

Pages). Berbeda dengan SR dan TSR yang tidak hanya menawarkan produk pada NB, tapi juga kepada PI (*Present Issue/* pernah dan telah lama pasang iklan di *yellow pages*).

Seorang sales *yellow pages* mempromosikan produknya dengan melakukan pendekatan kepada pelanggannya untuk mengadakan komunikasi lebih mendalam sehingga tercipta suatu keterkaitan secara emosional antara sales dan pelanggan dengan tujuan utama adalah pelanggan percaya, mencoba, tertarik, dan loyal terhadap produk *yellow pages*.

Keterkaitan secara emosional antara sales *yellow pages* dengan pelanggan terjadi melalui proses komunikasi tatap muka secara langsung. Oleh karena itu, seorang sales dituntut untuk memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Agar komunikasi dapat berjalan secara efektif, dan dapat membuat pendengarnya senang mengikuti pembicaraan, serta dapat membuat pendengar cenderung mengingat hal-hal secara runtut menurut yang pertama kali mereka dengar dan lihat. Karena keberhasilan komunikasi tidak terletak pada pendengar, melainkan pada pembicara itu sendiri.

Perkembangan dunia usaha pada saat ini sudah semakin pesat, sehingga persainganpun semakin ketat. Hal ini di tandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan sejenis yang bergerak dibidang yang sama. Untuk itu perusahaan dituntut untuk mmengadakan perencanaan dan juga manajemen yang baik, terarah dan efektif bagi kegiatan perusahaan.

	<p>komunikasi persuasif <i>customer service</i> dalam menangani keluhan nasabah dan faktor-faktor yang menghambat dan mendukung proses komunikasi persuasif <i>customer service</i> dalam menangani keluhan nasabah. Sedangkan fokus penelitian pada penelitian ini yaitu mengenai proses komunikasi persuasif BUSER Yellow Pages dalam mencari calon pelanggan dan pola komunikasi persuasif BUSER Yellow Pages terhadap calon pelanggan.</p> <p>b. Teori yang dipakai pada penelitian terdahulu adalah Teori Keseimbangan Persuasi dan Teori Persepsi Persuasi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan Teori S-O-R.</p>
--	--

