

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	9
1.3 Tinjauan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Komunikasi Interpersonal .....	14
2.2.1 Definisi Komunikasi Interpersonal .....	14
2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal .....	17
2.2.3 Model-Model Komunikasi Interpersonal .....	18
2.2.4 Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal .....	22
2.2.5 Efektivitas Komunikasi Interpersonal .....	23
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	27
2.4 <i>Customer Relations</i> .....	32
2.4.1 Fungsi <i>Customer Relations</i> .....	37
2.4.2 Aktifitas <i>Customer Relations</i> .....	40
2.5 Keluhan Pelanggan.....	44
2.5.1 Tipe Keluhan Pelanggan .....	44
2.5.2 Bahaya Keluhan Pelanggan .....	45
2.5.3 Faktor-faktor Yang Menyebabkan Keluhan Pelanggan.....	46
2.5.4 Manfaat Dari Keluhan Pelanggan .....	46
2.6 Kerangka Pemikiran .....	47
2.7 Hipotesis .....	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	52
3.1 Paradigma Penelitian .....	52
3.2 Tipe Penelitian .....	52
3.3 Metode Penelitian.....	53
3.4 Populasi Dan Sampel .....	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel.....	54
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel .....	55
3.5 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	55
3.5.1 Definisi Konsep .....	55
3.5.2 Operasionalisasi Konsep .....	56

3.6 Uji Validitas Dan Realibitasi .....	59
3.6.1 Uji Validitas .....	59
3.6.2 Uji Reabilitasi .....	62
3.7 Teknik Pengumpula Data .....	64
3.7.1 Data Primer .....	64
3.7.2 Data Sekunder .....	65
3.8 Teknik Analisis Data.....	66
<b>BAB IV HASIL PENEITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>70</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	70
4.2 Hasil Penelitian .....	71
4.2.1 Analisis Data Responden .....	71
4.2.2 Analisis Data Frekuensi .....	74
4.2.2.1 Komunikasi Interpersonal .....	74
4.2.2.2 Kepuasan Penanganan Kepuasan Pelanggan .....	92
4.2.3 Hasil Analisis .....	101
4.2.3.1 Uji Korelasi .....	101
4.2.3.2 Uji Regresi .....	103
4.2.3.2.1 Uji Koefisien Determinasi .....	103
4.2.3.2.2 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	104
4.2.4 Uji F .....	105
4.2.4 Uji T .....	107
4.2 Pembahasan .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>112</b>
5.1 Kesimpulan .....	112
5.2 Saran .....	113
5.2.1 Saran Akademis .....	113
5.2.2 Saran Praktis .....	113

