

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. dan C. N. (2007). *Metodologi Penelitian*. PT. Bumi Aksara.
- Aisyah, S. (2020). *Diktat Manajemen Pemasaran*.
- Anggun Luthfia Tsani. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Dakwah Husain Basyaiban melalui Media Tik Tok. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), 1–4.
<http://www.ifpri.org/themes/gssp/gssp.htm><http://files/171/Cardon - 2008 - Coaching d'équipe.pdf><http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203><http://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/><https://doi.org/10.1080/23322039.2017>
- Anwar, K., & Rozi Anti, A. (2023). Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada Rumahgrafika Pekalongan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam. *Manis: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 81–90.
<https://doi.org/10.30598/manis.6.2.81-90>
- Danil, M. (2019). *Analisa Layanan Purna Jual (After Sales) Sebagai Bentuk Perlindungan Nasabah Penyimpan Dalam Menggunakan Kartu ATM di PT Bank Syariah Mandiri KC*
<http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/19703>[http://digilib.uinkhas.ac.id/19703/1/Muhammad Danil_E20151100.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/19703/1/Muhammad%20Danil_E20151100.pdf)
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Karisma Publishing Group.
- Elia Sumianti. (2016). *Peran customer service dalam meningkatkan citra perusahaan (Studi pada PT. Bank Syariah Mandiri KC Pancor Lombok Timur)*. 01, 1–23.
- Ernie Tisnawati, K. S. (2005). *Pengantar Manajemen*. Ernie Tisnawati, Kurniwan Saefullah.
- Feny Rita Fiantika, Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Firdaus, J. W. (2019). *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Upaya Meningkatkan*

- Motivasi Belajar Anak*. 1–47.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi Research*.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif Pendekatan dan Strategi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Isaac, L. (2013). Impact Of After Sales Service On Consumer Satisfaction And Retention. A Study of LG Electronics in Ibadan, Nigeria. *IOSR Journal of Business and Management*, 11(4), 54–58. <https://doi.org/10.9790/487x-1145458>
- Kasmir. (2008a). *Etika Customer Service*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2008b). *Pemasaran Bank*. Jakarta Kencana.
- Keller, P. K. dan. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jilid 1 dan 2*. Prenhalindo.
- Kotler, P. dan K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. Jilid 1*. Erlangga.
- Kristianti, C. T. S. (2016). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Sinar Grafika.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Lestari, A. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating. In *Jurnal Ekonomi Syariah STAIN Madina* (Vol. 3, Issue 1).
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Kencana Prenada Media Group.
- Mamang, E. S. dan S. (2013). *Prilaku Konsumen*. Andi Yogyakarta.
- Michaelson, D & Stacks, W. D. (2011). *Standardization in public relations measurement and evaluation standardization*.
- Montung, M. Q., & Muthmainnah, A. N. (2023). *Strategi Komunikasi Persuasif Driver Gojek Dalam Mempertahankan Brand Loyalty Di Wilayah Surabaya*. 717–722.
- Nasmila. (2021). *Strategi Customer Service dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah di PT. Muamalat TBK.KCP Parepare*. 01, 1–23.
- Nurjaman, Kadar dan Umam, K. (2012). *Komunikasi dan Public Relations*. Pustaka Setia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of

- Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111.
<https://doi.org/10.2307/1252255>
- Prajanti, S. D. W., Margunani, M., Rahma, Y. A., Kristanti, N. R., & Adzim, F. (2021). Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif Dan Berkelanjutan Di Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 15(2), 86–101.
<https://doi.org/10.35475/riptek.v15i2.124>
- Pratminingsih, S. A. (2006). *Komunikasi Bisnis. Cetakan Pertama*. Graha Ilmu.
- Purnawan, E. A. (2002). *Dynamic Persuasion*. Gramedia.
- Rambat, and L. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. PT Salemba Empat.
- Riswandi. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Graha Ilmu.
- Rofiyanti, S. M. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERCETAKAN OKE PRINT CABANG CIBINONG*.
- Roudhonah. (2007). *Ilmu Komunikasi*.
- Sahir, Syafrida Hafni, D. (2020). *Keterampilan Manejerial Efektif*. Yayasan Kita Menulis.
- Salsabil, D. N. (2020). *Komunikasi persuasif dalam membangun kesadaran bersedekah melalui instagram (studi pada komunitas ketimbang ngemis bekasi)*. *Komunikasi Persuasif Dalam Membangun Kesadaran Bersedekah Melalui Instagram*, 54–61.
- Soemirat, Soleh, Ardianto, dan E. (2004). *Dasar-Dasar Public Relations*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Soleh, S. (2012). *Komunikasi Persuasif*. Universitas Terbuka.
- Sugiharto, S., & Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/10194>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. dan G. C. (2012). *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset.
- Yesuf, H. M. (2023). *Digital Textile Printing* (H. M. Hua Wang (ed.)).

<https://doi.org/10.1016/B978-0-443-15414-0.00005-4>

Yuki, W. dan. (2004). *Perilaku Organisasi Dan Psikologi Personalia*. Bina Rupa Aksara.

