



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

18%

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author: Pradela Salsabila Sari **SIMILARITY INDEX**
 Assignment title: JURNAL
 Submission title: KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE LOTTE G...
 File name: ejournal_PradelaSalsabila_2019.docx
 File size: 637.75K
 Page count: 18
 Word count: 8,285
 Character count: 54,770
 Submission date: 30-Aug-2023 09:48AM (UTC+0700)
 Submission ID: 2153902041



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A.
NIP.19631222 199002 1 001

Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi
 www.jurnal.anukindonesia.id/jimk/ Vol X No X, Xxxxx-XXXX (2023)
 E-ISSN: 2723-7079

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL CUSTOMER SERVICE
 LOTTE GROSIR DALAM MELAYANI PELANGGAN DI
 KOTA SAMARINDA**

Pradela Salsabila Sari¹, Amun Ni'Matu Rohmah²
¹Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 Email: pradelasalsabila@gmail.com¹, Amunrohmah@fisp.unmul.ac.id²

Abstrak

Komunikasi interpersonal berperan penting dalam sebuah perusahaan salah satunya adalah ritel, kualitas komunikasi interpersonal yang baik perlu dimiliki oleh customer service karena berhubungan secara langsung dengan pelanggan, kualitas komunikasi interpersonal diperlukan untuk menciptakan pelayanan yang baik bagi pelanggan. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui proses komunikasi interpersonal customer service Lotte Grosir dalam melayani pelanggan di Kota Samarinda. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 3 orang customer service, 1 orang manager of duty dan 2 orang pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada 6 elemen yang ditemukan dilapangan yaitu, Pengamatan diri dan individu lain dari adanya keterbacaan customer service kepada pelanggan dari customer service menggi background pelanggan untuk mengurangi ketidapastian pada pelanggan. Mengetahui situasi terlihat cara customer service mendengarkan keluhan yang dialami pelanggan sebelum memberikan solusi. Menetapkan dan menjaga hubungan yang bermakna terlihat customer service memberikan penyesuaian kepada pelanggan dengan ramah dan sopan tidak menyakit perasaan pelanggan untuk memberi kepercayaan pada pelanggan. Perusa terlihat saat customer service memberikan opsi tukar barang sebelum dilakukan refund jika terjadi salah pada pelanggan. Interaksi saat terlihat dari cara customer service memberikan candaan kepada pelanggan namun salah satu customer service kurang inisiatif cenderung menunggu pelanggan yang bertanya. Membantu terlihat dari customer service membantu mengurangi ketidapastian kognitif maupun perilaku pada pelanggan dalam mengambil keputusan jika pelanggan merasa bingung terhadap pilihanannya.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Customer Services, Melayani Pelanggan

Abstract

Interpersonal communication plays an important role in a company, one of which is retail, the quality of good interpersonal communication needs to be maximized by customer service because it deal directly with customers, the quality of interpersonal communication is needed to create good service for customers. The purpose of this study was to determine the interpersonal communication process of Lotte Grosir's customer service in serving customers in Samarinda City. The research method used is a qualitative method. Data collection techniques include interviews, observation and documentation. The informants in this study consisted of 3 customer service people, 1 good manager and 2 customers. The results of this study indicate that there are 6 elements found in the field, namely self-introduction and other individuals from customer service responses to customers and customer service. Digging into customer background to reduce uncertainty to customers. Keeping the situation can be seen from the way customer service listens to complaints reported by customers before providing solutions. Creating and maintaining meaningful relationships is evident in customer service. Providing service to customers in a friendly and customer manner, not hurting customer feelings, giving merit to customers. Perusains to ease when customer service provides options for exchanging goods before a refund is made if there is a discrepancy with the customer. Related interviews can be seen from the way customer service makes jokes to customers, but one customer service that lacks initiative tends to wait for customers to ask questions. Helping ease from customer service helps reduce cognitive and behavioral uncertainty in customers in making decisions if customers feel unsure about their choice.

Keywords: Interpersonal Communication, Customer Services, Serving Customers

Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi, Volume X No X, Xxxxx-XXXX (2023), pp. 18-24