

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI LISAN DAN KEHUMASAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PLASTIK BB3 YOGYAKARTA**



Oleh:

Vicka Rizda Putrinda

17.96.0001

Dosen Pembimbing:

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.

NIK. 190302107

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

SKRIPSI

**PENGARUH KOMUNIKASI LISAN DAN KEHUMASAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PLASTIK BB3 YOGYAKARTA**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh:

Vicka Rizda Putrinda
17.96.0001

Dosen Pembimbing:

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KOMUNIKASI LISAN DAN KEHUMASAN TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO PLASTIK BB3 YOGYAKARTA**

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar

Sarjana Strata Satu (S1) pada program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas AMIKOM Yogyakarta

Diajukan oleh:

Vicka Rizda Putrinda
17.96.0001

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom
NIK. 190302125

Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng.
NIK. 190302107

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Vicka Rizda Putrinda
NIM : 17.96.0001
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas AMIKOM Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, [28 November 2020]

Yang Memberikan Pernyataan


Vicka Rizda Putrinda



NIM 17.96.0001

ABSTRAK

Komunikasi merupakan salah satu bentuk pengantar hubungan antar manusia dengan manusia lainnya. Komunikasi juga tidak hanya terjadi dalam ruang lingkup yang sempit, tetapi juga pada semua segi kehidupan, termasuk dunia perekonomian. Dalam konteks dunia usaha plastik, komunikasi lisan dan kehumasan berguna untuk memberikan pengetahuan kepada konsumen, mengubah sikap konsumen dan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Hasil dari komunikasi ini dapat berupa penilaian dari konsumen terhadap usaha itu sendiri, baik dari kualitas layanan, kelengkapan produk, harga dan lainnya. Penilaian yang dihasilkan merupakan penilaian personal atau subjektif dari konsumen yang pernah melakukan transaksi.

Tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa pengaruh komunikasi lisan Toko Plastik BB3 dalam menarik minat beli konsumen dan untuk mengetahui seberapa pengaruh kehumasan Toko Plastik BB3 dalam menarik minat beli konsumen. Diharapkan dapat memberikan wawasan, ide serta gagasan mengenai komunikasi pemasaran, serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis di bangku perkuliahan. Sebanyak 96 sampel yang dilibatkan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik kuesioner/angket.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menganalisa data dari kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, bahwa komunikasi lisan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli yang berarti semakin baik komunikasi lisan yang diberikan maka dapat meningkatkan minat beli di Toko Plastik BB3. Kehumasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli yang berarti semakin baik kehumasan yang diberikan maka dapat meningkatkan minat beli di Toko Plastik BB3.

Kata kunci : Komunikasi, Komunikasi lisan, Kehumasan, Minat Beli

ABSTRACT

Communication is one form of introductory connection to people from other human beings .Communication is not only occurs in scope narrow , but also at all facets of reality , including the world economy .In the context of the business world plastic , oral communication and public relations useful to give knowledge to consumers , change attitude consumers and give satisfaction to consumer .The result of this communication can be an assessment of business customers to itself , better than the quality of services , the product , prices and other .The resulting is the personal or subjective consumer ever transact .

Research purposes so they knew influence spoken communication at BB3 Plastic Store in attracting interest in buying consumers and so they knew public relations influence BB3 Plastic Store in attracting interest in buying consumers. Is expected to provide insight, ideas of marketing communications , as well as expected as a means of knowledge development theoretically in the lecture . About 96 sample involved in the study to use techniques the questionnaires.

This study used a quantitative approach and uses software spss to analyze the data from the questionnaires . Based on the research done that were analyzed , that spoken communication have had a positive impact on variables and significant interest in buying which means the better spoken communication given it can be interest BB3 Plastic Store buy at the store . Public relations have had a positive impact on variables and significant interest in buying which means the better public relations given it can be interest BB3 Plastic Store.