Yuliza, Y. (2021). Teknik Komunikasi Kepala Desa Dalam Pemanfaatan Dana Bantuan Keuangan Peumakmu Gampong (Bkpg) Studi Kasus Gampong Matang Guru Kecamatan Madat Kabupaten Aceh Timur. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 11(2), 66–85.

LAMPIRAN
Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : **Jumat, 14 Juni 2024**
Waktu Wawancara : **17.00 - Selesai**
Lokasi Wawancara : **PT Laysander Technology, BSD
Tangerang Selatan**

IDENTITAS INFORMAN

Nama : **Ariyanto**
Jenis Kelamin : **Laki-Laki**
Status : **Koordinator Kepuasan Pelanggan**
Tahun : **11 Tahun**

Key Informan

1. Sudah berapa lama anda menjadi coordinator *customer service*?
Jawaban: Sudah 11 tahun, sejak tahun 2013
2. Menurut anda sikap apa yang perlu dimiliki oleh *customer service* dalam membantu pelanggan?
Jawaban: Tetap tenang, yang pasti mempedulikan mana yang sifatnya urgensi, pelanggan dikejar waktu produksi dan kita juga tidak bisa membiarkan kendalanya terus dialami seperti itu, karena pelanggan pasti akan rugi
3. Apakah *customer service* berperan penting dalam meningkatkan pelayanan kepuasan pelanggan?
Jawaban: Tentu dong, *customer service* menjadi garda terdepan di perusahaan, ia membantu menjaga hubungan juga dengan pelanggan dan dari situ juga pelanggan bisa puas dengan pelayanan kita
4. Apakah *customer service* Laysander juga berperan dalam meningkatkan penjualan Laysander?
Jawaban: Iya mereka juga membantu dalam peningkatan penjualan, terkadang ada *customer* yang memang dia produksinya masih pakai manual tapi kita menawarkan oh ternyata ada teknologi baru nih yang kita miliki gitu, dan kita lihat juga di daerah mereka bisnis apa yang sedang ramai, untuk perbandingan bisnis mereka juga, dan kita tawarkan mesin sesuai

kebutuhan mereka, jadi *customer* merasa tertarik, maka mereka akan repeat order. Dan proses atau tahapannya mereka akan mencari tau profile untuk *customer* tersebut, produksinya seperti apa, apa yang diinginkan, nah kalau misalnya mereka sudah dapat data tersebut biasanya mereka akan data karena perlu didokumentasikan seperti itu

5. Apakah ada penilaian khusus dari pihak Laysander kepada *customer service* dalam proses menghandle pelanggan?

Jawaban: Kita ada penilaian point, di mana point tersebut bisa menjadi bonus untuk *customer service*

6. Apakah *customer service* pernah memberikan informasi kurang tepat? Dan saat memberikan informasi kurang tepat sikap apa yang anda ambil dalam menangani hal tersebut?

Jawaban: Biasanya kita akan intropeksi diri terlebih dahulu, apasih yang salah, yang kedua biasanya *customer service* akan info dan saya akan edukasi ke *customer*, menenangkan kendala *customer* dan saya hati-hati sekali dalam pemilihan kata, kerena kan kalau lagi hard complaint, orang juga lebih sensitive, maka saya menurunkan nada bicara saya, mencoba lebih sabar dan mengerti terkait kendala *customer*.

7. Bagaimana cara menjaga hubungan dengan pelanggan?

Jawaban: Kita harus loyal sih ya, loyal kepada cst dan perusahaan, Ketika cst memang perlu sharing atau apa, kita lakukan itu itu satu ya, yang kedua kalau kita memang ada waktu untuk visit ke Lokasi *customer*.

Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : Rabu, 19 Juni 2024
Waktu Wawancara : 12.00 - Selesai
Lokasi Wawancara : PT Laysander Technology, BSD
Tangerang Selatan

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Asep Suwandi
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : *Customer Service*
Tahun : 4 Tahun

Informan

1. Sudah berapa lama anda menjadi *customer service* Laysander?
Jawaban: Sudah 4 tahun dari 2020
2. Sikap apa saja yang harus dimiliki oleh seorang *customer service*?
Jawaban: Sikap empati yang tinggi, sabar juga kaya saat tanyanya mesti detail juga daan pelan-palan aja, karena *customer* kan ga semua *customer* ngerti apalagi yang baru-baru kan, jadi kita pelan-pelan aja dulu untuk pendekatannya, kita biasanya juga menanyakan mengenai bisnis mereka produksi seperti apa, kira-kira bisa mengembangkan produksi ke pasar mana nih, kita lihat dan analisa juga
3. Hal apa yang anda lakukan untuk menjaga hubungan dengan *customer*?
Jawaban: Itu kita paling misalkan mereka chat atau telfon kita angkat, jangan putus komunikasi dan jika tidak terangkat ada info sedang dijalan, sedang istirahat, maaf tidak terangkat, untuk memberi tahu kalua belum bisa menjawab
4. Penataan bahasa dalam menyampaikan informasi apakah penting?
Jawaban: Biasanya kita, apaya suatu sparepart itu misalkan benda sparepart itu seperti apa, kemudian analogikan dengan benda yang umum, dan dijelaskannya via video call dan ketika kita menjelaskan kepada *customer* atau memandu dan masa

5. Bagaimana anda menyampaikan pesan agar tidak menimbulkan informasi ambigu?

Jawaban: Biasanya kita sampaikan informasi melalui telfon atau videocall dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh *customer* si.

