

PERANAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN TOKO ROTI SUANS BAKERY

Oleh:

Viserman Laia¹⁾

Prietsaweny Riris T. Simamora²⁾

Sabrin Tinambunan³⁾

Universitas Darma Agung, Medan, Indonesia ^{1,2,3)}

E-mail

vinsermanvinser@gmail.com¹

wenny.debataraja@gmail.com²

ABSTRAK

Suans Bakery salah satu toko roti tertua di kota medan. Peranan komunikasi interpersonal karyawan dengan pelanggan di Suans Bakery sangat mempengaruhi dalam menarik minat pembeli agar dapat meningkatkan penjualan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan karyawan dalam menjalin komunikasi interpersonal dengan pelanggan. Dalam menjualkan produk, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan agar dapat membeli terjalin proses jual beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi Landasan teori penelitian ini yaitu teori komunikasi interpersonal menurut pendapat Joseph A. Devito komunikasi interpersonal merupakan tahap pengiriman dan penerimaan pesan secara verbal atau non-verbal antara dua orang atau lebih dengan umpan balik (Feedback) secara langsung. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu ketrbukaan Empati, sikap positif, kesetiaan dan sikap mendukung. Berdasarkan hasil analisis, Bahwa karyawan di Suans Bakery memiliki peran efektif dalam menarik minat pembeli. Karyawan di Suans bakery dapat menjalin komunikasi interpersonal dengan pelanggan. Dengan terjalinnya komunikasi interpersonal memberikan rasa percaya, nyaman antara karyawan dengan pelanggan, sehingga terjadi proses jual beli. Karyawan harus memiliki sikap terbuka dan setara terhadap semua pelanggan agar pelanggan merasa nyaman saat berbelanja. Karyawan dalam menagani bila ada pelanggan yang komplein, dengan berkomunikasi interpersonal terhadap pelanggan dan mengganti rugi produknya bila rusak sebelum dikonsumsi dan meminta maaf kepada pelanggan.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal, Karyawan, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

Suans Bakery is one of the oldest bakeries in Medan city. The role of employee interpersonal communication with customers at Suans Bakery is very influential in attracting buyers' interest in order to increase sales. This research aims to determine the role of employees in establishing interpersonal communication with customers. When selling products, establish a good relationship with customers so that they can buy and build a buying and selling process. The method used in this research is a qualitative approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation The theoretical basis of this research is interpersonal communication theory according to Joseph A. Devito. Interpersonal communication is the stage of sending and receiving messages verbally or non-verbally between two or more people with direct feedback (Feedback). . The indicators used in this

research are: openness to empathy, positive attitude, equality and supportive attitude. Based on the results of the analysis, employees at Suans Bakery have an effective role in attracting buyers' interest. Employees at Suans bakery can establish interpersonal communication with customers. By establishing interpersonal communication, it provides a sense of trust and comfort between employees and customers, so that the buying and selling process occurs. Employees must have an open and equal attitude towards all customers so that customers feel comfortable when shopping. Employees handle customers who complain, by communicating interpersonally with customers and compensating for product losses if they are damaged before consumption and apologizing to customers.

Keywords: Interpersonal Communication, Employees, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah transmisi dan pemahaman informasi dari satu orang ke lain orang lain melalui interaksi sosial. Komunikasi terjadi untuk menciptakan hubungan yang baik antar manusia. Secara sederhana, komunikasi dapat dipahami sebagai proses pertukaran pesan dari satu pihak ke pihak lain dengan tujuan mencapai visi bersama. Komunikasi dalam konteks bisnis sangat penting untuk menjalin Hubungan yang baik bagi bisnis dengan menciptakan rasa kepuasan pelanggan untuk kepentingan perusahaan. Di era globalisasi ini, penting untuk membicarakan orang-orang yang bekerja. Dengan komunikasi yang baik maka terciptalah hubungan yang baik bagi suatu perusahaan dengan menciptakan rasa kepuasan antar pelanggan demi kebaikan perusahaan. Lokasi Toko Roti Suans yang menawarkan berbagai produk atau jasa yang meningkatkan permintaan masyarakat atau pelanggan atas jasa yang diberikan oleh para karyawan di toko roti.

