



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL
PERSONAL CONSULTANT TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN *WALL STREET ENGLISH*
ALAM SUTERA**

Skripsi



**Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Raka Raditya

11140110296

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

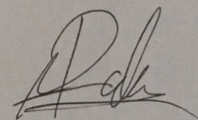
2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ilmiah (skripsi) yang berjudul “PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL *PERSONAL CONSULTANT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *WALL STREET ENGLISH* ALAM SUTERA” ini adalah karya tulis sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain. Semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Januari 2018



(Raka Raditya)

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* Terhadap
Pengambilan Keputusan Konsumen *Wall Street English* Alam Sutera”

Oleh

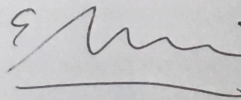
Raka Raditya

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi Universitas Multimedia Nusantara

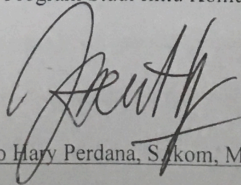
Tangerang, 22 Januari 2018

Dosen Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si.

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.kom, M.Si.

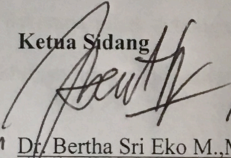
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

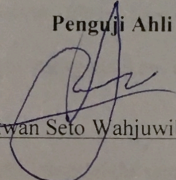
“Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen *Wall Street English* Alam Sutera”

Telah diujikan pada hari Kamis, 1 Februari 2018, pada pukul 14.30 s.d. 16.00
dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut

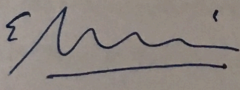
Ketua Sidang


a.n Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. INCO 15/2

Penguji Ahli

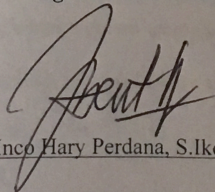

Dr. Indriyan Seto Wahjuwibowo, M.Si.

Dosen Pembimbing


Dr. Endah Murwani, M.Si.

Disahkan Oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi - UMN


Inco Hary Perdana, S.Ikom, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena anugerah yang luar biasa sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Wall Street English*” dapat diselesaikan. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh kelulusan Mata Kuliah Skripsi Akhir Mahasiswa. Selama proses penyelesaian skripsi ini, peneliti mendapatkan dukungan dan masukan dari beberapa pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Endah Murwani, M.Si. sebagai pembimbing skripsi yang selalu senantiasa bijak memberikan masukan dan arahan, serta selalu bersabar dalam membimbing peneliti.
2. Inco Hary Perdana, S.Ikom, M.Si. sebagai Kaprodi Jurusan Ilmu Komunikasi UMN yang turut memberikan bimbingan dan selalu memberikan motivasi untuk peneliti.
3. Tiffany Kentjana sebagai *Person In Charge* di *Wall Street English* Alam Sutera yang telah membantu peneliti dalam memberikan izin untuk melakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen *Wall Street English*
4. Seluruh konsumen *Wall Street English* Alam Sutera, yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam pengisian kuesioner.
5. Orang Tua dan Kakak kandung yang selalu menyemangati dan mendukung peneliti untuk menyelesaikan skripsi.

6. Sahabat terdekat peneliti Muhammad Nauval, Mira Elsy Nadia, David Adi Wicaksono, Adinda Permata Hati, Parahara Galih, Robi Gunawan Martinus, Stefanny Adeline yang selalu memberi dukungan pada peneliti.
7. Rekan-rekan mahasiswa UMN beserta rekan-rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan semangat dan dukungan pada peneliti.

Demikian skripsi ini peneliti susun dengan harapan dapat berguna dan bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca. Peneliti menyadari kekurangan dari segi penulisan ataupun kata-kata yang terucap. Maka dari itu peneliti menerima segala kritik dan saran guna menyempurnakan skripsi ini.

Tangerang, 22 Januari 2018

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Raka Raditya', written over a horizontal line.

Raka Raditya

ABSTRAK

Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Personal Consultant* Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen *Wall Street English* Alam Sutera

Oleh : Raka Raditya

Komunikasi interpersonal menjadi penting dalam suatu perusahaan yang mengandalkan komunikasi persuasi dalam pemasarannya. Dalam hal ini, perusahaan yang mengandalkan komunikasi persuasi adalah *Wall Street English*. Dalam proses mempersuasi calon konsumennya, kemampuan komunikasi persuasi dalam komunikasi interpersonal sangat diperlukan yang demi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian konsumennya. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh komunikasi interpersonal *personal consultant* terhadap pengambilan keputusan konsumen *wall street english* alam sutera ?

