



**Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan
Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan
Pembelian Honda City di Kota Semarang**

Skripsi

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata 1

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Penyusun

Nama : Firdaus Irfan Harish

NIM : 14030113130065

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2017

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Firdaus Irfan Harish
NIM : 14030113130065
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul :

Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Oktober 2017

Pembuat Pernyataan,

Firdaus Irfan Harish

NIM. 14030113130065

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang

Nama Penyusun : Firdaus Irfan Harish


NIM : 14030113130065

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 10 Oktober 2017


Pembantu Dekan 1 Bidang Akademis


Dr. Sunarta, M.Si
NIP.19660727.199203.1.001


Dr. Hedi Pudjo Santoso
NIP.19610510.198902.1.002


Dosen Pembimbing :

1. Dra. Hj. Sri Widowati Herieningsih, MS



(.....)

Dosen Penguji :

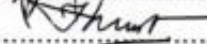
1. Drs. Tandiyono Pradekso, M.Sc


(.....)

2. Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom


(.....)

3. Dra. Hj. Sri Widowati Herieningsih, MS


(.....)

HALAMAN MOTTO

“ Live life to express, not to impress”

“Don’t strive to make your presence noticed, just make your absence felt”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas berkah dan rahmat serta perlindungannya selama ini, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
2. Untuk papah dan mamah yang telah menjadi orang tua terbaik bagi penulis, dan juga mas alif untuk memberikan motivasi, pelajaran hidup, semangat dan tujuan sehingga penulis mampu menyelesaikan jenjang pendidikan hingga strata 1 dan juga kesabaran tiada henti selama proses penyusunan skripsi, mereka tidak menekan penulis untuk cepat menyelesaikan terimakasih pah, mah!
3. Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro sekaligus dosen wali yang memberikan masukan dan nasihat perkuliahan selama ini.
4. Dr. Hapsari Dwiningtyas Sulistyani, M.A. selaku ketua Departemen S1 Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Diponegoro
5. Dra. Hj. Sri Widowati Herieningsih, MS selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih ibu atas kesabaran dan dedikasinya telah menuntun

penulis selama setahun ini dalam menyusun skripsi, kesabaran ibu menuntun setiap hari sangat berdampak besar bagi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc dan Muhammad Bayu Widagdo, S.Sos, M.I.Kom. selaku dosen penguji skripsi. Terima kasih Mas Tan dan Mas Bayu yang sudah memberikan masukan, waktu dan bimbinganya yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada teman teman kontrakan 7b Bowo, Ais dan Richie terimakasih untuk waktu, canda tawa selama empat semester awal menemani penulis di perantauan baru
8. Untuk sahabat sahabat terbaikku kontrakan Jati Raya, Coco, Upin dan Chandra, terimakasih untuk bimbingan kalian, canda tawa kasih sayang kalian sangat berarti
9. Untuk mata merah (Lutfi, Kenneth, chandra, Sam, Adam, Ardi, Coco, , terimakasih sudah menemani penulis selama masa masa perkuliahan di semarang !!
10. Keluarga besar UKM Menembak Undip dan BPH periode 2015/2016, terimakasih sudah memberikan pengalaman luar biasa bagi penulis dalam hal berorganisasi dan terimakasih untuk kerja samanya selama ini!
11. Teman-teman Kirdun Skwad (Annisa, Ratih, Vano, Eni, Putri, Ardhia dan Faris dan Dhani), terimakasih untuk waktu waktu bodoh yang kita habiskan bersama, terimakasih untuk pelajaran yang baik maupun yang buruk yang kalia ajarkan kepada saya

12. Teman-Teman 10 Hektar (Nussy, Septia, Bikki, Bobby, Andy, Anggi, Ian, dan Chelsea), terimakasih teman atas semua dukungan, doa, canda dan tawa yang selama ini diberikan pada penulis.
13. Teman-teman KKN Kalisidi terimakasih sudah menjadikan masa masa KKN penulis menjadi menyenangkan dan merasa mempunyai keluarga baru disana
14. Keluarga besar telkomsel regional Jateng/DIY terlebih team Corporate Communication mas yoyo dan mas tito yang sudah memberikan pengalaman dan ilmu di bidang corcom yang sangat berharga
15. Keluarga besar Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro Fisip Undip 2013. Terima kasih untuk pelajaran, pengalaman, kebersamaan, pertemanan dan cinta selama ini.
16. Tiara Ayunandita, *The most powerfull person for me*, terimakasih untuk segala sesuatu yang sudah diberikan untuk penulis, terimakasih untuk kesabaran, bimbingan, cinta, kasih sayang, perhatian, canda tawa maupun sedih dan telah dilalui bersama penulis selama dari awal perkuliahan hingga sekarang, dan terimakasih untuk doa dan support tiada henti sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini

ABSTRAK

Judul Skripsi : Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City
Nama : Firdaus Irfan Harish
NIM : 14030113130065

Persaingan industri roda empat membutuhkan peran tenaga penjual yang berkompeten dalam berkomunikasi sehingga mampu mempersuasi calon konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, selain itu terpaan informasi yang diberikan media baru seperti saluran Youtube Autonetmagz dianggap dapat mempengaruhi calon konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap Honda City.