Menurut Lupiyoadi (2017:23), pelanggan adalah orang yang mengunjungi suatu tempat untuk membeli barang atau mendapatkan jasa karena merasa puas terhadap barang dan jasa tersebut. Oleh karena itu pelayanan yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan itu sendiri. Antara lain menciptakan rasa kepuasan pada pelanggan. Menurut Kotler (2018:45), kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi setelah membandingkan layanan yang dirasakan (*perceived*

performance) dan harapan (*expectations*). Dalam konteks ini menurut Dedi Muliana dalam Lisa, Nanik (2019:745) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi tatap muka antar manusia dimana setiap partisipan dapat menerima langsung masukan dari orang lain. Komunikasi antarmanusia bermanfaat dalam membantu kita antara lain bertukar ilmu pengetahuan dan informasi. Kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan pembelian selanjutnya.

Kesuksesan Suans Bakery Bakery tidak lepas dari sumber daya manusianya. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan yang diinginkan khususnya dalam komunikasi, hubungan antara pihak pelayanan dengan pelanggan tidak terpelihara dengan baik, misalnya pelayanan kepada pelanggan kurang baik, pegawai (SPG) tidak berterima kasih kepada pelanggan. Dalam situasi tersebut, hasil observasi dan pandangan langsung peneliti terhadap situasi saat ini. Suans Bakery merupakan toko yang menjual berbagai macam *cake*, *pie*, lapis dan roti yang lezat dan berkualitas sesuai selera pelanggan, yang beralamat di Jl. Taruma No.9B medan petisah Berdasarkan sumber daya manusia, sumber penelitiannya adalah karyawan Suan's Bakery dan pelanggan, peneliti membuat judul **'Peranan Komunikasi Interpersonal Karyawan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Toko Roti Suans Bakery**

Dengan latar belakang permasalahan diatas, maka jelas sekali permasalahan untuk mencapai hasil penelitian yang baik, yaitu:

1. Bagaimana peranan antara komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah komunikasi interpersonal sudah dijalankan dengan baik oleh sesama karyawan dan kepada pelanggan di toko roti Suans Bakery?
3. Bagaimana komunikasi interpersonal karyawan dalam menangani bila ada Pelanggan yang tidak puas?

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk memahami peranan antara komunikasi interpersonal terhadap kepuasan pelanggan
2. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal sudah dijalankan dengan baik oleh sesama karyawan dan kepada pelanggan di toko roti Suans Bakery
3. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal karyawan dalam menangani bila ada pelanggan yang tidak puas?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata latin “communis” yang berarti menciptakan hubungan atau menjalin hubungan antara dua orang atau lebih. Menurut Agus M. Hardjana (2016:15) “Komunikasi adalah suatu tindakan dimana seseorang mengirimkan pesan kepada orang lain melalui suatu saluran, dan setelah menerima pesan tersebut memberikan balasan kepada pengirim pesan tersebut.”

Dedi Muliana (2015:11) “Komunikasi adalah proses mengungkapkan makna melalui perilaku verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih.” Andrew E. Sicola (2017:145)

“Komunikasi adalah pertukaran informasi, makna, dan pengetahuan dari seseorang, tempat, atau benda ke tempat atau orang lain.”

2. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Tergantung pada konteksnya, komunikasi interpersonal diartikan sebagai komunikasi antara dua orang atau lebih yang saling berinteraksi dan memberikan umpan balik satu sama lain. Namun memberikan definisi kontekstual saja tidak cukup untuk menggambarkan komunikasi karena setiap interaksi berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Junadi (2017:95) Komunikasi adalah pengiriman pesan dari seseorang dan menerima pesan dari orang lain atau kelompok kecil. Ada banyak pengaruh dan peluang untuk memberikan umpan balik cepat. “Komunikasi adalah proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka” Anwar & Cangara (2017:23). Menurut Dermawan dkk. (2019:36) mengatakan bahwa komunikasi adalah penyampaian informasi yang dilakukan oleh manusia dan menerima pesan dari sekelompok orang lain, atau sekelompok kecil orang, mempunyai efek yang berbeda dan peluang untuk memberikan respon yang cepat. Menurut Joseph DeVito (Liliweri, 2015: 26), komunikasi adalah penyampaian informasi secara lisan dan non-verbal antara dua orang atau lebih yang mempunyai pendapat yang sama. Dalam bukunya DeVito mengatakan bahwa komunikasi adalah komunikasi yang menghubungkan orang-orang Kemanusiaan mencakup seluruh kehidupan manusia sehingga komunikasi terjadi melalui tindakan manusia.

3. Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal

Menurut teori Thaibah (2018:33), ada 5 hal yang saling mempengaruhi:

1. Sumber (*Sorce*) disebut juga perantara, yaitu orang yang membawa pesan kepada orang yang menerimanya.
2. Pesan (*Messege*) Pesan adalah apa yang disampaikan pembicara kepada penerima
3. Saluran atau Media (*Channel*), yaitu : alat atau alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesannya kepada pembicara.
4. Penerima (*Receiver*) adalah orang yang menerima pesan dari sumber/komunikator.
5. Efek (*Effeck*) Pengaruh yang terjadi pada penerima pesan setelah menerima pesan dari komunikator pesan.

4. Indikator Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (2015: 256-264), komunikasi itu efektif tanda-tandanya antara lain:

1. Keterbukaan, (*Openness*) kemauan menyikapi dengan tenang Informasi tentang mengelola hubungan antarmanusia akan datang Keterbukaan atau (*openness*) mempunyai pengaruh yang besar terhadap pertumbuhan Komunikasi yang efektif
2. Empati adalah perasaan orang lain, atau kemampuan merasakan perasaan orang lain, memahami makna perasaan itu, kemudian ia menyentuhnya dengan pengertian tertentu untuk menunjukkan bahwa ia memahami orang lain. emosi manusia.
3. Dukungan (*Supportiveness*) merupakan ruang terbuka untuk mendukung informasi yang bermanfaat. Sikap suportif adalah sikap yang meminimalkan sikap defensif dalam berkomunikasi.

4. Berpikir positif (*Positiveness*) mencakup harga diri yang positif, kemampuan mendorong orang lain untuk lebih terlibat, dan kemampuan menciptakan situasi komunikasi yang tepat untuk interaksi positif.
5. Kesetaraan (*Equality*) merupakan tanda bahwa kelompok saling menghargai satu sama lain.

5. Kepuasan Pelanggan

Pendapat Tjiptono (2017:78) mengatakan kepuasan berasal dari bahasa latin “satis” yang berarti cukup baik, sesuai dan “Facio” yang berarti melakukan atau berbuat. Kesenangan dapat diartikan sebagai “usaha untuk mencapai sesuatu” atau “melakukan sesuatu yang pantas”. Dalam penelitian ini, upaya perusahaan ditujukan untuk memberikan pelayanan, harga dan lokasi yang memadai sehingga diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Sedangkan pandangan Kotler (2017:34) menyatakan kepuasan adalah tingkat perasaan yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya. Dan menurut Oliver (2017:78), kepuasan adalah hasil evaluasi konsumen bahwa produk atau jasa tersebut telah memberikan tingkat kepuasan dimana tingkat pemenuhan tersebut bisa lebih atau kurang.

6. Indikator Kepuasan Pelanggan

Untuk mengukur kepuasan pelanggan digunakan indikator menurut (Tjiptono, 2019:101) sebagai berikut:

1. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan
2. Konfirmasi Harapan
3. Niat Beli Ulang
4. Kesiediaan Untuk Merekomendasikan\
5. Ketidakpuasan Pelanggan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian, misalnya. perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan melalui deskripsi dalam bentuk kata dan bahasa, dalam konteks alami tertentu. dan menggunakan berbagai metode alami. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi

TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Penelitian ini akan dilakukan di Suans Bakery yang berlokasi di Jl.Taruma No.9B Medan Petisah Penelitian ini akan dilakukan dalam kurun waktu tertentu yaitu Mei-Juli 2024

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sejarah Berdirinya PT. Suans Bakery

Suans Bakery merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kuliner dan *pastry*. Suans Bakery memproduksi berbagai jenis roti. Suan's Bakery didirikan sekitar tahun 1990. Awal mula berdirinya Suans Bakery bermula ketika Ibu Suans hanya menjual roti dengan menggunakan sepeda. Karena banyak orang yang tertarik untuk mencicipi roti tersebut, Ibu Suan secara bertahap merekrut karyawan untuk membantu menyiapkan pesanan sudah mulai lancar. Pemilik perusahaan ini bernama Ibu Aswan dan sekarang