6. Ketika pelanggan kecewa dengan pelayanan anda bagaimana anda memberikan solusi dan penyelesaiannya?

Jawaban: Itu paling kita yakinin dulu ya, untuk misalkan contoh ada dua, trouble itu belum terselesaikan part apa yang bermasalah, kalau sparepartnya kosong, biasanya dia kecewa, meyakinkan ke *customer* terus kita konfirmasi dan koordinasi dengan atasan mengenai ketersediaan stock dan kita sampaikan ke *customer* dengan bahasa meyakinkan untuk part tersebut adanya kapan dan bisa dikirim ke *customer* nya kapan dengan tenang pelan hati-hati dalam berbicara.

7. Menurut anda apa yang harus ditingkatkan dalam proses *handling* pelanggan agar lebih baik?

Jawaban: Kalau pelayanan standar atau basicnya udah seperti yang kami lakukan, sih sistem ya, kalau misalkan supaya ga gantung nanti prosesnya gimana kaya ada minta *password* untuk *software* yang untuk status perbulan jadi *customer* ga perlu nunggugitu atau keperluan sparepart yang lain gitu.

8. Apakah anda sebagai cs pernah memberikan tips mengenai bisnis digital printing?

Jawaban: Iya biasanya kita nanya-nanya dulu nih mengenai bisnisnya bagaimana, produksinya seperti apa, kira-kira bisa mengembangkan produksi ke pasar mana nih, kita lihat dan analisa, kita berikan beberapa saran untuk mengembangkan mn

9. Apakah pernah ada *customer* yang sulit edukasi?

Jawaban: Ada sih, ada beberapa itu banyak juga dari masalah si *customer* ga ngerti sama sekali tentang mesin, jadi mereka bingung juga tentang sparepart apa yang rusak, terus kita dalam hal pandu kita juga kurang mengerti, jadi mereka kadang ada merasa ah ini kok mesin rusak, padahal kalau mereka mau kita pandu gitu dengan sabar, akan ketauan kendalanya di mana, paling gini akhirnya kita tenangin dan kita berikan solusi untuk datangkan teknisi karena mereka juga kadang repot tidak paham elektronik atau mesin, nah biasanya mereka nanti setuju mau didatangkan teknisi dan lebih tenang juga mereka mengenai kendalanya akan terselesaikan

10. Apakah pernah mendapat reward selama bekerja di sini?

Jawaban: Kalau saya kan baru ya, belum si, mungkin karyawan yang sudah lebih lama yang pernah merasakan.

Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : Rabu, 19 Juni 2024
Waktu Wawancara : 13:00 – Selesai
Lokasi Wawancara : PT Laysander Technology, BSD
Tangerang Selatan

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Budiman
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : *Customer Service*
Tahun : 13 Tahun

1. Sudah berapa lama anda menjadi *customer service* Laysander?
Jawaban: Sudah 13 tahun
2. Sikap apa saja yang harus dimiliki oleh seorang *customer service*?
Jawaban: Pertama sih sabar, yo mampu beradaptasi, kan kadang kan kita *customer* dari sabang sampai Merauke karakter orang beda-beda, jadi kita harus menyesuaikan bahasa mereka biar mudah dipahami dengan mudah beradaptasi dengan bahasa-bahasa yang mereka gunakan
3. Hal apa yang anda lakukan untuk menjaga hubungan dengan *customer*?
Jawaban: Biasanya si satu komunikasi penting, jadi kadang kalau pun gaada masalah di mesin atau kendala di mesin kadang kita sering sharing, jadi dianggap kita tuh udah kenal lama, dan mereka pun kalau ada apa-apa ya ga ragu atau risih kalau tanya-tanya ke kita, kan biasanya kalau orang jarang komunikasi ketika komunikasi hanya pas ada kendala, jadi kaya orang asing, sharing bukan hanya seputar mesin melainkan perkembangan bisnis.
4. Penataan bahasa dalam menyampaikan informasi apakah penting?
Jawaban: Biasanya si karena kita kan kebanyakan daerah Timur dan Kalimantan, ya sebenarnya penting juga mereka bisa ngerti dan saat memfollow up mereka tahu menyesuaikan bahasa mereka, kita memahami kendala mereka, karena pasti itu mempengaruhi produksi juga, jadi kita bantu maksimalkan kendalanya dan penyampaiannya bisanya saya menggunakan bahasa sesuai daerah mereka, supaya mereka paham dan kita dekat juga tidak kaku, Dan kita pake perumpamaan biasanya, contoh kaya masalah di ink pump pertintaan, kita kadang menyesuaikan istilahnya ada sensor ada tengki ada pompa, jadi kita pakai perumpamaan perumpamaan

yang mudah dipahami oleh mereka., agar mereka tidak bingung dengan bahasa mesin, kita menggunakan bahasa umum yang mudah dipahami.