Key Words : *Communication, Communication Verbal, Public Relations, Purchase Intention*

KATA PENGANTAR

Assalamulaaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan penelitian ini dan tidak lupa kita panjatkan shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang telah menjadi suri tauladan yang baik bagi umatnya dan untuk berbuat kebajikan.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta. Selain itu juga merupakan suatu bukti bahwa mahasiswa telah menyelesaikan kuliah jenjang program Strata-1 dan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi

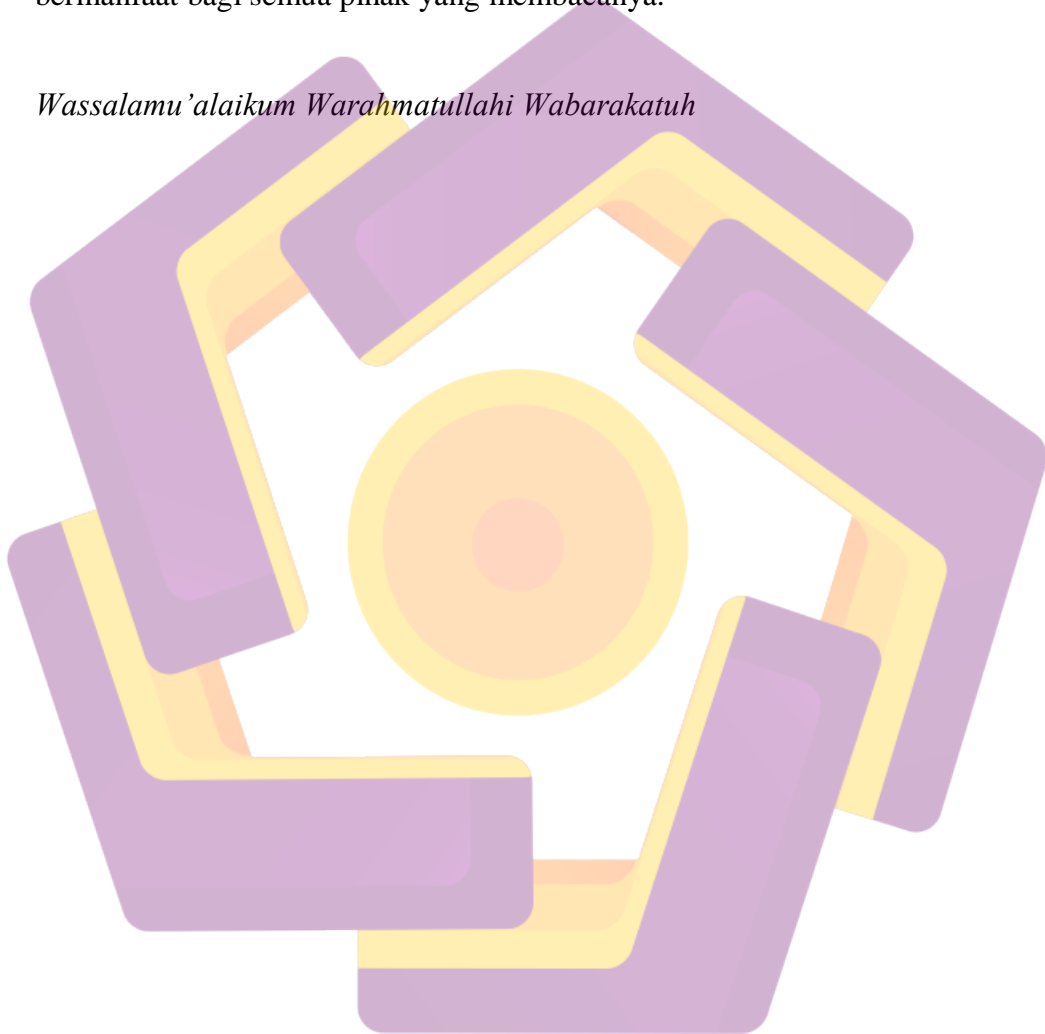
Penyusunan penelitian ini dapat selesai dengan lancar karena tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memudahkan dan melancarkan skripsi sampai dengan selesai
2. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM. selaku Rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
4. Bapak Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagai macam masukan dalam skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta yang telah banyak memberikan ilmunya selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberi berbagai macam bantuan baik secara dorongan doa,motivasi, moral dan materi.
7. Kakak-kakak saya yang telah mendukung dalam bentuk asupan jajanan agar kuat mengerjakan skripsi.

