

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, O. (1989). *Dasar-Dasar Publik Relations*. Bandung: Alumni.
- Alo, L. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Asep, S. S. (2016). *Komunikasi Persuasif*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka .
- Aula, M. (2019). *Strategi Komunikasi Pelanggan Relations Coordinator (CRC) Kepada Penumpang Terkait Keterlambatan Penerbangan Maskapai Lion Air (Studi Kasus Bandar Udara Internasional Kualanamu)* . Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Cangara, H. (2009). *Komunikasi politik : Konsep,Teori,dan Strategi* . Jakarta: PT Raja Grafindo Persada .
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Chotimah, C. (2015). *Komunikasi Pendidikan Teori dan Prinsip Dasar Komunikasi Perspektif Islam*. Tulungagung: Iain Tulungagung Press.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar.
- De Vito, Joseph H. (2002). *The Interpersonal Communication Book*. Person Education.Inc
- Deddy Mulyana. (2002). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Deddy Mulyana. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Devito, J. A. (2010). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- DeVito, J. A. (2015). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Person Education.
- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta.
- Djuarsa, S. S. (1994). *Teori Komunikasi* . Jakarta: Universitas Terbuka.
- Dzakirah, F. (2021). *Efektivitas Komunikasi Interpersonal Orangtua Terhadap Anak dalam Keluarga Pasca Perceraian di Wilayah Kelurahan Pisangan, Kecamatan Ciputat Timur*. Jakarta: Universitas Islam Syarif Hidayatullah .

- Effendy, O. U. (1984). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti .
- Effendy, O. U. (2015). *Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Fajar, M. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Foss, S. W. (2009). *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Gumelar, H. M. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Harrison, L. (2009). *Metode penelitian politik*. Jakarta: Kencana.
- Herdiyan Maulana. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Isninyunisyafna Diah Delima, M. d. (2021). Strategi Komunikasi Pelanggan Service JNE Tangerang dalam Menangani Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Kehilangan Barang Periode Desember 2019) . *Dialektika Komunika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah Vol.9 No.2*.
- Jaya, B. T. (1990). *Teori dan Strategi Pembangunan Nasional*. Jakarta: Gunung Agung.
- Keller, K. L. (2014). *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Lestari, M. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Menarik Minat Kreditur Untuk Melakukan Kredit di PT. Adira Finance. *Jurnal JOM FISIP, Vol.4. No. 2, 5*.
- Liliweri, A. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mashoedi, D. W. (2012). *Hubungan Antarpribadi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muhammad Nabawi, E. E. (2018). Peran komunikasi persuasif dalam meningkatkan minat baca. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman Vol. 6 No.3 , 677*.
- Muhtosim, A. (2007). *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan* . Malang: Bayumedia Publishing.

- Mulyana, D. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2013). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasri. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi, Disiplin Kerja, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pada Karyawan (Studi Pada PT. Adidaya Perkasa Yogyakarta). *Jurnal Ekobis Dewantara Vol.2 No.2*.
- P.Siagian, S. (1985). *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*. Jakarta: Gunung Agung.
- Pembayun, M. S. (2014). *Strategi Komunikasi PT. KAHA Event Management dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Pertiwi, D. (2019). Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan Jumlah Debitur PT. BNI Kantor Cabang Padang. *Jurnal JOM FISIP, Vol.6. No.1, 7*.
- Riyadi, Iswan. 2015. Model Pembelajaran Berbasis Metakognisi untuk Peningkatan Kompetensi Siswa. Yogyakarta. Deepublish.
- Rory Fudha Rayasa, S. R. (2019). Strategi Komunikasi Pelanggan Service PT. JNE Cabang Utama Samarinda dalam Menangani Kasus keluhan Pelanggan. *eJournal Ilmu Komunikasi, Vol.7 No.2*.
- Rustandi, R. W. (2020). Komunikasi Interpersonal Wiraniaga dengan Konsumen pada Proshop Speedo Siliwangi . *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal Vol.6 No.1*.
- Septia, L. N. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Wiraniaga Promotion Oppo Smartphone Area Wonogiri dalam Mendorong Keputusan Pembeli*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Stewart L. Tubbs-Sylvia Moss. 2001. Human Communication. Bandung : Remaja rosda karya.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sunarjo, D. d. (1983). *Istilah Komunikasi*. Yogyakarta: Edisi 2 Liberty.
- Suyanto, B. (2006). *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan* . Jakarta: Kencana.
- Winardi. (1989). *Strategi Pemasaran*. Bandung: Mandarmaju.

Wood, J. (2010). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*. Boston: Wadsworth Cengage Learning.

Lampiran 1 Dokumentasi



Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Daftar Pertanyaan Wawancara

Identitas Informan

Nama :

Jabatan :

1. Bagaimana Pola Komunikasi wiraniaga dalam menghadapi keluhan pelanggan terhadap pelayanan purna jual di Kalla Toyota Cokroaminoto Makassar?

Kepala Cabang, SPV, CRP, Sales

- 1) Apakah kondisi mobil diperiksa terlebih dahulu sebelum diserahkan kepada konsumen?
- 2) Apakah bonus dan segala kelengkapan dari pembelian unit akan dikonfirmasi oleh customer relation person terhadap konsumen?
- 3) Kepada siapakah konsumen seharusnya menyampaikan keluhannya?
- 4) Bagaimana prosedur pelayanan bengkel Kalla Toyota Cokroaminoto?
 - a. Untuk mobil baru
 - b. Service berkala
 - c. Mengklaim asuransi kecelakaan
 - d. Service insiden (Perbaikan)
- 5) Bagaimana prosedur pelaporan keluhan pelanggan terhadap unit yang dibeli?
- 6) Bagaimana pola komunikasi wiraniaga dalam menghadapi keluhan pelanggan setelah penjualan?
- 7) Bagaimana peran pola komunikasi terhadap loyalitas pelanggan?

2. Bagaimana peran komunikasi interpersonal dalam Menghadapi Keluhan pelanggan setelah penjualan di Kalla Toyota Cokroaminoto Makassar?

Sales, SA

- 1) Bagaimana konsep komunikasi interpersonal wiraniaga dalam menghadapi keluhan pelanggan?
- 2) Apakah komunikasi interpersonal yang dilakukan wiraniaga terhadap pelanggan bisa dikatakan efektif?
- 3) Bagaimana peran komunikasi interpersonal dalam menghadapi keluhan pelanggan?
- 4) Apakah tujuan dari komunikasi interpersonal antara wiraniaga dan pelanggan tercapai?

3. Apa Faktor-faktor Penghambat dan Pendukung Wiraniaga dalam Menghadapi Keluhan Pelanggan di Kalla Toyota Cokroaminoto Makassar?

Kepala Cabang, SPV, Sales

- 1) Apa saja faktor-faktor penghambat wiraniaga dalam menangani keluhan pelanggan?
- 2) Apa saja faktor-faktor pendukung wiraniaga dalam menangani keluhan pelanggan?
- 3) Bagaimana peran spv terhadap wiraniaga dalam kasus yang sulit diselesaikan?
- 4) Apakah ada apresiasi terhadap wiraniaga terkait keluhan konsumen yang dapat diselesaikan?
- 5) Apakah ada sanksi bagi wiraniaga apabila ada konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan dan tidak dapat diselesaikan?