5. Bagaimana anda menyampaikan pesan agar tidak menimbulkan makna ambigu atau salah informasi?

Jawaban: Biasanya kan kita ada interaksi pakai vc video call, jadi kita gampang mengarahkannya, kadang kan yang ga paham itu karena pergantian orang, makanya kadang kita awal ngejelasan si a gitu, ada shift, biasanya kerja kan shift-shifan pas kendala yang sama tapi beda orang, paling mudahnya itu vide call untuk menjelaskan kembali mengenai kendalanya agar mudah dipahami.

6. Ketika pelanggan kecewa dengan pelayanan anda bagaimana anda memberikan Solusi dan penyelesaiannya?

Jawaban: Biasanya kita cari tahu dulu penyebab masalahnya itu apa, baru kita kan banyak cara untuk cara menyelesaikannya dan kita berikan edukasi pelan-pelan

7. Menurut anda apa yang harus ditingkatkan dalam proses *handling* pelanggan agar lebih baik?

Jawaban: Lebih memprioritaskan chat yang sifatnya urgent si, kadang kita penyelesaian yang mudah dulu baru sulit, itu perlu diperhatikan kembali sih.

8. Apakah anda sebagai cs pernah memberikan tips mengenai bisnis digital printing?

Jawaban: Kita sebenarnya menyesuaikan *customer*, mindset dan target marketnya, contoh dari sublim mau merambah ke sticker apa, kadang kita arahkan, ibaratnya pak nanti kalau memang udah adi ini, coba beli mesin ini, mesin ini, untuk penambahan pengujung buat mereka, kita merekomendasikan beberapa mesin dan kita kasih gambaran juga prospek bisnis kedepannya gimana, kadang kan orang bingung, istilahnya ketika dia ilmunya di awal cuma sublim begitu, kan kadang mereka ragu kalau belum tau ilmunya, makanya kadang kita pelan-pelan kasih masukan pak kalau ada ini coba beli mesin ini atau istilahnya lempar dulu ke siapa, kalau ada ilmunya baru beli mesin itu, kita kasih gambaran bisnis yang sedang ramai juga ditahun-tahun ini gitu si. Ga hanya mesin, kadang kita mengenalkan segala macam ini sedang ramai, kita ada mesin baru, market pasarnya kesini-kesini jadi memberi peluang lebih banyak lagi, seperti bahan tinta, produk baru dan lebih banyak juga edukasi

9. Apakah pernah ada *customer* yang sulit edukasi?

Jawaban: Sebenarnya kami sering ya memberi kalimat masukan, misalkan awalnya mereka marah karena bingung cara penyelesaian kendalanya, kita pelan-pelan jelasinnya, sampai kendala terselesaikan, alhamdulillah banyak yang berkembang cuma ada ya kan karena mereka sibuk dan deadline, ingin cepat dan simple datangkan teknisi ketempatnya, ya menyesuaikan kondisi dan kebutuhan konsumen aja sih.

10. Apakah pernah mendapat reward selama bekerja di sini?
Jawaban: Pernah dua tahun menjadi karyawan teladan dan mendapatkan bonus dari penilaian kerja

Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : **Minggu, 16 Juni 2024**
Waktu Wawancara : **17.00 - Selesai**
Lokasi Wawancara : **Kacamataku, Supermall Karawaci**

IDENTITAS INFORMAN

Nama : **Putri Larasati**
Jenis Kelamin : **Perempuan**
Status : **Customer / 5 Tahun**

Customer Laysander

1. Sudah berapa lama anda menjadi *customer* Laysander?
Jawaban: Kurang lebih 5 tahun dari tahun 2019
2. Dalam satu tahun biasanya berapa kali anda menghubungi *customer service*?
Jawaban: Tergantung dari ada keperluan apa, kebutuhan apa, mungkin aku ada hal tertentu atau keperluan tertentu, itu baru aku hubungi *customer servicenya* itu sendiri, bisa 3 bulan sekali atau bisa 6 bulan sekali, cuma kalau dari Laysander itu sendiri, dia rutin nih menghubungi perusahaan aku beberapa bulan sekali, biasanya mereka untuk kaya nanya kondisinya aja mesinnya kaya gimana, apakah ada kendala atau engga, produksinya seperti apa, keadaan bisnis perusahaan ku bagaimana, dan mereka memberi tahu teknologi mesin terbaru yang mempercepat produksi, yang biasa digunakan oleh orang-orang gitu kalau cetak kacamata gitu sih
3. Mengapa anda memilih Laysander sebagai distributor mesin digital printing?
Jawaban: Awalnya kan, saya ingin press budget saya olah data dan mikir baiknya seperti apa, dan ternyata saya itung-itung lebih baik memiliki mesin printing sendiri, saya research beberapa distributor dan komparasi, saya tertarik dengan Laysander, budget perusahaan saya pas untuk beli mesin di sana, dan saya pun dapat pelayanan yang baik saat bertanya-tanya mengenai mesin dan dijanjikan juga mendapatkan purna jual yang baik. Dan *customer service* ini mereka sempat beberapa kali memberikan demo mesin atau video mesin buat kaya proses-proses printingnya kaya gimana sampai pada akhirnya kita memutuskan ada produk, jadikan dia nyediaiin beberapa jenis produk sampai akhirnya kita memutuskan satu jenis produk yang tepat untuk kita, jadi saya diberikan knowledge tentang mesin gitu.