8. Isti, Densa, Gelar selaku sahabat yang telah menemani di perkuliahan.

Peneliti tentunya menyadari bahwa pengerjaan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada semua pihak agar dapat menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Peneliti harap penelitian dan skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



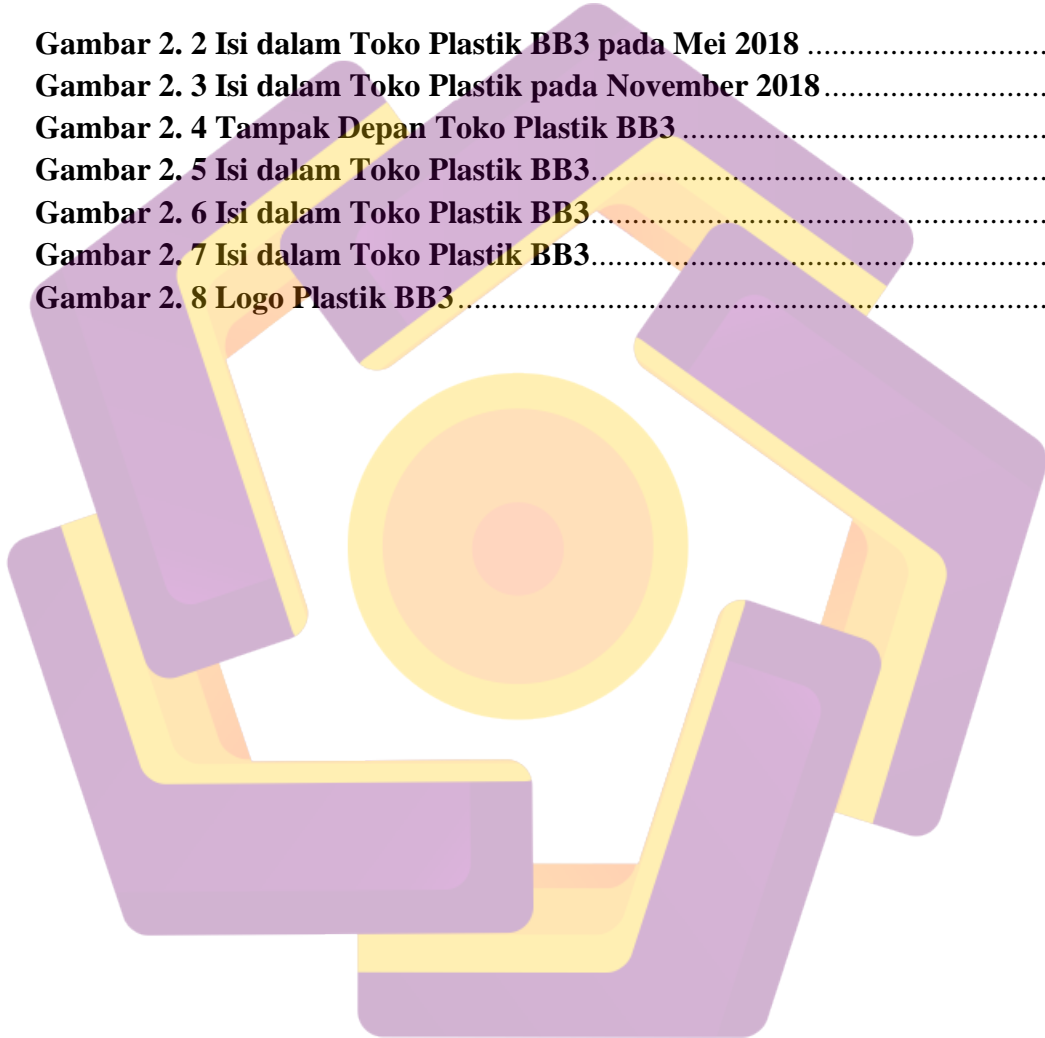
DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Rumusan Masalah	19
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	19
1.3.1 Tujuan Penelitian	19
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	19
1.4 Tinjauan Pustaka.....	20
1.4.1 Kajian Teori.....	21
1.5 Hipotesis Penelitian.....	27
1.6 Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	27
1.6.1 Definisi Konseptual.....	27
1.6.2 Definisi Operasional	29
1.7 Metode Penelitian	29
1.7.1 Jenis Penelitian	29
1.7.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	29
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data.....	30
1.7.4 Teknik Analisis Data	31
1.7.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	33

