

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

Tugas Akhir dengan judul “KUALITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL SALES PERSON DALAM MENJALIN HUBUNGAN DENGAN PEMBELI PADA SHOWROOM IMMANUEL MOTOR TULUNGAGUNG” ini ditunjukkan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Tanpa bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan dengan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu:

- 1) Tuhan Yang Maha Esa.
- 2) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
- 3) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 4) Drs. Roy R. Rondonuwu, Dipl.-Inf, M.Lib. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, informasi, serta kritik dan saran bagi peneliti.

- 5) Keluarga yang selalu mendukung dari awal hingga akhir sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
- 6) Segenap dosen Ilmu Komunikasi dan Staff Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan atas semua bantuan yang diberikan kepada peneliti.
- 7) Juga kepada teman akrab, Soni Satiaji, Jesica Giovani, Anita Oktari yang selalu mendukung, memberi semangat, dan perhatian kepada penulis selama membuat laporan tugas akhir dan juga teman-teman lain yang ikut mendukung.
- 8) Pihak lain yang namanya tidak disebutkan satu persatu yang juga turut dalam mendukung peneliti.

Akhir kata peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, peneliti memerlukan kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi peneliti. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 16 Februari 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSYARATAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2. Manfaat Praktis	10
1.6. Sistematika Penulisan	11
BAB II OBJEK PENELITIAN	13
2.1. Visi dan Misi SIM.....	13
2.2. Logo	15
2.3. Struktur Organisasi	16
2.4. Lokasi Penelitian.....	19
2.5. Sejarah SIM.....	19
2.6. Fungsi, Tugas dan strategi Sales Person SIM.....	20
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	28
3.1. Komunikasi	28
3.1.1. Teori Komunikasi	28
3.1.2. Proses Komunikasi.....	29
3.2. Teori Komunikasi Interpersonal	32
3.2.1. Pengertian Komunikasi Interpersonal	32
3.2.2. Komponen-komponen Komunikasi Interpersonal ...	32
3.2.3. Tujuan Komunikasi Interpersonal.....	36
3.3. Komunikasi Pemasaran.....	36
3.3.1. Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	36

3.3.2.	Proses Komunikasi Pemasaran	37
3.4.	Efektivitas Komunikasi.....	39
3.5.	Sales Person	44
3.5.1.	Pengertian Sales Person	44
3.5.2.	Fungsi Sales Person	47
3.5.3.	Karakteristik Sales Person	48
3.6.	Kerangka Pemikiran.....	56
BAB IV	METODOLOGI PENELITIAN	60
4.1.	Metode Penelitian	60
4.2.	Metode Pengumpulan Data.....	62
4.3.	Metode Pengujian Data.....	67
4.4.	Metode Analisis Data.....	69
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
5.1.	Komunikasi Interpersonal Sales Person.....	71
5.1.1.	Keterbukaan	71
5.1.2.	Empati	74
5.1.3.	Supportiveness	77
5.1.4.	Bersifat Positif (Positiveness).....	80
5.1.5.	Kesetaraan (Equality).....	83
5.2.	Komunikasi Interpersonal Pembeli.....	85
5.2.1.	Keterbukaan	85
5.2.2.	Empati	88
5.2.3.	Supportiveness	90
5.2.4.	Bersifat Positif (Positiveness).....	89
5.2.5.	Kesetaraan (Equality).....	95
5.3.	Kualitas Komunikasi Interpersonal Sales Person, Pembeli dan Calon Pembeli	97
5.4.	Pembahasan.....	99
BAB VI	SIMPULAN DAN SARAN.....	103
6.1.	Kesimpulan	103
6.2.	Saran.....	103

