

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL JIMS HONEY YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**Anna Maria Ranolat**

**20.96.1827**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL JIMS HONEY YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**Anna Maria Ranolat**

**20.96.1827**

**PROGRAM SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL JIMS HONEY  
YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Anna Maria Ranolat  
20.96.1827

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 14 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



Riski Damastuti, S.Sos., M.A  
NIK. 190302475

**LEMBAR PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL JIMS HONEY YOGYAKARTA  
DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Anna Maria Ranolat  
20.96.1287**

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji  
pada 14 Agustus 2024

**Nama Penguji**

Rr. Pramesti Ratnaningtyas, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302476

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, M.I.Kom  
NIK. 190302437

Riski Damastuti, S.Sos., M.A.  
NIK. 190302475

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
(14 Agustus 2024)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

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



### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 14 Juli 2024



Anna Maria Ranolat

NIM. 20.96.1928

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Strategi Komunikasi Interpersonal Jims Honey Yogyakarta dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Riski Damastuti, S.Sos., M.A selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang dengan sabar selalu membimbing dan meluangkan waktu, tenaga serta pikiran hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
4. Jims Honey Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data, serta memberikan informasi yang diperlukan untuk mendukung pelaksanaan penelitian.
5. Kepada kedua orang tua, Bonefasius Ranolat dan Deliana Ranolat/Masela yang telah menjadi sumber inspirasi dan dukungan terbesar dalam hidup penulis. Papa dan Mama, terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan, dan doa yang tiada henti.
6. Okhan, Hans, Erwin, Stivox selaku saudara-saudara laki-laki penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyelesaian skripsi ini. Serta motivasi bagi penulis untuk terus belajar dan berusaha lebih baik.
7. Queen, Ayu, Ziza, Beny, Aldric, Benroy selaku keponakan penulis yang telah menjadi penyemangat selama proses penulisan skripsi.
8. Yohana Uwuratuw dan Lukas Uwuratuw selaku saudara/adik/kakak yang selalu mendampingi, membantu dan memberikan semangat dan motivasi dalam proses penulisan skripsi.
9. Kepada kakak ipar yang telah menjadi saudara namun tak sedarah dr. Dianchrisyani Sapulette terimakasih untuk cinta, waktu, semangat yang selalu penulis dapatkan dalam proses penulisan skripsi hingga selesai.
10. Kepada sahabat tercinta, Tasya Firmansyah Imanuella Siahaya yang telah berpulang. Meskipun tidak lagi bersama, kenangan dan dukunganmu selama ini akan selalu terpatrit dalam hati penulis.
11. Last but not least, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seseorang yang sangat berarti dalam hidup penulis, meskipun tidak dapat menyebutkan namanya. Dukungan dan motivasi yang diberikan selama proses penyelesaian skripsi ini sangat membantu penulis dalam menghadapi berbagai tantangan.