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan kompetensi komunikasi tenaga penjual dan terpaan informasi saluran Youtube Autonetmagz dengan keputusan pembelian Honda City, dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dan teknik *accidental sampling*, dengan populasi sample yang diambil sebanyak 50 orang responden warga kota Semarang dengan ketentuan pernah berkomunikasi dengan tenaga penjual Honda dan juga pernah menonton saluran Autonetmagz

Hasil uji hipotesis pertama diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kompetensi komunikasi tenaga penjual dengan variabel keputusan pembelian Honda City di Kota Semarang, Dengan menggunakan *speech act theories* dapat dibuktikan melalui analisis korelasi Kendall's Tau menghasilkan angka signifikansi sebesar 0.003 atau dinyatakan sangat signifikan dan nilai koefisien korelasi sebesar 0.377 dimana koefisien korelasi bernilai 0.26 sampai 0.50 dinyatakan memiliki korelasi keeratan cukup.

Sementara itu pada hipotesis kedua diketahui bahwa terdapat hubungan positif antara variabel terpaan informasi saluran Youtube Autonetmagz dengan variabel keputusan pembelian Honda City di Kota Semarang, dengan menggunakan teori *new media* dapat dibuktikan melalui analisis korelasi Kendall's Tau menghasilkan angka signifikansi sebesar 0.000 dinyatakan sangat signifikan dan nilai koefisien korelasi sebesar 0.435 dimana koefisien korelasi bernilai 0.26 sampai 0.50 dinyatakan memiliki korelasi keeratan yang cukup.

Kata kunci : kompetensi komunikasi ; terpaan informasi ; keputusan pembelian : penjualan

ABSTRACT

Judul Skripsi : The Relations Between Communication Competence of Salesman and Information Exposure from Autonetmagz Youtube Channel with Buying Decision of Honda City in Semarang City
Nama : Firdaus Irfan Harish
NIM : 14030113130065

The four-wheeled industry competition requires salesperson roles who is competent in communicating to persuade prospective consumers to do the purchasing decision, besides exposure to information that was provided to new media as a channel YouTube Autonetmagz considered could affect prospective consumers do purchase decisions against the Honda City.

This research aims to proofing the relationship of communication competence of salespeople and exposure information Autonetmagz Youtube Channel with the purchasing decision of Honda City, using non-probability sampling techniques and accidental sampling technuques, with a population of sample taken as many as 50 people respondents townspeople semarang with the provisions ever communicate with Honda salespeople and had also been watching the channels Autonetmagz

The first hypothesis test results it is known that there is a positive relationship between the variable competence communication salespeople with variable purchasing decisions of Honda City in the city of Semarang, With use speech act theories can be proven through analysis of Kendall's Tau correlation produce, numbers of significance of 0.003 or revealed highly significant correlation coefficients and value of the correlation coefficient in which the value 0377 0.26 to 0.50 stated has a close correlation enough. Meanwhile on the second hypothesis in mind that there is a positive relationship between the variable information terapan Autonetmagz Youtube Channel with variable purchasing decisions of Honda City in the city of Semarang, with with new media theory can be proven through the analysis of correlation Kendall's Tau produce numbers of significance of 0.000 revealed highly significant correlation coefficients and values of correlation coefficients where 0435 worth 0.26 to 0.50 stated has a close correlation enough.

Key word: competence communication, information exposure, buying decision, sales

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang

Ketatnya persaingan bisnis industri roda empat membuat Honda menggunakan strategi tenaga penjual untuk menjual produk otomotif roda empat dimana salah satu produknya adalah Honda City, untuk itu dibutuhkan tingkat kompetensi komunikasi yang baik oleh tenaga penjual, selain itu terpaan informasi yang diberikan saluran Youtube Autonetmagz dianggap dapat mempengaruhi calon konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap Honda City.

Skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab pertama menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan serta landasan teori penelitian. Bab kedua berisikan gambaran umum dan deskripsi hasil penelitian berdasarkan data yang didapatkan dari responden melalui kuesioner, bab ketiga terdiri dari hasil uji hipotesis menggunakan analisis korelasi kendall's tau dan signifikansi penelitian yang didapat untuk membuktikan teori yang digunakan dalam penelitian. Bab keempat menutup hasil penelitian dengan kesimpulan yang didapat serta memberikan saran untuk seluruh pihak yang terkait dalam penelitian kali ini

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, adanya kritik dan saran yang bersifat membangun tentu akan selalu penulis hargai. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, 25 Oktober 2017

Firdaus Ifan Harish
Nim 14030113130065

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR DIAGRAM.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan	13
1.4 Signifikansi Penelitian	13
1.4.1 Signifikansi Akademis	13
1.4.2 Signifikansi Praktis	13
1.4.3 Signifikansi Sosial	14
1.5 Kerangka Teori	14
1.5.1 Paradigma Penelitian	14
1.5.1 State of the Art	14
1.5.2 Kompetensi Komunikasi	17
1.5.3 Terpaan Informasi Saluran Youtube	20
1.5.4 Keputusan Pembelian	21
1.5.5 Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dengan Keputusan Pembelian Honda City	22
1.5.6 Hubungan Terpaan Informasi saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City	23
1.6 Hipotesis.....	24
1.7 Definisi Konseptual.....	24
1.7.1 Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	24
1.7.2 Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz	25
1.7.3 Keputusan Pembelian Honda City	25
1.8 Definisi Operasional	25
1.8.1 Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	25
1.8.2 Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz.....	26
1.8.3 Keputusan Pembelian Honda City	26
1.9 Metode Penelitian	27
1.9.1 Tipe Penelitian	27

1.9.2 Populasi dan Sampel	27
1.9.2.1 Populasi	27
1.9.2.2 Sampel dan Teknik Sampling	28
1.9.3 Jenis dan Sumber data	29
1.9.3.1 Data Primer	29
1.9.3.2 Data sekunder	29
1.9.4 Alat dan Teknik Pengambilan Data	29
1.9.4.1 Alat Pengumpulan Data	29
1.9.4.2 Teknik Pengumpulan Data	30
1.9.5 Teknik Pengolahan Data	30
1.9.6 Uji Validitas dan Reabilitas	31
1.9.7 Analisis Data	32

BAB II Karakteristik Responden, Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz, dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang

2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
2.1.1 Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual.....	35
2.1.2 Variabel Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz.....	36
2.2 Deskripsi Responden.....	38
2.3 Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	42
2.4 Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz.....	52
2.5 Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang	61

BAB III UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Hipotesis	63
3.1.1 Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dengan Keputusan Pembelian Honda City	65
3.1.2 Hubungan Terpaan Informasi saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City	66
3.2 Pembahasan	68
3.2.1 Analisis Hubungan Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang	68
3.2.2 Analisis Hubungan Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz dengan Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang	70

BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan	72
4.2 Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Matriks Penelitian

Kuesioner

Koding

R Tabel

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Validitas Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	35
Tabel 2.2 Reabilitas Variabel Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	36
Tabel 2.3 Validitas Variabel Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz	36
Tabel 2.4 Reabilitas Variabel Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz.....	37
Tabel 3.1 Uji Korelasi Kendall's Tau antara Variabel X1 dan Y	75
Tabel 3.2 Uji Korelasi Kendall's Tau antara Variabel X2 dan Y	75

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Data Penjualan Entry Level Sedan di Indonesia Januari – Juni.....	12
Diagram 2.1 Usia Responden.....	38
Diagram 2.2 Persebaran Jenis Kelamin Responden.....	39
Diagram 2.3 Jenis Pekerjaan responden	40
Diagram 2.4 Kota Domisili Responden	41
Diagram 2.5 Tenaga Penjual Menjelaskan Fitur dan Keunggulan Honda City	43
Diagram 2.6 Tenaga Penjual Menjelaskan Tipe dan Harga Honda City	44
Diagram 2.7 Pertanyaan dengan Baik dan Tenaga Penjual Menjawab Benar	45
Diagram 2.8 Tenaga Penjual Menggunakan Kata dan Bahasa Mudah Dipahami	46
Diagram 2.9 Tenaga Penjual Memulai Percakapan dengan Salam.....	47
Diagram 2.10 Tenaga Penjual Menunjukkan Respon Sesuai	48

Diagram 2.11 Tenaga Penjual Tampak Bersemangat dan Aktif.....	49
Diagram 2.12 Kompetensi Komunikasi Tenaga Penjual	51
Diagram 2.13 Kemampuan Menyebutkan Fitur dan Lampu Terbaru	53
Diagram 2.14 Kemampuan Menyebutkan Peralatan Keselamatan	54
Diagram 2.15 Kemampuan Menyebutkan Peralatan Keselamatan Interior.....	55
Diagram 2.16 Kemampuan Menyebutkan Fitur Interior Honda City	56
Diagram 2.17 Kemampuan Menyebutkan Penguji Honda City	57
Diagram 2.18 Kemampuan Menyebutkan Hasil Uji dan impresi Berkendara.....	58
Diagram 2.19 Terpaan Informasi Saluran Youtube Autonetmagz.....	76
Diagram 2.20 Keputusan Pembelian Honda City di Kota Semarang	77

DAFTAR LAMPIRAN

1. Matriks Penelitian
2. Kuesioner
3. Koding
4. R Tabel