DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN SKRIPSI ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xi
DAFTAR GAMBAR xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 4
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Kajian Paenelitian Terdahulu 6
F. Definisi Konsep 9
G. Kerangka Pikir Penelitian 12
H. Metode Penelitian 17
1. Pendekatan dan jenis penelitian 17
2. Subyek,Obyek, dan Lokasi penelitian 19
3. Jenis dan Sumber Data 22
4. Tahap-Tahap Penelitian 23
5. Tehnik Pengumpulan Data 25
6. Tehnik Analisa Data 26
7. Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....27
I. Sistematika Pembahasan 28

BAB II : KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka 29
1 Konsep Dasar komunikasi Interpersonal 29
a. Pengertian Komunikasi Interpersonal 29
b. Karakteristik Komunikasi Interpersonal.....31
c. Fungsi Komunikasi Interpersonal 36

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Model dan Proses Komunikasi Interpersonal 36
e. Faktor Pendukung Komunikasi Interpersonal Tang Efektif ..42
2. Konsep Dasar Menangani Keluhan 45
a. Faktor penyebab munculnya keluhan 46
b. Aspek dalam menangani keluhan 46
3. Komunikasi Interpersonal Dalam Menangani keluhan 48
B. Kajian Teori 49
C. Kajian Peneliti Sebelumnya 52
BAB III : PENYAJIAN DATA
A. Deskripsi subyek, Obyak, dan Lokasi penelitian 56
1. Dekripsi Subyek Penelitian.....56
2. Deskripsi Obyek penelitian.....58
3. Deskripsi Lokasi penelitian 59
a. Latar Belakang Al-Hasyimi 59
b. Tujuan Pendirian 59
c. Visi dan Missi 60
d. Logo Al-Hasyimi 60
e. Struktur Organisasi Al-Hasyimi 61
f. Budaya Kerja Al-Hasyimi 62
g. Produk 63
B. Deskripsi Data Penelitian 65
1. Media Komunikasi Dalam menangani Keluhan Pelanggan 66
2. Simbol-simbol umum dan khas *Customer Relation* Mendukung Komunikasi 71
3. Profesionalitas *Customer Ralation* dalam menangani egositas pelanggan yang tinggi.....78
BAB IV: ANALISIS DATA
A. Temuan Peneliti 82
B. Konfirmasi Temuan Dengan Teori 85
BAB IV : PENUTUP
A. Kesimpulan 88
B. Rekomendasi 89
Daftar Pustaka
Pedoman Wawancara
Lampiran-Lampiran

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian Terdahulu 6

Table 1.2 Metode Penelitian 24

Table II.3 Kajian Penelitian Terdahulu 52

Table III.1 Daftar Informan 56

Table III.2 Produk 64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Pikir Penelitian 12

Gambar II.1 Model Komunikasi Sebagai Kegiatan 36

Gambar II.2 Model Komunikasi Sebagai Interaksi 40

Gambar II.3 Model Komunikasi Sebagai Transaksi 42

Gambar III.1 Logo Al-Hasyimi 60

Gambar III.2 Struktur Organisasi Al-Hasyimi 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id