3, Struktur Organisasi

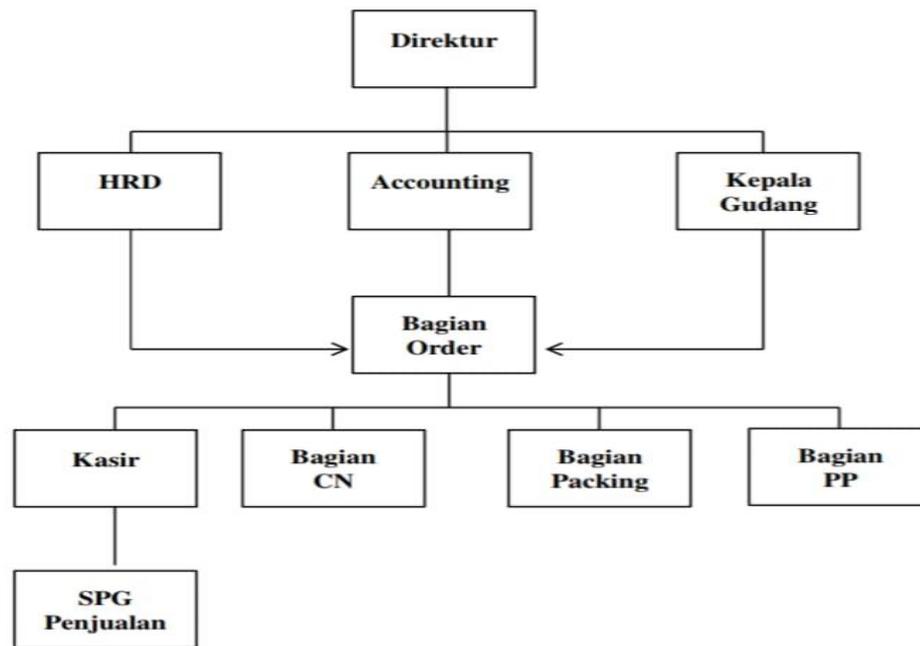
diteruskan oleh Bapak David Thamran yang merupakan anak dari Ibu Aswan. Perusahaan ini mempunyai 1 cabang yaitu KOHI CAFE yang berada di dekat Suans Bakery yang berdiri pada tahun 2016. Suans Bakery merupakan salah satu pelanggan yang menginginkan tokonya terlihat lebih menarik dengan adanya mural. Suans Bakery sudah terkenal dengan cita rasa kue atau rotinya yang selalu menarik lidah pengunjung untuk mencicipinya, Toko roti ini memiliki pengalaman hampir 34 tahun dalam pembuatan roti dan kue dalam dan luar negeri.

2. Visi dan misi perusahaan

1. Visi Perusahaan “Menjadi produsen roti terbesar di Medan yang menghasilkan produk roti yang segar dan menyehatkan bagi masyarakat serta menjadi perusahaan roti yang unggul dari segi kualitas dan cita rasa.”

2. Misi perusahaan

- Terus mengembangkan produk-produk yang tersedia di Suans Bakery
- Menggunakan bahan dan mesin berkualitas serta memproduksi produk dengan mengutamakan kesehatan, rasa, dan keindahan demi kepuasan pelanggan.
- Terus menambah sumber daya manusia yang berkualitas untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk.
- senantiasa menciptakan cita rasa baru dan inovatif.
- Menjaga kualitas dan kuantitas roti



1. Keterbukaan

Keterbukaan merupakan gambaran rasa nyaman yang telah terbentuk. Karyawan di Suans Bakery sangat memperhatikan pelanggannya terutama dari segi kenyamanan. Sikap saling terbuka sangat dibutuhkan untuk memperkirakan keinginan, kriteria/selera, hingga kemampuan finansial pelanggan. Pelanggan memiliki keinginan, kebutuhan yang berbeda-beda setiap kali datang ke Suans Bakery. Seperti yang dikatakan oleh narasumber pertama yaitu Mia: “Pada saat pelanggan masuk kita karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan tersebut sebagai seorang pelanggan pasti menanyakan tentang produk kita seperti menanyakan rasa rotinya, bagaimana supaya roti ini enak untuk dimakan jadi kita sebagai karyawan harus bisa menjelaskan tentang produk kita, bahkan ketika kita ada produk terbaru kita sering menawarkan dengan pelanggan dan juga menjelaskan rasanya serta memberitahu pelanggan bagaimana supaya roti itu lezat dan gurih dikonsumsi dengan melakukan pemangangan ulang tentunya kita karyawan diharapkan mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan supaya pelanggan kita puas dengan pelayanan dan produk yang kita jualkan.”

