akan menunjukkan layanan yang berbobot dan beradab, pengunjung akan menilai mutu layanan salah satunya melalui tampilan, terutama pada kebersihan badan
- b) Rambut, seorang pegawai harus memiliki rambut yang sehat dan rapi, karena seorang pegawai harus memperhatikan kesehatan dan kebersihan rambutnya, terutama pada pria yang sebaiknya memotong rambut secara teratur, menggunakan minyak rambut, dan menyisir rambut dengan rapi. Wanita sebaiknya mengikat rambut mereka dengan rapi menggunakan ikat rambut. Rambut yang mengandung kutu, ketombe, atau rontok harus segera diatasi karena rambut yang tidak sehat dapat mempengaruhi penampilan dan mengganggu proses pelayanan makanan dan minuman kepada tamu.
- c) Tangan dan kuku, untuk menjamin kebersihan pelayanan yang diberikan kepada tamu, penting bagi pegawai menjaga kebersihan kuku dan tangan mereka. Setelah menggunakan toilet, pegawai harus mencuci tangan mereka. Pegawai tidak diperbolehkan untuk memelihara kuku dan harus memotongnya secara teratur karena kuku yang panjang dapat mengganggu pekerjaan mereka. Jika seorang pegawai adalah perokok aktif, mereka harus segera membersihkan jari-jari mereka agar tidak terlihat kotor karena bekas nikotin.
- d) Kaki, mengenakan kaos kaki dan bersepatu, agar terkesan rapih.
- e) Sikap dan tingkah laku

Perilaku, tampilan, dan etika kerja sebagai karyawan harus dijaga dengan baik. pegawai harus selalu berperilaku terampil dan cepat tanggap serta selalu siap dalam memberikan layanan. Mereka harus selalu rapi dan siap serta ramah terhadap tamu. Penampilan mereka yang selalu tersenyum dalam situasi apapun akan memberikan banyak arti bagi diri mereka, tamu, rekan kerja, dan pimpinan. Mereka juga harus bertanggung jawab atas pekerjaan mereka. Gaya bicara juga berpengaruh dalam menarik perhatian lawan bicara, seorang pegawai harus memiliki gaya bicara yang menarik, seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, atau gabungan gerakan tangan dan suara. Sikap tubuh saat berbicara dapat memberikan daya tarik pada percakapan yang sedang berlangsung. Sikap tubuh dapat menciptakan suasana akrab antara pembicara dan lawan bicara, (Putu Diah Kesumadewi, 2016). Etika adalah sesuatu yang sangat penting dalam berinteraksi dengan tamu, dan pegawai harus disiplin dalam menjaga etika pribadi mereka.

Dari beberapa etika dan pelayanan pegawai yang telah dipaparkan di atas terdapat dampak positif yang ditimbulkan terhadap apa yang sudah mereka terapkan dalam menjalankan pekerjaan sesuai dengan kode etik. Analisis peran penting etika komunikasi organisasi pada kinerja pegawai *coffe shop* yang ditinjau dari segi peningkatan keuntungan dalam persaingan pasar yang akan dijelaskan secara detail di bawah ini.

A. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari seberapa jauh kesan baik yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu produk atau jasa,. Guna memberikan layanan yang berkualitas, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat dijadikan tolok ukur untuk menentukan strategi dalam persaingan pasar. Salah satu bentuk strategi tersebut diwujudkan dalam etika berkomunikasi yang baik oleh pegawai kepada konsumen. Etika yang baik dalam berkomunikasi akan memberikan persepsi positif dalam benak konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang dikenakannya. Etika komunikasi yang baik juga menjadi perwujudan seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi. Melalui pelayanan yang baik ini maka kepuasan yang dimiliki pelanggan akan dapat dipengaruhi sehingga menuju ke arah yang positif. Ditinjau dari aspek keuntungan ketika menjalankan suatu usaha, kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan untuk menjaga eksistensi organisasi sehingga konsumen tersebut bersedia untuk tetap menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan oleh organisasi, (amstrong, 1997). Berbicara mengenai usaha *coffe shop*, maka kepuasan pelanggan dibutuhkan agar mereka memiliki keinginan kuat untuk kembali datang berkunjung.

