

**Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Sales Promotion Girl* (SPG)  
Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan Store ZARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**EXCLESYA KRISTINA ATMADJA**

**051703503125048**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA  
2021**

**Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Sales Promotion Girl* (SPG)  
Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan Store ZARA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**



**Disusun Oleh :**

**EXCLESYA KRISTINA ATMADJA**

**051703503125048**

**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA  
2021**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**  
**PERNYATAAN KEASLIAN/ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, (SKRIPSI) ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Satya Negara Indonesia maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing dan Tim Penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Jakarta, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

  
  
Exciesya Kristina Atmadja

(051703503125048)

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**  
**TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

NAMA : Exclesya Kristina Atmadja  
NIM : 051703503125048  
JUDUL : Pengaruh Komunikasi Interpersonal Karyawan Zara  
Terhadap Minat Pembelian

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat (Humas)

Telah disetujui oleh tim pembimbing untuk diajukan dalam sidang skripsi.

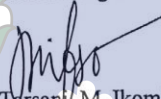
Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

Pembimbing II


  
(Fitri Sarasati, M. Sc)

Pembimbing I


  
(Tarsani, M. Ikom)

Mengetahui,

Ketua Program Studi

  
(Sandra Olifia, M. Si)

Dekan FISIP

  
(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

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

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : Exclesya Kristina Atmadja  
NIM : 051703503125048  
JUDUL : Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Sales Girl Promotion*  
(SPG) Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan

Store ZARA

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
PEMINATAN : Hubungan Masyarakat (Humas)

Jakarta, 6 Agustus 2021

Menyetujui,

Ketua Penguji : Tarsani, M. Ikom  
Anggota Penguji I : Sandra Olifia, M. Si  
Anggota Penguji II : Bertha K. Sinambela, M. Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dekan FISIP

(Sandra Olifia, M. Si)

(Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada TUHAN YESUS KRISTUS yang telah memberikan nikmat berupa kesehatan, berkat dan kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Komunikasi Interpersonal Sales Promotion Girl (SPG) Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan Store ZARA”** skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh sarjana komunikasi Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyusunan ini tidak lupa penulis menghaturkan sujud kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Eka Suryana Atmadja dan Ibu Ngadillah. Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan support kepada penulis.

Penyelesaian penyusunan ini tidak luput dari bantuan dan motivasi dari berbagai pihak, oleh karena itu, izinkan peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dra. Merry L. Panjaitan, MM., MBA. selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia..
2. Dr. Radita Gora Tayibnapis, S.Sos, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Sandra Olifia, M. Si selaku ketua program studi Jurusan Ilmu Komunikasi.
4. Oni Tarsani, S.Sos., M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk,

pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini. terimakasih sudah bersabar untuk memberikan arahan dan masukannya.

5. Fitri Sarasati, M. Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini, meskipun berkomunikasi dari jarak jauh melalui aplikasi zoom.
6. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti selama menjalani masa perkuliahan di Universitas Satya Negara Indonesia.
7. Untuk orang tercinta dan spesial saya, Rimba Michael yang selalu memberikan saran, masukan, support dan doa. Terimakasih selalu menemani dalam mengerjakan skripsi.
8. Untuk sahabat-sahabat saya Vira, Aini, Anna, Endang, Rana, Chory. Yang selalu menempatkan saya dalam masalah, yang selalu mengerjakan skripsi ini dari pagi sampai pagi lagi, dan tidak lupa juga selalu memberi dukungan terhadap satu sama lain. Terima kasih atas *supportnya* dan doa semoga kita bisa menggapai cita-cita kita.
9. Teruntuk teman-teman seperjuangan FISIP 2017 yang berjuang dalam skripsi ini terutama teman-teman seperbimbingan yang saling memberi dukungan serta saling *sharing* informasi.
10. Yang terakhir untuk diri saya sendiri, terimakasih sudah mau berjuang selama mengerjakan penelitian ini, dalam keadaan suka maupun susah. Terimakasih sudah berada sampai di titik ini.



Peneliti menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan penelitian ini. Akhir kata peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan mahasiswa - mahasiswi dan pembaca.



Peneliti

Exclesya Kristina Atmadja



## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

### UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

NAMA : Exclesya Kristina Atmadja

NIM : 051703503125048

PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

PEMINATAN : Hubungan Masyarakat (Humas)

Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Sales Promotion Girl* (SPG) Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan Store ZARA

Jumlah halaman : xv + 98 halaman + 17 lampiran

Bibliografi : 16 buku, 6 jurnal, dan 3 artikel internet

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar “Pengaruh Komunikasi Interpersonal *Sales Promotion Girl* (SPG) Store ZARA Terhadap Minat Pembelian Pelanggan Store ZARA”. Seharusnya sebagai seorang SPG harus bisa membantu dan memberikan pelayanannya yang terbaik dengan SOP yang sudah diberikan oleh perusahaan.

Penelitian ini menggunakan Teori Pertukaran Sosial termasuk kedalam hubungan pertukaran yang dimana harus saling menguntungkan antara satu dengan yang lainnya yang bersifat positif. Sudut pandang teori pertukaran sosial berpendapat bahwa orang mengitung dari keseluruhan dari sebuah hubungan yang saling bergantung.

Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dan bersifat eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan Store ZARA Central Park, dengan menggunakan sampel acak (random) agar semua responden mendapat kesempatan yang sama.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial uji t komunikasi interpersonal (X) yang dilakukan store ZARA Central Park berpengaruh terhadap minat pembelian (Y). Dalam hasil penelitian bisa dilihat bahwa dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki.

Maka kesimpulannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal itu sangat penting dalam kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain, komunikasi interpersonal memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi oranglain baik verbal maupun nonverbal.

Kata kunci: Komunikasi Interpersonal, Minat Pembelian, Teori Pertukaran Sosial.

Pembimbing I : Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom

Pembimbing II : Fitri Sarasati, M. Sc

## FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES

### UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

NAME : Exclesya Kristina Atmadja

NIM : 051703503125048

STUDY PROGRAM : Communication Studies

SPECIALTY : Public Relations (Humas)

*Effect of Zara Employees Interpersonal Communication on Purchase Interest.*

Number of pages : xv + 98 pages + 17 attachments

Bibliography : 16 books, 6 journal, and 3 internet articles

#### ABSTRACT

*This study aims at finding out how much the interpersonal communication and purchase interest effect on zara store. as a SPG, they must be able to help and provide the best service based on SOP that has been provided by the company.*

*This study uses the theory of social exchange that includes an exchange relationship which has positive mutual beneficial relationships to one another. social exchange theory focuses on how exchange relation is beneficial.*

*This study uses quantitative approach which focuses on survey methods and its explanation. The object of this study are customers of zara store central park. the data are using random sample, so all the respondents have the same opportunity.*

*The result of this study show that partiallh the T-test of interpesonal communication (x) conducted by zara store central park has an effect on purchase intention (y). It can be seen that female sales are more dominant than males.*

*Moreover, the conclusion Ho is rejected and Ha is accepted. It can be concluded that interpersonal communication is very important in the relation needs with other people. interpersonal communication allows each participant to capture reactions of other people both verbally and nonverbally.*

*Keywords: Interpersonal Communication, Purchase Interest, Social Exchange Theory.*

Supervisor I : Oni Tarsani, S.Sos, M.Ikom

Supervisor II : Fitri Sarasati, M. Sc