Yogyakarta, 14 Juli 2024

Anna Maria Ranolat

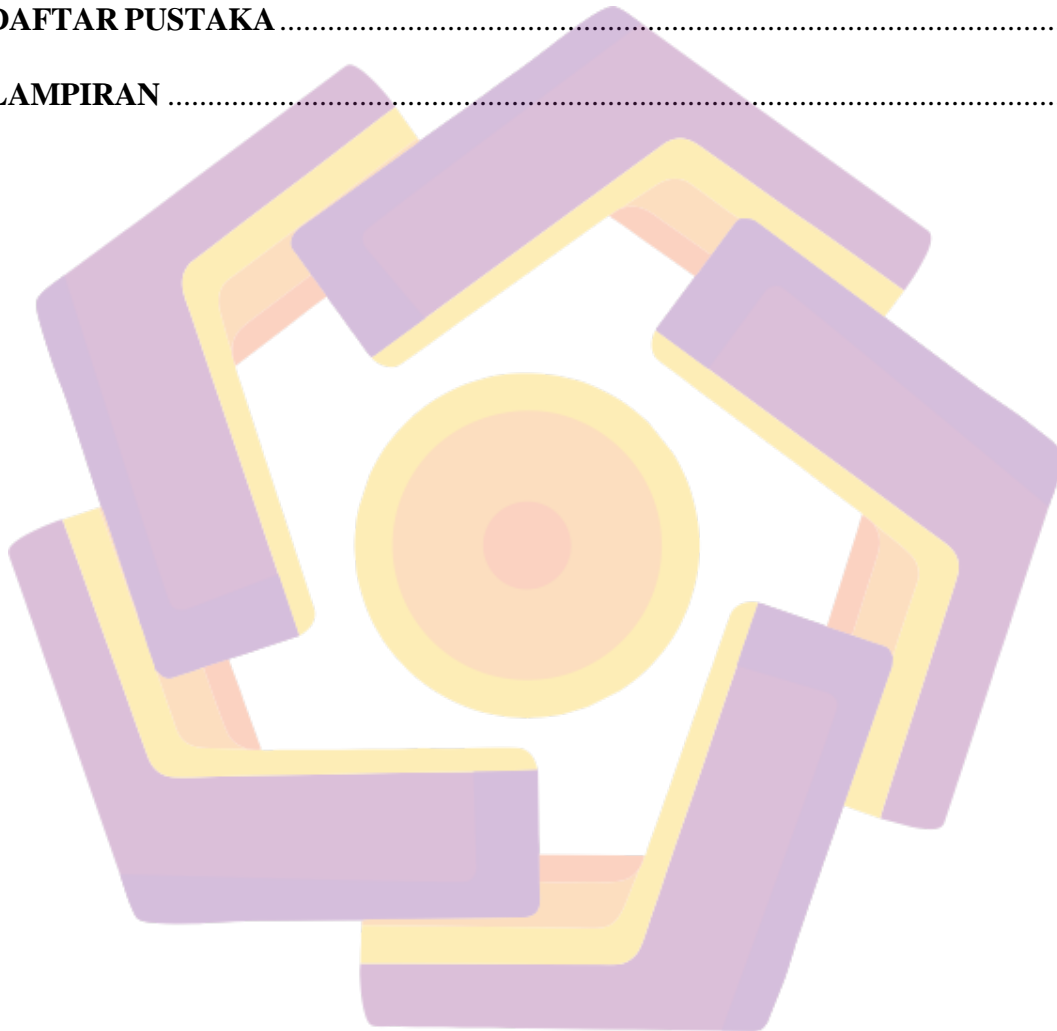
## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>x</b>
<b>Abstrak (Bahasa Indonesia)</b> .....	<b>xi</b>
<b>Abstract (Bahasa Inggris)</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
11.1 .....	<b>L</b>
atar Belakang .....	<b>1</b>
11.2 .....	<b>R</b>
umusan Masalah .....	<b>6</b>
11.3 .....	<b>T</b>
ujuan Penelitian .....	<b>6</b>
11.4 .....	<b>M</b>
manfaat Penelitian .....	<b>6</b>
11.5 .....	<b>B</b>
atasan Masalah .....	<b>6</b>
11.6 .....	<b>S</b>
istematika Bab .....	<b>7</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	<b>9</b>
2.2 Landasan Teori .....	<b>13</b>
2.2.1 Komunikasi Interpersonal .....	<b>13</b>
2.2.1.1 Strategi Komunikasi Interpersonal .....	<b>15</b>
2.2.1.2 Elemen-Element Komunikasi Interperonal.....	<b>16</b>
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	<b>18</b>
2.2.2 Komunikasi Persuasif .....	<b>19</b>
2.2.2 Minat Beli .....	<b>21</b>

2.3 Kerangka Berfikir.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian.....	25
3.3. Subjek dan Objek Penelitian .....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.4 Data dan Sumber Data.....	28
3.3 Lokasi/Tempat Penelitian .....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	29
3.7 Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	30
<b>BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
4.1 Profil Informan.....	31
4.2 Temuan Penelitian .....	32
4.2.1 Sumber-Penerima.....	34
4.2.2 Enkoding - Dekoding.....	34
4.2.3 Kompetensi Komunikasi.....	35
4.2.4 Pesan dan Saluran .....	35
4.2.5 Umpan Balik dan Umpan Maju .....	36
4.2.6 Gangguan.....	36
4.2.7 Efek Komunikasi .....	37
4.2.8 Etik dan Kebebebasan Memilih.....	37
4.3 Komunikasi Persuasif.....	38
4.3.1 Mengubah dan Memperkuat Keyakinan (Believe) serta Sikap (Attitude). 38	
4.3.2 Mendorong untuk Memiliki Tingkah laku (Behaviour).....	39
4.4 Pembahasan.....	39
4.4.1 Keterbukaan ( <i>Openness</i> ).....	39
4.4.2 Empati ( <i>Empathy</i> ).....	40
4.4.3 Sikap Mendukung ( <i>Supportiveness</i> ) .....	42
4.4.4 Sikap Positif ( <i>Positiviness</i> ) .....	44
4.4.5 Kesetaraan ( <i>Equality</i> ).....	44
4.5 Aspek-Aspek Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen .....	45
4.5.1 Perhatian ( <i>Attention</i> ) .....	45