4. Bagaimana pelayanan *Customer Service* Laysander dalam membantu anda?
Jawaban : Sangat-sangat membantu si untuk saya pribadi karena dari segi *customer servicenya* sendiri menurut saya mereka sudah terlatih ya, orang-orang dari *customer service* Laysander itu mereka orang-orang terlatih jadi mereka dalam menangani baik itu saya bertanya suatu hal, complaint suatu hal, mereka selalu ngasih solusi secara jelas dan tepat dan menjelaskannya pelan-pelan juga ke saya, kalau saya ga paham mereka sabar gitu

5. Saat anda mengalami kendala atau pertanyaan, apakah cs berperan aktif dalam membantu kendala anda?

Jawaban: Aku sih suka ya dan sangat puas, terlebih sama *customer service* dari Laysander itu sendiri, karena di atuh menginformasikan secara detail detail dan jelas, jadi tentang produk ketersediannya itu ada atau engga juga itu dia nginfoin terus gimana proses pengirimannya dia infoin, estimasinya pun dia infoin, jadi kaya aku cukup terbaru juga si, aku kan kadang perlu cepet nah mereka memprioritaskan untuk pengirimannya, mereka juga tau gitu kalau aku juga dikejar produksi, apalagi kalau tinta habis aku agak kesulitan kan, untuk print kaca mata produk aku, jadi mereka selalu nenangin aku infoin ke aku tintanya nanti akan segera dikirim

6. Apakah informasi yang disampaikan oleh *customer service* mudah anda pahami?

Jawaban: Mudah saya pahami dan membantu ya, karena mereka apaya, tata bahasa yang mereka pakai pun tepat, maksudnya kan ada beberapa bahasa-bahasa dalam mesin printer yang saya jujur masih awam ya dan itu tuh cara penyampaiannya dengan jelas dan detail, jadi saya ga binging, yang sebelumnya saya bingung dan kurang paham dijelaskan penyelesaian melalui vidcall dan penyampaian terkait sparepartnya menggunakan perumapamaan penyelesaian kendala pun dapat terselesaikan

7. Hal apa yang membuat anda kurang nyaman dalam pelayanan cs Laysander?

Jawaban: Sebenarnya pelayanan kurang bangetnya gaada, cua paling kaya aku butuh informasi dan itu ketika weekend nih, mungkin proses pembalasan pesannya agak lambat aja, karena kan aku juga butuh buru-buru ya kendala terselesaikan atau kebutuhan lain

8. Menurut kakak apakah *customer service* menjaga hubungan baik dengan perusahaan kakak?

Jawaban: Iya sih, yang sebelumnya aku bilang mereka kadang menghubungi kita juga, biasanya mereka mereka menanyakan kondisi mesin, mereka suka nanya kondisi mesin gimana nih, apakah mesin dari mereka cukup membantu, jadi mereka ini selalu berasa merech out kita, aku sebagai *customer* apakah ada kendala, udah cukup kah atau belum dan ketika menanyakan kondisi mesin mereka juga memberikan penawaran

produk terbaru nih dari Laysander ini, misalkan saya ditawarkan produk terbaru apa seperti yang baru launching, produk yang gimana-gimana, tinta, mereka sekaligus nawarin juga, dan mereka nawarin diskon-diskon tertentu dan promosi apa promosi apa, dia infokan kalau beli tinta A akan menghasilkan warna dan hasil cetak premium gitu-gitu sih, dan kadang saya tertarik saya mencobanya, tapi saya diberikan contoh video-video gitu juga dari *customer* yang lain

9. Apakah kakak pernah mendapatkan penawaran atau sesuatu dari Laysander?
Jawaban: Pernah sih, aku senang dari Laysander aku tuh sering dapet potongan harga dan kalau hari-hari besar kaya lebaran aku tuh dapet THR gitu kak, jadi aku senang sih di situ juga.

Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : **Senin, 17 Juni 2024**
Waktu Wawancara : **19.00 - Selesai**
Lokasi Wawancara : **Cipondoh, tempat tinggal *customer***

IDENTITAS INFORMAN

Nama : **Jaka Setia Bagus**
Jenis Kelamin : **Laki-laki**
Status : ***Customer Laysander / 6 Tahun***

Customer Laysander

1. Sudah berapa lama anda menjadi *customer Laysander*?
Jawaban: 6 tahun
2. Dalam satu tahun biasanya berapa kali anda menghubungi *customer service*?
Jawaban: Ga nentu ya, kalau kita ada kendala dan kebutuha, stock habis biasanya kita hubungi *customer service*
3. Mengapa anda memilih Laysander sebagai distributor mesin digital printing?
Jawaban: Dari kebutuhan bahan baku apa yang kita dapet nantinya terus juga yang kedua adalah ketersediaan mesin yang kita butuhkan kemudian budget dari perusahaan akhirnya dari beberapa yang kit acari ada di Laysander
4. Bagaimana pelayanan *Customer Service Laysander* dalam membantu anda?
Jawaban : Menurut saya sangat terbantu sih karena apaya kalau dibilang bisanya kan kita lagi panik, ada vendor masuk dan ada deadlinenya dalam pengerjaan ini dalam orderan, dari beberapa orderan yang kita terima biasanya kita akan masuk kerjain itu dalam satu minggu, dalam satu minggu dan satu hari waktu kita akan ngepress dan otomatis mesin jor joran saya gunakan, bahasanya mah ya kita akan pakai pagi sampai malem, pagi sampai malam mesin printernya, otomatis ada aja erorrnya atau kendalanya ataupun stock barang habis, bahan flexnya juga suka habis, bisanya kita langsung kordinasi sama laysansdernya sendiri sangat membantu, bisanya kalua ada kendala mesin ataupun apa dia juga dari cs sendiri bisa menenangkan dan paham kondisi saya yang dikejar vendor atau memberikan solusi