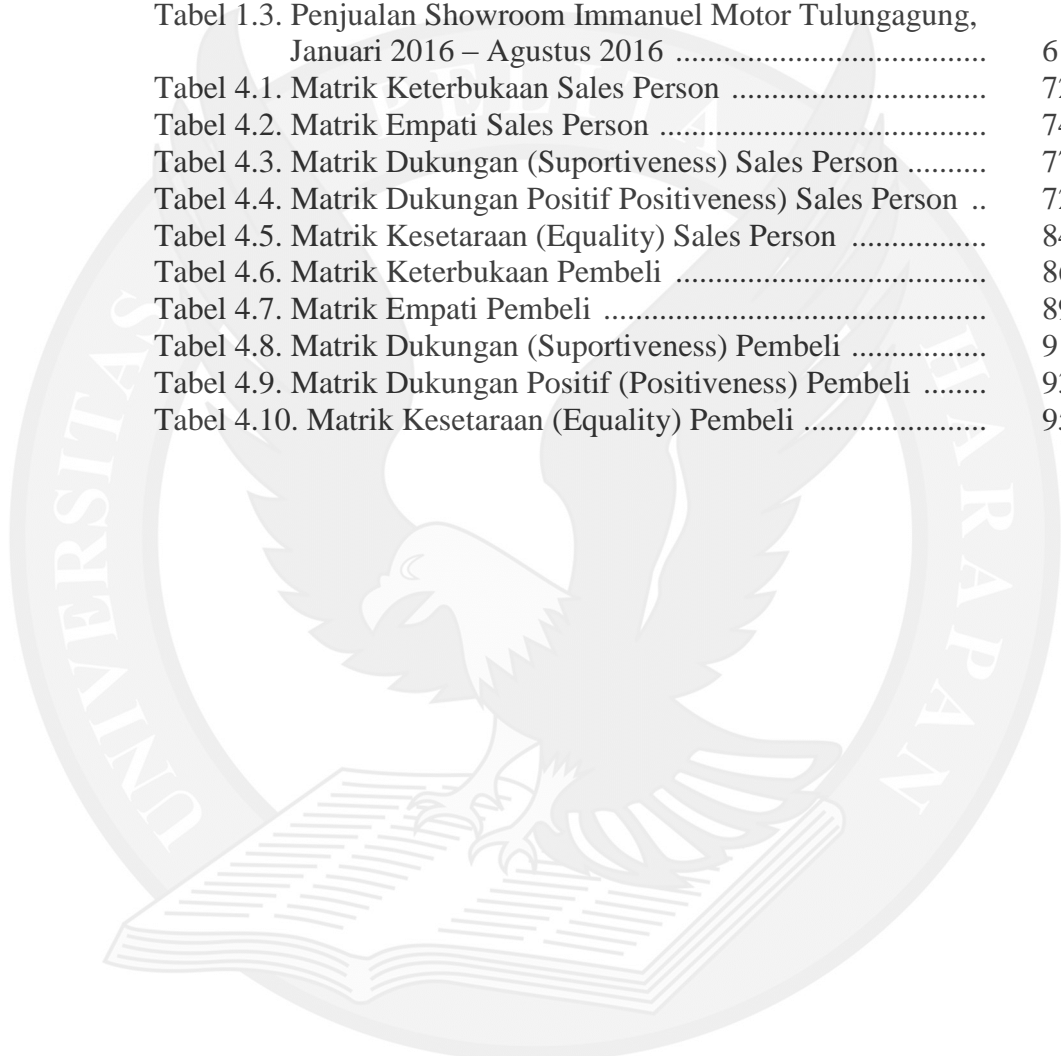
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo SIM	16
Gambar 2.2. Struktur Organisasi SIM	17
Gambar 2.3. Peta Lokasi Penelitian	19
Gambar 3.1. Proses Komunikasi Pemasaran	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penjualan Showroom Immanuel Motor Tulungagung, 2011-2015	5
Tabel 1.2. Penjualan Showroom Immanuel Motor Tulungagung, Januari 2016 – Agustus 2016	6
Tabel 1.3. Penjualan Showroom Immanuel Motor Tulungagung, Januari 2016 – Agustus 2016	6
Tabel 4.1. Matrik Keterbukaan Sales Person	72
Tabel 4.2. Matrik Empati Sales Person	74
Tabel 4.3. Matrik Dukungan (Suportiveness) Sales Person	77
Tabel 4.4. Matrik Dukungan Positif (Positiveness) Sales Person ..	72
Tabel 4.5. Matrik Kesetaraan (Equality) Sales Person	84
Tabel 4.6. Matrik Keterbukaan Pembeli	86
Tabel 4.7. Matrik Empati Pembeli	89
Tabel 4.8. Matrik Dukungan (Suportiveness) Pembeli	91
Tabel 4.9. Matrik Dukungan Positif (Positiveness) Pembeli	93
Tabel 4.10. Matrik Kesetaraan (Equality) Pembeli	95



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A

Surat Permohonan izin Melakukan Penelitian	A-1
Surat Keterangan Melakukan Penelitian	A-2
Lembar Mentoring Bimbingan Tugas Akhir	A-3

Lampiran B

Transkrip Wawancara Dengan Pemilik SIM	B-1
Transkrip Wawancara Dengan Sales Person 1	B-7
Transkrip Wawancara Dengan Sales Person 2	B-12
Transkrip Wawancara Dengan Pembeli 1	B-18
Transkrip Wawancara Dengan Pembeli 2	B-23