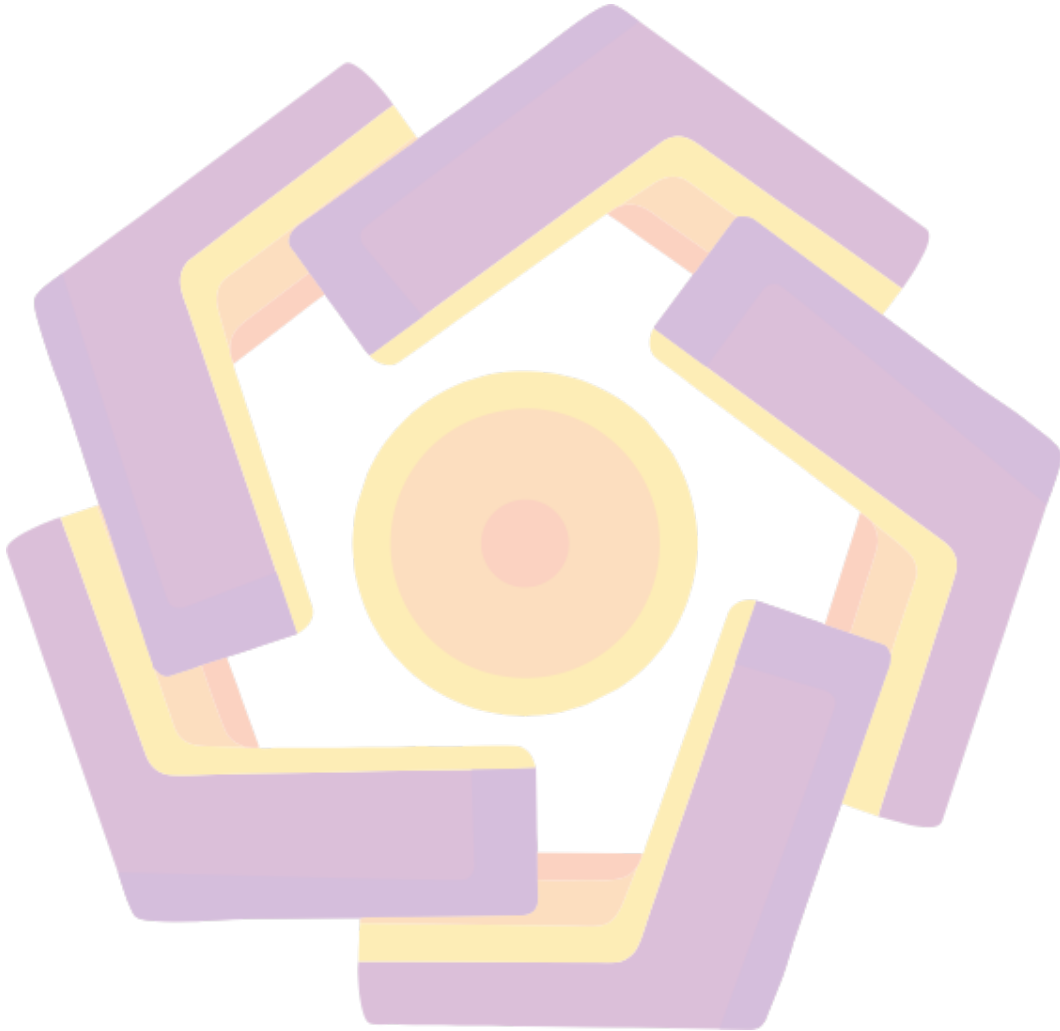


4.5.2 Ketertarikan ( <i>Interest</i> ).....	46
4.5.3 Keinginan ( <i>Desire</i> ) .....	46
4.5.4 Tindakan ( <i>Action</i> ) .....	46
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>48</b>
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>51</b>