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep mengenai komunikasi persuasi dalam konteks komunikasi interpersonal. Selain itu adapun konsep komunikasi interpersonal yang terdiri dari dimensi keterbukaan (*openness*), kesetaraan (*equality*), sikap positif (*positiveness*), sikap mendukung (*supportiveness*), empati (*empathy*). Jenis penelitian bersifat eksplanatif dengan metode penelitian survei. Jumlah populasi sebanyak 312 konsumen dengan jumlah responden sebanyak 94 orang. Pengambilan sampel dilakukan melalui *simple random sampling* dengan mengambil 30% dari jumlah populasi. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Data di analisis dengan uji regresi linear sederhana.

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan pengaruh komunikasi interpersonal *personal consultant* terhadap keputusan pembelian konsumen *wall street english* alam sutera termasuk kategori kuat dengan nilai koefisien determinasi sebesar 67,3%. Maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal *personal consultant* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : Komunikasi interpersonal, komunikasi persuasi, keputusan pembelian

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ABSTRACT

The Effect of Interpersonal Communication of the Personal Consultant on Consumer's Purchase Decision of Wall Street English Alam Sutera

By : Raka Raditya

Interpersonal communication becomes important in a company that relies on persuasion communication. In this case, companies that rely on persuasion communication is Wall Street English. In the process of persuading prospective customers, required communication of persuasion refers to interpersonal communication so they can influence their prospective customer's purchasing decisions. Formulation of the problem in this research is there any influence of interpersonal communication of personal consultant for wall street english alam sutera's customer purchasing decisions?

As for the concept used in this research is the concept of persuasion is communication persuasion in the context of interpersonal communication. Moreover as for the concept of interpersonal communication that consists of the dimensions of openness, equality, positiveness, supportiveness, empathy. Type is an explanatory research with survey method. Total population of 312 customers with a number of respondents as many as 94 people. Sampling was done through simple random sampling with 30% from population. Data collection through questionnaires. Data were analyzed by simple linear regression test.

Simple linear regression test results indicate the effect of interpersonal communication of personal consultant for wall street english alam sutera's customer purchasing decisions is a strong category with a coefficient of determination of 67,3%. It can be concluded that interpersonal communication of personal consultant influence costumers on purchasing decisions.

Keywords : *communication persuasion, interpersonal communication, purchasing decision*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
BAB II	
KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Konsep dan Teori.....	11
2.2.1 Komunikasi Persuasi	11
2.2.2 Komunikasi interpersonal	13
2.2.3 Keputusan Pembelian	17
2.2 Kerangka Teoritis	24
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN.....	12
3.1 Sifat Penelitian.....	12
3.2 Metode Penelitian	13
3.3 Populasi & Sampel	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.5 Tahap Pengukuran Data.....	29
3.5.1 Definisi dan Operasionalisasi Konsep	35
3.5.2 Skala Pengukuran	32
3.6 Uji Instrumen	33
3.6.1 Uji Validitas.....	33
3.6.2 Uji Reliabilitas	35
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6 Uji Hipotesis	38

BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profile <i>Wall Street English</i>	40
4.2 Hasil Penelitian.....	41
4.2.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2.2 Komunikasi Interpersonal <i>Personal Consultant</i>	43
4.2.3 Keputusan Pembelian	49
4.3 Uji Hipotesis	55
4.2.1 Uji Regresi Linier Sederhana.....	55
4.3 Pembahasan	59
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran	41
5.2.1 Saran Akademis.....	66
4.2.2 Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
3.1 Operasionalisasi Konsep Variabel X.....	30
3.2 Operasionalisasi Konsep Variabel X.....	31
3.3 Skala Likert.....	33
3.4 Hasil Uji Validitas KMO Variable X.....	34
3.5 Hasil Uji Validitas KMO Variable Y.....	35
3.6 Tingkat Realibilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	36
3.7 Uji Reabilitas Variabel X.....	36
3.8 Uji Reabilitas Variabel X.....	37
3.9 Koefisien Regresi.....	39
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	42
4.2 Usia Responden.....	42
4.3 Keterbukaan (<i>openness</i>).....	44
4.4 Kesamaan (<i>equality</i>).....	45
4.5 Rasa Positif (<i>positiveness</i>).....	46
4.6 Dukungan (<i>supportiveness</i>).....	47
4.7 Empati (<i>emphaty</i>).....	48
4.8 Pengenalan Masalah.....	50
4.9 Pencarian Informasi.....	51
4.10 Evaluasi Alternatif.....	53
4.11 Pengambilan Keputusan.....	54
4.12 Koefisien Determinasi.....	56
4.13 Uji Anova.....	57
4.14 Uji Koefisien.....	58


 U M N
 U N I V E R S I T A S
 M U L T I M E D I A
 N U S A N T A R A