5. Saat anda mengalami kendala atau pertanyaan, apakah cs berperan aktif dalam membantu kendala anda?

Jawaban: Berperan aktif sih, jadi dari *customer service* sendiri terkadang menenangkan ketika kita ada kendala mesin dan membantu menyelesaikannya, jika team operator mesin kurang paham dan agak sulit permasalahan mesinnya saya juga ditawarkan untuk datangkan teknisi, dan proses penyelesaiannya cepat, jadi saya merasa *customer service* ini beneran paham kondisi saya gitu loh

6. Apakah informasi yang disampaikan oleh *customer service* mudah anda pahami?

Jawaban: Kalau dari penyampaian dan tata bahasanya si, mudah dipahami, biasanya si kalau dari saya sendiri, atau team saya atau anak-anak kantor lainnya, bisa dijelaskan dengan inisial inisial hingga saya paham aka hal itu, seperti kalau ada masalah A nanti penyelesaiannya ini, ini, ini, tapi kalau dijelaskan secara orang awam kan kurang paham dia ada inisial bahasa yang bisa saya ngerti mudah dipahami, ada pergantian team kerja kan ga paham bahasa mesin dia jelasin, dan cs memberikan arahan menggunakan tata bahasa yang bener yang buat saya dan team paham, terus jelasinnya tuh sabar juga, kalau saya nanya lagi bingung gitu, mereka jelasin pelan-pelan detail

7. Hal apa yang membuat anda kurang nyaman dalam pelayanan cs Laysander?

Jawaban: Mungkin karena *customer service* masih mengikuti jam kantor ya, biasanya kalau kita butuh malam ada keluhan atau kendala malam, udah lewat jam 8 malam, saya ngerasa balasanya slow respon, saya butuh fast respon saya lagi butuh solusi ketika ada kendala, saya butuh informasi dan penyelesaian yang cepet nih

8. Menurut kakak apakah *customer service* menjaga hubungan baik dengan perusahaan kakak?

Jawaban: Biasanya Laysander sendiri kalau ada barang baru, produk baru atau kita butuh ada upgrade mesin, biasanya *customer service* dan teknisi koordinasi ke kita ada barang baru ni Mas, dia nanya juga, secara pendapatan masuk berapa cetakan, dari si Laysander sendiri secara hubungannya sering nanya progress bisnis kita, gimana nih dalam satu bulan ini ada penurunan atau apa mungkin ada yang mau ditambah untuk toko dan infokan barang tersebut sudah banyak digunakan oleh pelaku bisnis yang lain, ia menyebutkan digital printing competitor produksi cetaknya lagi banyak dan untuk mempercepat produksi bisa menggunakan mesin Outdoor X-Line, kemarin terakhir mereka menawarkan mesin itu, tapi saya belum tertarik sih karena mesin satu ini sudah cukup untuk produksi saya

9. Apakah kakak pernah mendapatkan penawaran atau sesuatu dari Laysander?

Jawaban: Nah kadang dia juga menawarkan kalau beli banyak akan lebih murah, nah jadi penawaran itu Aloya Digital Printing dari Laysander, biasanya Laysander kalau misalkan saya butuh beberapa nih bahan flexy, mereka bilang kalau ambil 10 roll bisa dapet potongan harga, jadi saya kaya ditawarkan untuk beli banyak agar potongan harga yang diterima juga banyak, dan saya juga tergiur akan hal itu si, karena ya lumayan juga, lebih untung dan lebih cuan

Draft Wawancara

KEY INFORMAN

Hari & Tanggal Wawancara : Selasa, 18 Juni 2024
Waktu Wawancara : 17.00 - Selesai
Lokasi Wawancara : Perumnas Karawaci

IDENTITAS INFORMAN

Nama : Bagus Darmawan
Jenis Kelamin : Laki-laki
Status : *Customer Laysander / 7 Tahun*