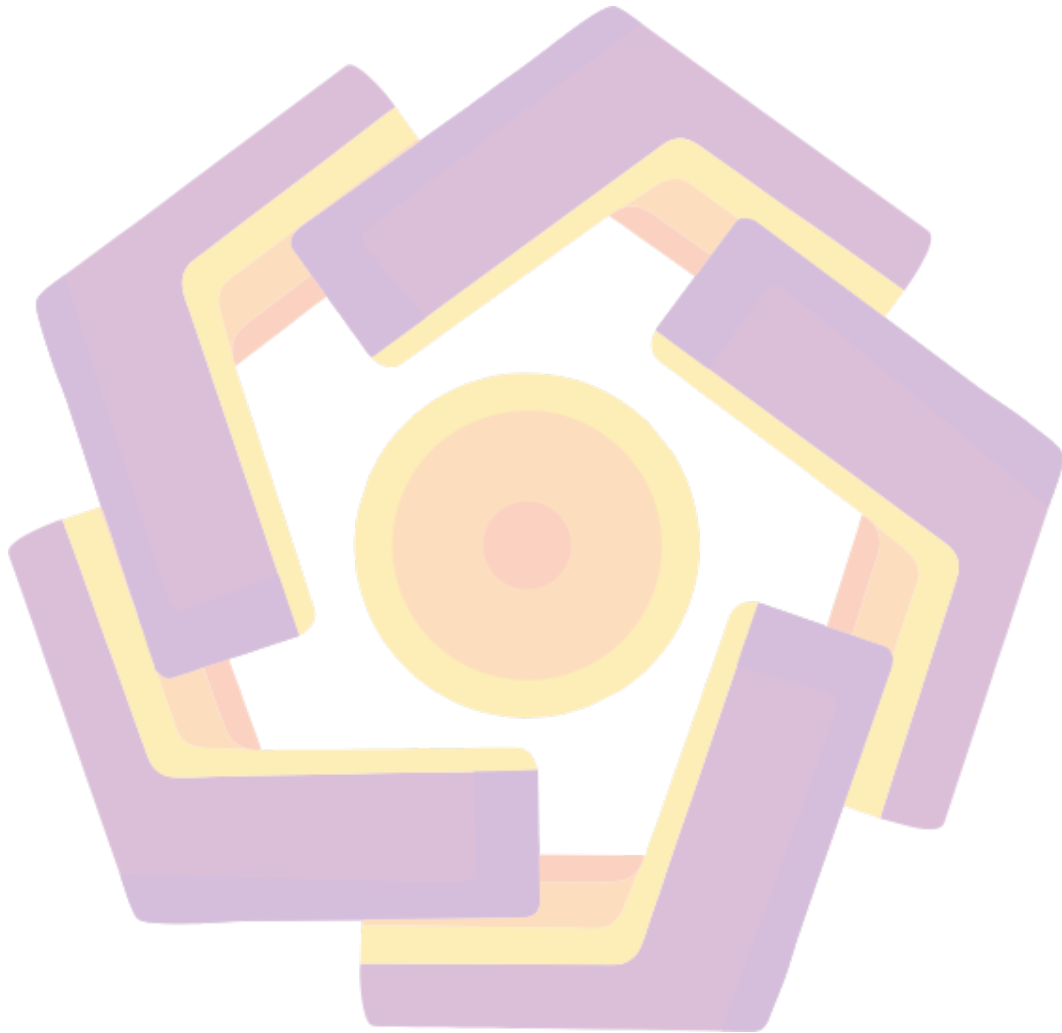
## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	9
---------------------------------------	---