2. Kesetaraan

Setiap individu ingin diperlakukan dengan baik dan sama oleh sesama manusia, begitu pula dengan karyawan di Suans Bakery. Karyawan tidak membedakan pelanggan satu dengan yang lainnya sehingga tidak ada diskriminasi secara etika dan kesopanan karyawan diharuskan memberikan pelayanan sebaik mungkin agar pelanggan merasa diperhatikan dan puas. Karyawan di Suans Bakery juga merasa diperlakukan sama sebagai individu dalam arti tidak merasa ada perlakuan semena-mena atau direndahkan oleh pelanggan. Seperti yang di katakan oleh Sepri:”pada saat pelanggan masuk dan berbelanja kita biasanya menawarkan bantuan dengan cara melakukan komunikasi interpersonal antara karyawan dan pelanggan. Dan komunikasi interpersonal itu sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan mengenai produk yang kita tawarkan, dengan adanya komunikasi interpersonal kita dengan pelanggan maka terjadilah proses jual beli, dan kita sebagai karyawan tidak boleh bersikap berbeda dengan pelanggan-pelanggan. Kita harus bersikap sama terhadap mereka dalam memberikan pelayanan yang terbaik agar pelanggan puas karna dengan hal itu dapat

meningkatkan proses penjualan produk kita dan juga terjalin hubungan yang baik antara pelanggan dan karyawan.”

2. Sikap Positif,

Pelanggan yang sudah dekat atau akrab dengan karyawan biasanya akan menghabiskan waktu lama saat berkunjung ke Suans Bakery. seperti yang dikatakan oleh Merry dalam wawancara berikut: “Biasanya pelanggan yang sudah berlangganan atau sudah biasa berbelanja dalam membeli produk di toko biasanya proses transaksinya itu cepat karena dia udah percaya dengan rasa dan kualitas produk yang kita jual, kadang pun ada pelanggan yang langsung memberikan rekomendasi produk yang ia beli, misalkan kue ulang tahun modelnya itu dari dia rasanyapun dari dia dan untuk warna dan hiasannya itu mereka suka menanyakan kepada kita sebagai karyawan. Dan kita memberikan pendapat yang jujur bagaimana yang bagusnya agar pelanggan kita bisa puas dengan produk yang ia belanjakan”

3. Empati dan Sikap Mendukung

Empati dan sikap mendukung adalah dua hal yang saling terkait dan penting dalam berinteraksi dengan pelanggan. seperti yang disampaikan oleh Yanti dalam wawancara berikut: “Selama ini setau saya salah satu dukungan dan sikap positif dari pelanggan itu yaitu ketika pelanggan tersebut selalu berbelanja berulang-ulang di toko dan kadang pun kalau mereka datang ke toko mereka tidak segan-segan menunjukkan sikap ramah dan mudah senyum kepada karyawan. Apalagi pelanggan yang sudah biasa berbelanja mereka suka setiap hari nelpo dan memesan produk yang biasa mereka pesankan, mereka suka nyuruh kita karyawan menyisihkan untuk mereka karena pelanggan kita takut jika datang ke toko produk yang mereka mau tersebut sudah habis terjualkan kepada pelanggan kita yang lain”

1. Kepuasan Pelanggan Secara Keseluruhan

Tanyakan langsung kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau layanan tertentu. Seperti yang diungkapkan oleh Putra dalam wawancara berikut ini “saat saya berbelanja di Suans Bakery pelayanannya sangat bagus karyawannya ramah, peduli dengan pelanggan, dan mereka mengutamakan kepuasan pelanggan dalam berbelanja, untuk rasa dan kualitas rotinya sangat seimbang walaupun harga agak mahal tapi rasa juga cocok sesuai dengan harganya”