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN KUESIONER

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan Toko <i>Berkat Pulsa</i></b> .....	<b>6</b>
<b>Tabel 1.2 Data Keluhan Toko <i>Berkat Pulsa</i></b> .....	<b>8</b>
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>11</b>
<b>Tabel 2.2 Model Komunikasi Klasik Aristoteles</b> .....	<b>19</b>
<b>Tabel 2.3 Model Komunikasi Harold D. Lasswell</b> .....	<b>20</b>
<b>Tabel 2.4 Model Komunikasi Linier Shannon dan Weaver</b> .....	<b>21</b>
<b>Tabel 2.5 Paradigma Penelitian</b> .....	<b>50</b>
<b>Tabel 3.1 Dimensi-Dimensi Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Pelanggan</b> .....	<b>57</b>
<b>Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X</b> .....	<b>61</b>
<b>Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y</b> .....	<b>62</b>
<b>Tabel 3.4 Uji Realiabilitas</b> .....	<b>64</b>
<b>Tabel 3.5 Nilai Koefisiensi</b> .....	<b>67</b>
<b>Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden</b> .....	<b>71</b>
<b>Tabel 4.2 Usia Responden</b> .....	<b>72</b>
<b>Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir atau yang Sedang di Tempuh</b> .....	<b>73</b>
<b>Tabel 4.4 Penjual Terbuka Kepada Pembeli Dalam Menjelaskan Spesifikasi Barang dan Harga</b> .....	<b>74</b>
<b>Tabel 4.5 Penjual Terbuka Kepada Pembeli Dengan Menjukan Reaksi yang Spontan Pada Saat Menangani Keluhan Pelanggan</b> .....	<b>75</b>
<b>Tabel 4.6 Penjual Bersikap Jujur Kepada Pembeli</b> .....	<b>76</b>
<b>Tabel 4.7 Penilaian Dimensi Keterbukaan (<i>Oppeness</i>)</b> .....	<b>77</b>
<b>Tabel 4.8 Penjual Dapat Memahami Kondisi yang Dirasakan Oleh Pelanggan Saat Menangani Keluhan Baik Verbal Maupun Non Verbal</b> .....	<b>78</b>
<b>Tabel 4.9 Penjual Mengekspresikan Wajah dan Gerak Gerik yang Sesuai dan Proposional (Tidak Berlebihan) Kepada Pembeli</b> .....	<b>79</b>
<b>Tabel 4.10 Penjual Berkomunikasi Melalui Kontak Mata, Postur Tubuh dan Kedekatan Fisik Kepada Pembeli</b> .....	<b>80</b>
<b>Tabel 4.11 Penjual Berjabat Tangan Kepada Pembeli Setelah Menjelaskan Keluhan yang Di Sampaikan Kepada Pembeli</b> .....	<b>81</b>
<b>Tabel 4.12 Penilaian Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)</b> .....	<b>82</b>
<b>Tabel 4.13 Penjual Memiliki Sikap yang Mendukung Saat Pembeli Menangani Keluhan</b> .....	<b>83</b>
<b>Tabel 4.14 Penjual Memperlihatkan Sikap Mendukung Dengan Bersikap Proposional</b> .....	<b>84</b>
<b>Tabel 4.15 Penilaian Dimensi Mendukung (<i>Supportiviness</i>)</b> .....	<b>85</b>
<b>Tabel 4.16 Penjual Memiliki Rasa Percaya Diri Pada Saat Menjawab Keluhan Dari Pelanggan dan Menguasai Semua Produk</b> .....	<b>86</b>
<b>Tabel 4.17 Penilaian Dimensi Sikap Positif (<i>Positiviness</i>)</b> .....	<b>87</b>
<b>Tabel 4.18 Pada Saat Terjadi Ketidaksepakatan Dan Konflik, Pembeli Lebih Memahami Perbedaan Bukan Menjatuhkan Orang Lain</b> .....	<b>88</b>

<b>Tabel 4.19 Penjual Memberikan Penghargaan Dengan Memberikan Sovenir Kepada Pelanggan Setia Atas Kepercayaan Telah Menjadi Konsumen Tetap.....</b>	<b>89</b>
<b>Tabel 4.20 Penilaian Dimensi Kesetaraan (<i>Equality</i>) .....</b>	<b>90</b>
<b>Tabel 4.21 Hasil Mean dari Variabel Bebas (Komunikasi Interpersonal) .....</b>	<b>91</b>
<b>Tabel 4.22 Penjual Mau Menerima Saran dan Keluhan Dari Pelanggan .....</b>	<b>92</b>
<b>Tabel 4.23 Penjual Menangani Keluhan Dengan Tepat dan Cepat .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 4.24 Penilaian Dimensi Keluhan dan Saran .....</b>	<b>94</b>
<b>Tabel 4.25 Penjual Melakukan Evaluasi Kepada Pelayanan yang Di Berikan Untuk Meningkatkan Pelayanan di Masa Berikutnya .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 4.26 Penjual Melakukan Upaya Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Pelanggan .....</b>	<b>96</b>
<b>Tabel 4.27 Penilaian Dimensi Survei Keluhan Pelanggan .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 4.28 Penjual Memahami Tingkat (Kualitas) Pelayanan Sehingga Penjual Mengetahui Alasan Pembeli yang Pindah ke Toko Lain .....</b>	<b>98</b>
<b>Tabel 4.29 Penjual Memahami Masalah-Masalah yang Dialami Pembeli .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4.30 Penilaian Dimensi Pelanggan yang Beralih .....</b>	<b>99</b>
<b>Tabel 4.31 Hasil Mean dari Variabel Terkait (Kepuasan Penanganan Keluhan Pelanggan) .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabel 4.32 Uji Korelasi .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 4.33 Uji Regresi .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear .....</b>	<b>104</b>
<b>Tabel 4.35 Anova .....</b>	<b>106</b>
<b>Tabel 4.35 Uji T .....</b>	<b>107</b>