**DAFTAR GAMBAR**

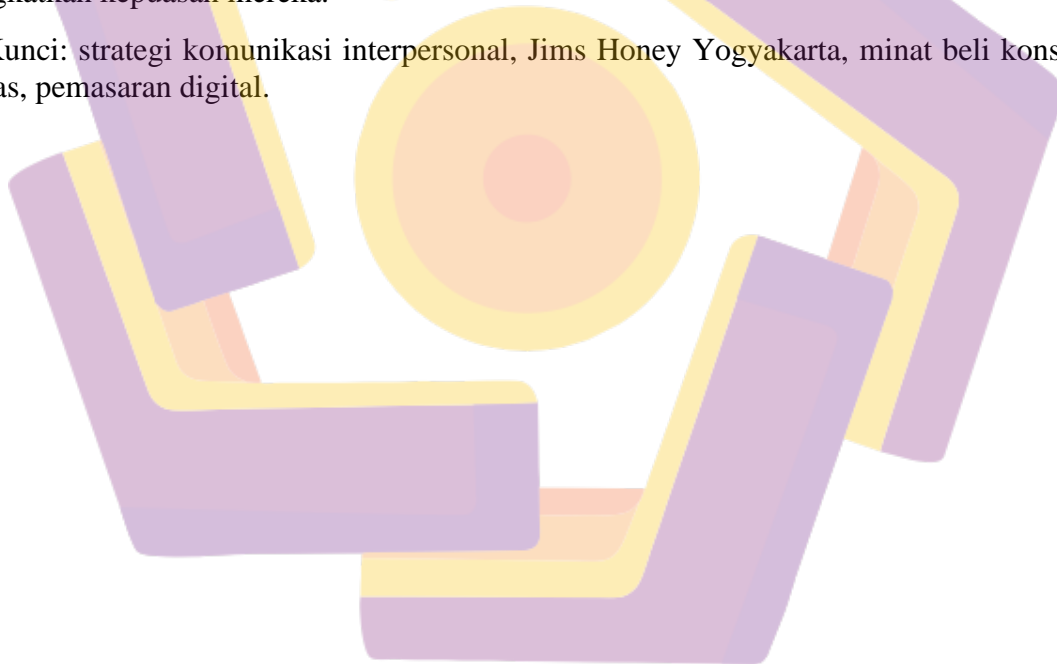
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian..... 23



## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh Jims Honey Yogyakarta dalam meningkatkan minat beli konsumen. Dengan pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan karyawan dan pelanggan, serta observasi langsung terhadap interaksi yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Jims Honey Yogyakarta mengimplementasikan beberapa strategi kunci yang efektif. Salah satunya adalah pendekatan personal dalam pelayanan, di mana karyawan berusaha memberikan pengalaman unik kepada setiap pelanggan. Selain itu, penggunaan media sosial juga menjadi penting dalam berinteraksi dengan pelanggan, memungkinkan perusahaan membangun hubungan yang lebih dekat dan responsif. Penyelenggaraan acara komunitas yang melibatkan konsumen semakin memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Hasil menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dalam menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen mampu meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang baik berkontribusi signifikan terhadap peningkatan minat beli konsumen, mendukung pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Rekomendasi bagi Jims Honey Yogyakarta dan pelaku usaha lainnya adalah untuk terus memperkuat interaksi personal dan memanfaatkan teknologi digital dalam strategi pemasaran mereka agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Kata Kunci: strategi komunikasi interpersonal, Jims Honey Yogyakarta, minat beli konsumen, , loyalitas, pemasaran digital.



## Abstract

*This study aims to analyze the interpersonal communication strategies implemented by Jims Honey Yogyakarta to enhance consumer purchase interest. Using a qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with employees and customers, as well as direct observations of interactions that occurred. The results show that Jims Honey Yogyakarta implements several effective key strategies. One of them is a personal approach in service, where employees strive to provide a unique experience for each customer. Additionally, the use of social media has become crucial in interacting with customers, allowing the company to build closer and more responsive relationships. Organizing community events that involve consumers further strengthens their loyalty to the brand. The findings indicate that effective communication in addressing consumer needs and desires can enhance customer trust and loyalty. This study concludes that good interpersonal communication strategies significantly contribute to increasing consumer purchase interest, supporting overall business growth. Recommendations for Jims Honey Yogyakarta and other business players are to continue strengthening personal interactions and to leverage digital technology in their marketing strategies to reach more customers and improve their satisfaction.*

*Keywords: interpersonal communication strategies, Jims Honey Yogyakarta, consumer purchase interest, loyalty, digital marketing.*