2. Konfirmasi Harapan

Kesesuaian/ketidakesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada beberapa dimensi penting seperti yang disampaikan oleh Arif “untuk kualitas pelayanan dan produk sudah cukup baik saya berharap semoga dapat mempertahankannya kalau boleh di tingkatkan lagi supaya jadi lebih baik”

3. Niat Membeli Kembali Dan Kesiediaan Merekomendasikan

Tanyakan apakah pelanggan akan membeli lagi atau menggunakan jasa perusahaan. seperti yang dikatakan Aris dalam wawancara berikut: “Untuk produnya udah pasti saya akan melakukan pembelian ulang karena kan kita sudah langganan lama jadi tidak ragu lagi dengan kualitas produknya, saya biasanya belanja kadang 2 kali sehari dan kadang 3 hari sekali, ketika produk yang saya beli sudah habis pasti saya akan melakukan pembelian lagi”

3. Ketidakpuasan Pelanggan

Ketidakpuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor, seperti kualitas produk, pelayanan yang buruk atau ketidaksesuaian harapan pelanggan dengan apa yang mereka terima. Seperti yang disampaikan oleh Arif dalam

wawancara berikut “saya pernah merasakan saat berbelanja produk yang saya beli rusak, pada saat saya komplein karyawannya merespon dengan baik dan mereka mengantikan produk saya dengan produk yang baru”

KESIMPULAN

1. Peran komunikasi interpersonal dalam kepuasan pelanggan sangat penting dalam menawarkan produk kepada pelanggan dan penjualan, serta dalam menciptakan hubungan yang baik sehingga pelanggan merasa nyaman ketika membeli.
2. Komunikasi interpersonal sudah di jalankan dengan baik oleh sesama karyawan dan kepada pelanggan, dengan hal itu terjadilah proses jual beli antara karyawan dan pelanggan sehingga banyak pelanggan-pelanggan yang selalu mekomendasikan produk-produk di Suans Bakery dan selalu melakukan pembelian ulang karna layanan dan produk yang mereka terima dengan puas dari para karyawan.
3. Dalam menanggapi bila ada pelanggan yang komplein dengan produk kita dengan berkomunikasi yang baik dengan pelanggan dan memberikan ganti rugi kepada pelanggan apabila ada produk yang rusak sebelum di konsumsi dan tentunya meminta maaf kepada pelanggan, serta mendengarkan saran dan solusi dari pelanggan utk kita jadikan motivasi agar tidak terulang lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber dari jurnal

- Agus M. Hardjana, (2016) Ilmu Komunikasi. Bandung: PT. Remaja dari Rosdakarya.
- Andrew E. Siklus. (2017). Pelatihan dan pengembangan tenaga kerja. Jakarta:

Perpustakaan Binamman.

Ahmad Susanto. (2014). Teori belajar mengajar di sekolah dasar, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Alexander, R. dan Pamungkas, A.S. (2019). Pengaruh pengetahuan keuangan, locus of control dan pendapatan terhadap perilaku keuangan. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 1, tidak. 1, hal. 1-14

Karena A. Joseph. (2015). Komunikasi antar manusia. Tangerang Selatan. (Kelompok Redaksi KHARISMA

Efendy, Onong Uchjana. (2019). Public Relations Un studi

A comunicazione. Bandung: PT Teen Rosdakarya.

Hafid Cangara, (2019) Introduction to Communication Sciences, Quarta Edizione, (Depok: PT RajaGrafindo Persada, p. 17.

Indrasari, M. (2019:81). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Di gudang. Serikat. AC. Pengidentifikasi.

Irwan, H. (2017). 10 prinsip kepuasan pelanggan. Di perbatasan.

Kotler, P. dan K. K. (2018). Commerciale gestazionale. Erlangga.

Mulyana, Deddy. (2014) Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. Edisi 18 Bandung : PT. Pemuda Rosdakarya,

Mulyana, Deddy. (2015). Pengenalan ilmu komunikasi. Bandung: PT Remaja

Rosdakarya

Tjiptonu. Fandy è Diane. Anastasia. (2019). Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran dan Strategi. Yogyakarta

Diani (2022) “Peran Komunikasi Interpersonal Terhadap Kepuasan Pelanggan di Warung Bajak Laut Kediri”