

**PENDEKATAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL
OLEH ADVISOR DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN
UNTUK MEMBELI**

(Studi Kasus pada *Store Ace Home Center Grand Indonesia*)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



Disusun oleh :

UELIS MULIYA SARI

051203503125090

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA**

2016

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “ **Pendekatan Komunikasi Verbal dan Non Verbal oleh Advisor dalam Menarik Minat Pelanggan untuk Membeli (Studi Kasus pada Store Ace Home Center Grand Indonesia)** ” dengan sebaik – baiknya. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada keluarga yaitu orang tua yaitu Bapak Unchori Ahmad Musthofa dan Ibu Ehat Khotimah, adik Tita Miftahul Janah dan kakak Atikah, yang telah memberi dukungan secara moral dan material. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si dan Ibu Dr. Ilona Oisina V.S., M.Si sebagai pembimbing skripsi yang telah memberikan motivasi dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dalam menyusun hasil penelitian ini peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Lijan P Sinambela, MM.Pd selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
- 2) Ibu Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia, dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing 1.
- 3) Ibu Indah Kurniawati, M.Si selaku Kajur Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Satya Negara Indonesia.

- 4) Segenap karyawan Universitas Satya Negara Indonesia dan *Staff* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Satya Negara Indonesia dalam hal administrasi.
- 5) Rekan – rekan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan tahun 2012 yang telah membantu dalam memberi informasi dalam diskusi.
- 6) Management Ace Home Center Grand Indonesia yang telah memberikan izin meneliti hingga penelitian ini selesai dengan tepat waktu.
- 7) Juventius Ivan Rinaldi dan Bisma Setiawan selaku sahabat peneliti yang telah memberi dukungan moral dan material dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis menerima saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberi manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 8 Agustus 2016

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN.....ii

LEMBAR PENGESAHAN.....iii

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....iv

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI.....vii

ABSTRAK.....xiii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Pertanyaan Penelitian.....6

1.3 Tujuan Penelitian.....6

1.4 Manfaat Penelitian.....6

1.4.1 Secara Teoritis.....6

1.4.2 Secara Praktis.....7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....8

2.1 Landasan Teori.....8

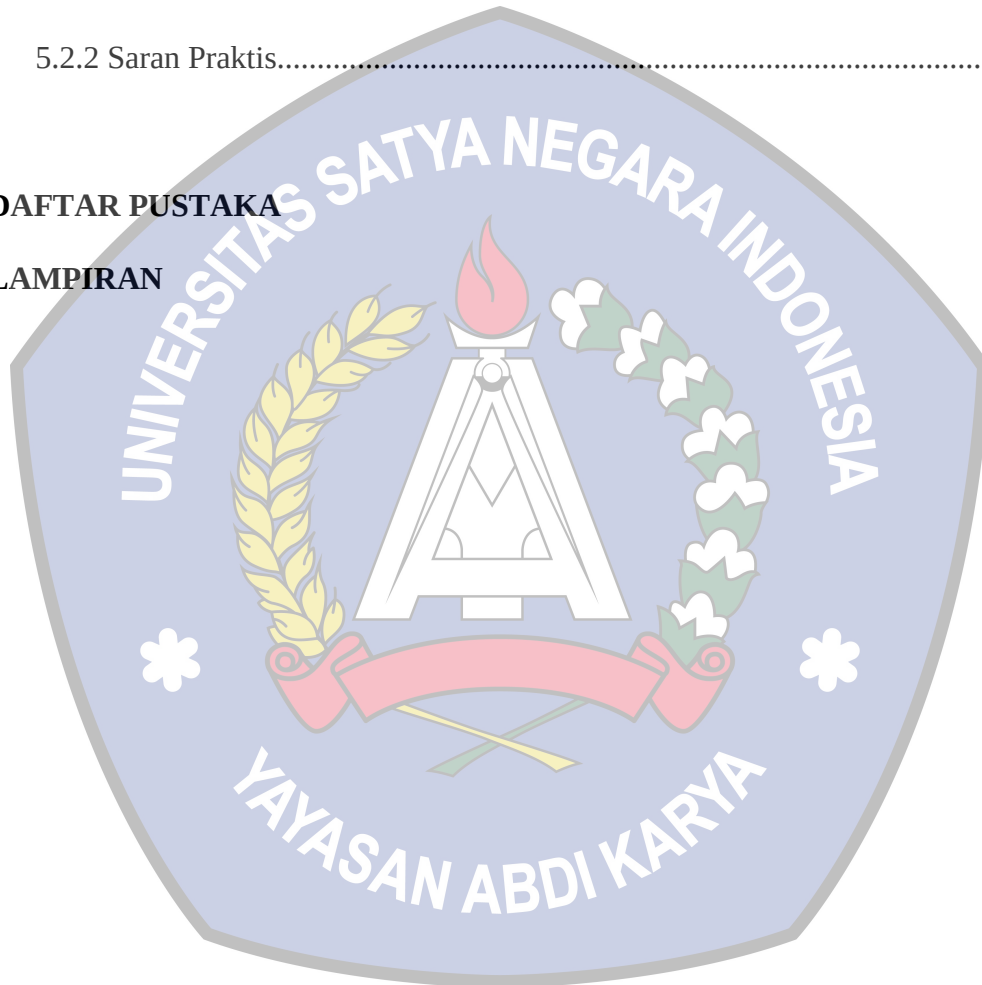
2.1.1 Teori CRM.....	8
2.1.2 Teori Interaksi Simbolik.....	12
2.2 Landasan Konseptual.....	14
2.2.1 Komunikasi.....	14
2.2.2 <i>Service Excellence</i> (Pelayanan Prima).....	15
2.2.3 Pendekatan Komunikasi Verbal dan Non Verbal.....	17
2.2.4 Minat Pelanggan untuk Membeli.....	20
2.3 Alur Pemikiran.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2 Design Penelitian.....	24
3.2.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2.2 Pendekatan Penelitian.....	25
3.2.3 Metode Penelitian.....	26
3.2.4 Sifat Penelitian.....	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	28
3.4 <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	28
3.5 Operasionalisi Konsep.....	30
3.5.1 Komunikasi Verbal.....	30
3.5.2 Komunikasi Non Verbal.....	32