B. Memperoleh Untung (Laba)

Penilaian pelanggan atau konsumen terhadap tingkat kualitas layanan yang dirasakan memiliki keterkaitan erat dengan ekspektasi yang muncul dalam benak konsumen dengan realitas pelayanan yang dirasakan ketika mengunjungi sebuah *coffe shop*,(Liu & Lee, 2016). Etika komunikasi organisasi yang menjadi salah satu strategi dalam menghadapi persaingan pasar tentu memiliki dampak yang bersinggungan erat dengan kualitas pelayanan suatu usaha. Melalui etika berkomunikasi yang baik dan tepat maka konsumen dapat mengetahui tingkat profesionalisme yang dimiliki oleh pegawai *coffe shop*, afeksi yang diberikan

kepada pelanggan, dan kemampuan pegawai dalam melayani pelanggan, (krisdayanto, 2018). Selain itu, etika berkomunikasi juga menjadi indikator tingginya minat berperilaku dalam diri pegawai. Minat berperilaku adalah salah satu faktor inti dalam pemasaran hubungan dengan pelanggan, karena minat berperilaku dapat memprediksi perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan di masa depan, (Tran & Le, 2020). Keterkaitan antara faktor-faktor tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap pemerolehan untung (laba) dalam suatu usaha *coffe shop*. Oleh karenanya, keberadaan etika komunikasi organisasi juga perlu dipupuk melalui pelatihan atau training sebagai upaya pembiasaan sikap dan komunikasi beretika yang baik kepada pelanggan. Hal ini sejalan dengan tujuan suatu organisasi bisnis yakni adanya peningkatan dalam pemerolehan untung (laba), (Syam et al., 2022).

C. Meningkatkan Jumlah Konsumen

Sering kali dalam melakukan suatu komunikasi terdapat banyak perbedaan dalam menerima suatu pernyataan ataupun perkataan. Perbedaan persepsi yang muncul tersebut dapat menimbulkan konflik antara komunikator dengan komunikan. Oleh karenanya peranan penting etika komunikasi organisasi dapat menjadi upaya solutif menghadapi kesalahan dalam persepsi yang ada di antara konsumen dengan pegawai pada usaha *coffe shop*, (Firdaus et al., 2021). Pimpinan atau manajer sebuah *coffe shop* memegang kontrol terhadap pembentukan etika komunikasi organisasi yang ditunjukkan oleh pegawainya. Pimpinan atau manajer dituntut untuk dapat mengembangkan komunikasi dalam organisasi yang dapat mendorong timbulnya citra baik organisasi di mata konsumen. Misalnya, pimpinan atau manajer melakukan pengamatan tentang etika berkomunikasi seperti apa yang harus dimiliki, ditekankan, dan diterapkan oleh pegawai *coffe shop* yang dapat menjadi bentuk representatif kepribadian baik yang dimiliki oleh pegawai tersebut. Selain itu, pimpinan atau manajer juga dapat melakukan upaya pengawasan terhadap alur komunikasi yang terbangun di antara pegawai dengan konsumen sebagai upaya memastikan bahwa alur komunikasi berjalan dalam arah yang tepat sesuai dengan etika dalam berkomunikasi, (Sahputra, 2020). Upaya upaya tersebut apabila dikoordinir dengan baik akan mampu mendorong adanya peningkatan jumlah konsumen untuk berkunjung ke *coffe shop* tersebut. Bahkan,

jalanan komunikasi yang baik secara berkelanjutan juga dapat mendorong pelanggan untuk merekomendasikan *coffe shop* tersebut kepada kerabat terdekatnya.