Customer Laysander

1. Sudah berapa lama anda menjadi *customer Laysander*?
Jawaban: Sudah dari 2017 sekitar 7 tahun ya kurang lebih
2. Dalam satu tahun biasanya berapa kali anda menghubungi *customer service*?
Jawaban: Tergantung ada kendala, mengenai produk, atau ada kebutuhan sparepart sih, biasanya kita hubungi ga nentu.
3. Mengapa anda memilih Laysander sebagai distributor mesin digital printing?
Jawaban: Pertama yang kita ketahui 6-7 tahun untuk harga mesin lebih murah dari kompetitor lainnya walau dengan spek yang sama, kedua adalah after sales atau layanan purna jualnya itu bagus, ketersediaan bahan baku itu bagus bahannya dan saat kita butuh part mesin yang sudah lama, kayanya udah gaada lagi mesin tersebut *customer service* sangat helpful koordinasi mencari sparepart mesin kita, dan dijelaskan juga harus nunggu karena produknya indent juga kami paham mesin kami mesin lama, yang ga dijual lagi dr laysander gimana ya, karena 7 tahun lalu. Dan saya juga sebelum membeli saya tuh nyari-nyari ya, distributor mana ya, yang apaya saya butuhkan nanti bisa terpenuhi atau bisa dibilang seringnya *Fase after sales* pembelian bisnis, ga lama dari situ saya ketemu Laysander perbandingan harga dan cocok ternyata, saya juga merasakan pelayanan yang baik habis beli mesin ga lepas tangan gitu aja
4. Bagaimana pelayanan *Customer Service Laysander* dalam membantu anda?
Jawaban : Secara pribadi gini ya, saya sebagai pelaku usaha digital printing tuh pasti kendala ada aja dan kapan aja pasti terjadi kan ga tentu, dan saat saya menghubungi cs, cs bener-bener memahami kendala saya, sehingga

saya merasa terbantu saya tau kendala saya di mana saja, kadang saya juga bingung ya sama mesin saya kenapa hasil warna cetaknya ada garis hitam, *customer service* bantu jelasin dan mencari tau kendala yang saya alami ternyata di tinta, saya dijelaskan pelan-pelan cara penyelesaiannya dan cs nya memberikan saya petunjuk dengan bahasa yang mudah dipahami juga dibantu jelasin melalui video call dan mudah saya mengerti dari penyampaian informasi karena cs-nya detail banget jelasinnya.

5. Saat anda mengalami kendala atau pertanyaan, apakah cs berperan aktif dalam membantu kendala anda?

Jawaban: Sangat quick responsive jadi saya pun setelah membeli mesin, saya berhubungan dengan Laysander terkait bahan baku, ataupun part mesin, pernah kejadian *sparepart* mesin saya rusak, itu mesin sudah 7 tahun lalu, dan Laysander udah ga produksi mesin itu, dan ternyata part tersebut kosong, saya bingung, mesin harus jalan karena kejar produksi juga, sampai *customer service*nya infokan akan mengusahakan dan menanyakan ke team yang lain mengenai ketersediaan part mesin itu, dan saya diinfokan partnya bisa dipesan tapi indent, itu lebih bingung lagi, tapi ya akhirnya saya harus nunggu juga dan saya dikasih paham juga sama cs nya karena mesin itu lama, jadi harus dicek ke pabrik mesin dan akan dimaksimalin eh bener aja itu part ada nunggu 3 minggu

6. Apakah informasi yang disampaikan oleh *customer service* mudah anda pahami?

Jawaban: Mudah dimengerti, mereka menjelaskan sangat tepat, lugas, dan saya sebagai *customer* sangat mudah dimengerti oleh cs sehingga kami kadang bisa meredam emosi, mereka menenangkan dan bisa dibilang mereka punya kalimat Ajaib si yang buat saya tenang seperti kalimat yang selalu saya ingat meraka ucap “Kami sangat paham sekali, mengenai kendala atau keluhan bapak” di situ sih saya merasa cs ini berusaha tau gitu kondisi saya ya, karena kan kami juga menangani *customer* yang ingin buru-buru ditanyain jadinya pesannya kapan juga kan ya.

7. Hal apa yang membuat anda kurang nyaman dalam pelayanan cs Laysander?

Jawaban: So far sejauh ini saya ga pernah kecewa dengan pelayanan cs, sangat cepat meemberikan solusi, ketika saya juga ga paham sama yang mereka jelaskan dan saya sibuk nih, bingung, cs menawarkan juga untuk teknisi datang ke tempat saya, dan itu prosesnya sangat cepat, saya hubungi atur jadwal teknisi datang dan sangat *helpfull*

8. Menurut kakak apakah *customer service* menjaga hubungan baik dengan perusahaan kakak?

Jawaban: Sangat terasa sekali, disaat cs menghubungi menanyakan kembali dari hasil team teknisi pengerjaan apakah masih ada kendala suatu produk laysander, saya bener-bener terbantu sekali *Fase after sales* gitu, dan saya juga bilang kalau ada kendala atau apa-apa saya nanti yang akan hubungi