BAB II	34
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	34
2.1 Deskripsi Objek Penelitian Toko Plastik BB3	34
2.1.1 Produk Toko Plastik BB3	34
2.1.2 Sistem Perdagangan Toko Plastik BB3	35
2.1.3 Sejarah singkat Toko Plastik BB3	36
2.1.4 Logo Objek Penelitian	40
BAB III	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
3.1 Temuan Penelitian	41
3.1.1 Deskripsi Data Penelitian	41
3.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	42
3.1.3 Analisis Deskriptif Statistik	52
3.2 Pembahasan	61
BAB IV	65
PENUTUP	65
4.1 Kesimpulan	65
4.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
DAFTAR <i>CURRICULUM VITAE</i>	70
LAMPIRAN	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengunjung Toko Plastik BB3 bulan Mei 2018 - Oktober 2020.....	17
Gambar 1. 2 Tahap-tahap Proses Minat Beli sampai Keputusan Pembelian	26
Gambar 1. 3 Hipotesis Penelitian	27
Gambar 2. 1 Struktur saluran distribusi	35
Gambar 2. 2 Isi dalam Toko Plastik BB3 pada Mei 2018	36
Gambar 2. 3 Isi dalam Toko Plastik pada November 2018.....	37
Gambar 2. 4 Tampak Depan Toko Plastik BB3	38
Gambar 2. 5 Isi dalam Toko Plastik BB3.....	38
Gambar 2. 6 Isi dalam Toko Plastik BB3.....	39
Gambar 2. 7 Isi dalam Toko Plastik BB3.....	39
Gambar 2. 8 Logo Plastik BB3.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis penelitian kajian pustaka	21
Tabel 1. 2 Karakteristik Utama Bauran Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	23
Tabel 1. 3 Definisi Konseptual.....	28
Tabel 1. 4 Waktu Kegiatan.....	33
Tabel 2. 1 Barang yang dijual di Toko Plastik BB3.....	34
Tabel 3. 1 Karakteristik Demografi Responden	41
Tabel 3. 2 Pihak Toko Plastik BB3 sudah berkomunikasi dengan baik kepada pembeli	42
Tabel 3. 3 Pihak Toko Plastik BB3 sudah menggunakan tata bahasa yang baik kepada pembeli	43
Tabel 3. 4 Pihak Toko Plastik BB3 menggunakan nada bicara yang sopan kepada pembeli	44
Tabel 3. 5 Pihak Toko Plastik BB3 menyampaikan informasi produk yang mudah dipahami	44
Tabel 3. 6 Pihak Toko Plastik BB3 berusaha selalu mengucapkan kata “terima kasih” setelah transaksi	45
Tabel 3. 7 Pihak Toko Plastik BB3 sudah menyambut kedatangan pembeli dengan baik.....	46
Tabel 3. 8 Pihak Toko Plastik BB3 menanyakan kebutuhan plastik yang pembeli inginkan.....	47
Tabel 3. 9 Pihak Toko Plastik BB3 menjelaskan informasi produk saat pembeli bertanya	47
Tabel 3. 10 Pihak Toko Plastik BB3 bersikap ramah dalam melayani pembeli	48
Tabel 3. 11 Hubungan sudah terjalin yang baik antara Pihak Toko Plastik BB3 dan pembeli	49
Tabel 3. 12 Anda ingin mencari informasi seputar produk yang dijual di Toko Plastik BB3	49
Tabel 3. 13 Anda tertarik untuk membeli produk yang dijual di Toko Plastik BB3 karena faktor: harga, kelengkapan, lokasi dan keramahan pelayanan. 50	
Tabel 3. 14 Anda berniat akan berbelanja di Toko Plastik BB3.....	51
Tabel 3. 15 Anda mempertimbangkan untuk membeli produk di Toko Plastik BB3 karena faktor diatas	51
Tabel 3. 16 Anda akan memutuskan membeli produk-produk yang dijual di Toko Plastik BB3	52
Tabel 3. 17 Hasil Distribusi Variabel Komunikasi Lisan (X1).....	53

Tabel 3. 18 Hasil Distribusi Variabel Kehumasan (X2)	54
Tabel 3. 19 Hasil Distribusi Variabel Minat Beli (Y)	55
Tabel 3. 20 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov	55
Tabel 3. 21 Uji Koefisien Korelasi Pearson Correlation	56
Tabel 3. 22 Hasil Uji Validitas	56
Tabel 3. 23 Analisis Faktor Komunikasi Lisan	57
Tabel 3. 24 Analisis Faktor Kehumasan	57
Tabel 3. 25 Analisis Faktor Minat Beli	58
Tabel 3. 26 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 3. 27 Hasil Uji Regresi Berganda	59
Tabel 3. 28 Hasil Uji Hipotesis T (Variabel X terhadap Y)	60
Tabel 3. 29 Hasil Uji Hipotesis T (Variabel X terhadap Y)	61
Tabel 3. 30 Hasil Uji Koefisien Penentu (Determinasi)	61