3.6 Teknik Pengumpulan Data dan Alat / Instrument Pengumpulan Data.....	36
3.6.1 Data Primer.....	36
3.6.2 Data Sekunder.....	39
3.7 Teknik Analisis Data.....	39
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Subjek Penelitian.....	41
4.1.1 Pelanggan.....	41
4.1.2 Advisor.....	43
4.1.3 Profil Perusahaan / <i>Company's Profile</i>	46
4.1.3.a Sejarah Singkat.....	46
4.1.3.b Visi Misi Ace Hardware Indonesia.....	50
4.1.3.c Budaya Perusahaan / <i>Quality Policy</i>	50
4.1.3.d Struktur Organisasi.....	53
4.2 Hasil Penelitian.....	54
4.2.1 Komunikasi Verbal dan Non Verbal dalam Dasar Pelayanan (<i>Basic Service</i>) dimulai dari <i>Pre Opening Store</i>	54
4.2.2 Keterampilan Menjual (<i>Selling Skill</i>) Cenderung Memberikan Respon Positif Agar Pelanggan Berminat untuk Membeli.....	59
4.3 Pembahasan.....	67

BAB V PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran.....	77
5.2.1 Saran Akademis.....	77
5.2.2 Saran Praktis.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Logo Ace Hardware.....	2
Gambar 4.1.2	Advisor Pria.....	43
Gambar 4.1.3.a	Pintu Utama Ace Hardware Grand Indonesia.....	47
Gambar 4.1.3.c	Background di ruang Store Manager.....	52
Gambar 4.2.1	Advisor Wanita Menyambut Pelanggan.....	54
Gambar 4.2.2	Advisor Mencatat Semua Pesanan Pelanggan Sebagai Bentuk dari Close the Sale.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.3.a	Jenis – Jenis Departement di Ace Hardware	49
---------------	---	----



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

Nama : Uelis Muliya Sari
NIM : 051203503125090
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat

**PENDEKATAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL OLEH
ADVISOR DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN UNTUK MEMBELI
(Studi Kasus pada *Store Ace Home Center Grand Indonesia*)**

Jumlah : x + 91 Halaman + 6 Lampiran
Bibliografi : 21 Buku (2000-2011); 5 Artikel Internet; 1 *Functional Training Guide*
milik PT. Ace Hardware Indonesia, Tbk.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya gaya hidup masyarakat yang semakin modern sehingga membuat Supermarket mengembangkan usahanya dengan menjual produk perkakas dan renovasi rumah. Namun bagi PT. Ace Hardware Indonesia, Tbk, produk perkakas dan renovasi rumah adalah barang – barang utama yang dijual, jadi yang harus dikembangkan adalah Sumber Daya Manusianya. Penelitian dilakukan di toko cabang Ace Hardware Grand Indonesia.

Penelitian terfokus pada pendekatan komunikasi verbal dan non verbal yang dikemas dalam bentuk standar pelayanan berupa dasar pelayanan dan keahlian menjual, standart pelayanan tersebut terdapat unsur komunikasi verbal dan non verbal.

Hasil penelitian ini adalah bagaimana pendekatan itu dilakukan agar pelanggan melakukan pembelian setelah Advisor memberikan standar pelayanan sampai dengan menutup penjualan.

Kata Kunci: Minat untuk Membeli, Komunikasi Verbal dan Non Verbal, Pendekatan

Pembimbing I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si
Pembimbing II : Dr. Ilona Oisina V.S., M.Si

**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE
SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY**

Name : Uelis Muliya Sari
Student ID Number : 051203503125090
Study Program : Ilmu Komunikasi
Concentration : Hubungan Masyarakat

**PENDEKATAN KOMUNIKASI VERBAL DAN NON VERBAL OLEH
ADVISOR DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN UNTUK MEMBELI
(Studi Kasus pada Store Ace Home Center Grand Indonesia)**

Amount : x + 88 Page + 6 Attachment

Bibliography : 21 Books (2000-2011); 5 Internet article; Functional Training Guide by PT. Ace Hardware Indonesia, Tbk.

ABSTRACT

This research is motivated because of there increasing people's lifestyles are more modern, so the Supermarket expand the business by selling tools and home improvement products. But, for PT. Ace Hardware Indonesia, Tbk, the tools and home improvement products is a basic goods for sell. Then, Ace Hardware only need to develop human resources. The research conducted in store Ace Hardware Grand Indonesia.

The reserach focus on the approach verbal dan non verbal communication in the form Standart Services that is Basic Service and Selling Skill, the Standart Services are an element of verbal and non verbal communication.

The results of this research is how the approach was done so that the customer bought after the Advisor provided the Basic Service and Selling Skill close the sale for customer.

Keywords:

Interest to buy, Verbal and Non Verbal Communications, Communications Approach

Preceptor I : Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si
Preceptor II : Dr. Ilona Oisina, V.S., M.Si