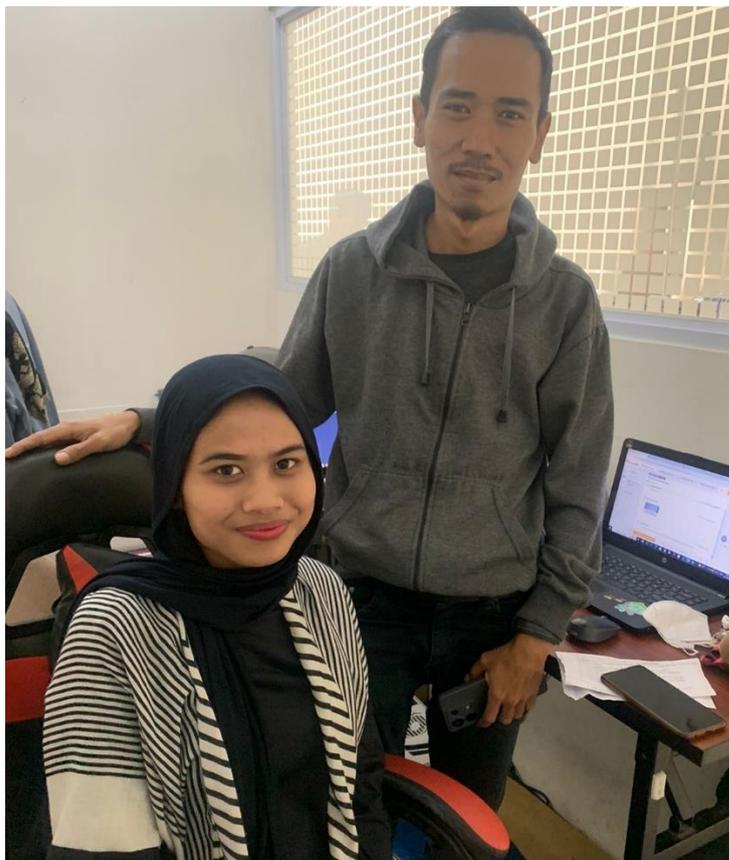
cs Laysander, dan itu salah satu menjaga hubungan dengan baik.

9. Apakah kakak pernah mendapatkan penawaran atau sesuatu dari Laysander?

Jawaban: Nah ini yang saya suka mudah-mudahan didengar sama Laysander juga, saya juga terasa juga ketika saya beli produk, ketika saya dapat partai banyak, saya dapat potongan harga, karena Laysander infokan juga bila perlu khawatir nih kalau ada orderan banyak, kakak butuh mesin terbaru atau tinta bahkan bahan bisa koordinasi dengan kami, kami bisa berikan harga spesial



**Foto bersama Pak Ariyanto
sebagai Key Informan**



**Foto bersama Pak Asep Suwandi
sebagai Informan**



**Foto bersama Pak Budiman
sebagai Informan**



**Foto bersama Pak Bagus Darmawan
sebagai Informan**



**Foto bersama Kak Jaka Setia Bagus
sebagai Informan**



**Foto bersama Kak Putri Larasati
sebagai Informan**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU PEMERINTAH - PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BERDASARKAN SK Menteri Pendidikan RI No. 109/D/0/2009

Jl. Perintis Kemerdekaan I/33 Babakan - Kota Tangerang Telp. 021 - 5537198

Tangerang, 03 Dzulhijjah 1445 H
10 Juni 2024 M

Nomor : 032/III.3.AU/F/FISIP/2024
Lampiran :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Pimpinan
PT. Laysander Technology
Jl. Pahlawan Seribu, Ruko Golden Boulevard Blok R No.21 BSD City, Tangerang, Banten,
15321
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Ba'da salam kami sampaikan semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat dan selalu diberikan kemudahan dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari.

Berikut ini kami sampaikan, bahwa mahasiswa kami tersebut di bawah ini :

Nama : Chairunnisa Farah Fadilah
NPM : 20-70-201-134
Prodi / Semester : Ilmu Komunikasi / VIII
No/Telepon : 089653870341

Bermaksud melakukan penelitian dan wawancara ke kantor PT Laysander Technology yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun surat pengantar ini diajukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir berupa skripsi dengan judul "**Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif Customer Service PT Laysander Technology Pada Fase After Sales Dalam Proses Handling Customer**".

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Nasrun Minallah Wa Fathun Qorieb
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan



[Signature]
Dr. H. Achmad Kosasih, MM

Tembusan:
1. Arsip

Gambar
Surat Izin Penelitian

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Chairunnisa Farah Fadilah
Alamat : Kp. Baru Rt 02/03, Bojong Jaya, Karawaci, Tangerang
Email : chairunnisafarah04@gmail.com
Program Studi : Ilmu Komunikasi (*Public Relation*)

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) saya yang berjudul :

“IMPLEMENTASI TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASI *CUSTOMER SERVICE* PT LAYSANDER TECHNOLOGY PADA *FASE AFTER SALES* DALAM PROSES *HANDLING CUSTOMER*”

Bahwa karya ilmiah tersebut dapat dipublikasikan ulang dalam bentuk apapun baik di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang maupun di lembaga penerbitan lainnya. Dalam hal proses penerbitannya, saya bersedia mengikuti ketentuan yang berlaku seperti yang terlampir pada surat pertanyaan publikasi ini. Surat pernyataan ini dibuat berdasarkan SK Dekan FISIP Nomor: **002/KEP/III.3.AU/FISIP/X/2018** Tentang Naskah Skripsi yang akan dipublikasi secara internal maupun eksternal dalam jurnal.

Demikian surat pernyataan publikasi ini saya buat tanpa ada paksaan dan tekanan dari pihak manapun, semata-mata demi mendorong minat penelitian di lingkungan internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Tangerang.

Tangerang, 22 September 2024

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Fitri Susiswani, I, S.Sos, M.I.Kom
NIDN : 0325028304

Yang Menyatakan,



Chairunnisa Farah Fadilah
NPM : 2070201134