Kesimpulan

Etika komunikasi organisasi merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki dalam suatu bisnis, terutama bisnis yang mengharuskan seorang pegawai untuk bersinggungan secara langsung dengan konsumen. Etika komunikasi organisasi memiliki beragam peran penting secara positif sehingga keberadaannya perlu diperhatikan. Ditinjau dari segi usaha *coffe shop*, etika komunikasi organisasi menjadi salah satu strategi dalam menghadapi persaingan pasar. Etika komunikasi yang ditunjukkan oleh pegawai *coffe shop* juga memberikan dampak dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, memperoleh keuntungan, dan meningkatkan jumlah konsumen. Komunikasi beretika yang diterapkan oleh pegawai juga menjadi wujud citra baik yang dimiliki oleh suatu usaha *coffe shop*.

Guna mendorong implementasi menyeluruh tentang etika komunikasi pada pegawai *coffe shop* maka dibutuhkan kerja sama antara pimpinan, manajer, dan pegawai *coffe shop* itu sendiri. Selain itu, diharapkan *owner coffe shop* juga melakukan pengendalian penuh dan menyeluruh agar fungsi dan peran penting etika komunikasi organisasi dapat terus memberikan manfaat positif terhadap peningkatan perekonomian organisasi yang sejalan dengan tujuan organisasi.

Daftar Pustaka

- Amstrong, G., & Kotler, P., “Dasar-dasar Pemasaran” (Jakarta: Penerbit Prenhalindo), hlm. 285
- Bondoc, M. D., & Taicu, M. (2019). Ethics in financial reporting and organizational scommunication. *Scientific Bulletin-Economic Sciences*, 18, 168–174.
- Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi. *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi*, 1829–7463(April), 8.
- Firdaus, A. J., Siregar, E. S. F., Pratiwi, T., & Sahputra, D. (2021). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(2), 134–140. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i2.637>
- I Dewa Ayu Hendrawathyy Putri, N. K. S. R. (2017). Etika Profesi dan Profesionalisme Public Relations. *STUDIES ON VARIATION IN MILK PRODUCTION AND IT'S CONSTITUENTS DURING DIFFERENT SEASON, STAGE OF LACTATION AND PARITY IN GIR COWS M.V.Sc D SURYAM DORA LIVESTOCK*, 6–18.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Journal of Management*, 4(4).
- Krisnawati, W. (2020). Pelatihan Etika Komunikasi Dan Public Speaking Untuk Para Perangkat Desa Pucung Balongpanggang Gresik. *DedikasiMU(Journal of Community Service)*, 2(3), 417. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v2i3.1643>
- Liu, C. H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence

- on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42–54. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.007>
- Nursiti, D., & Fedrick, D. (2018). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Chatime Focal Point Medan. *Jurnal Psychomutiara*, 2(1), 46–56.
- Putu Diah Kesumadewi. (2016). Etika Pelayanan Makanan Dan Minuman Oleh Pramusaji Di Hotel. *Universitas Udayana*.
- Rahman, R. (2018). *Etika Komunikasi Dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai Communication Ethics in Improving Employee'S Performance*. 175211052.
- Sahputra, D. (2020). Manajemen Komunikasi Suatu Pendekatan Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 6(2), 152–162. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v6i2.4069>
- Syam, H., Yuniarni, Patmasari, E., & Nurhidayani, A. (2022). Peningkatan Responsibilitas Karyawan dalam Pelayanan Konsumen pada “DjauhR Breakfast & Cafe.” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JurDikMas) Sosiosaintifik*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.54339/jurdikmas.v4i1.378>
- Syofian, S., & Waliamin, J. (2022). Pengaruh Komitmen Organisasi, Etika Kerja Dan Komunikasi Terhadap Loyalitas Pegawai Bpjs Kesehatan Cabang Kota Bengkulu. *Creative Research Management Journal*, 5(2), 54. <https://doi.org/10.32663/crmj.v5i2.3167>
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of service quality and perceived value on customer satisfaction and behavioral intentions: Evidence from convenience stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 517–526. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO9.517>