SKRIPSI

DAMPAK PENGGUNAAN *PERSONAL SELLING* DALAM MENARIK MINAT CALON ANGGOTA *SABAI MUAYTHAI* CABANG TEBET

Oleh :
HERLAMBANG KAVIN HUDA
2008210092

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

JURUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT

UNIVERSITAS SAHID

JAKARTA

2016

PENGESAHAN SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Nomor:.....

Yang disusun oleh :

Nama : Herlambang Kavin Huda

NIM : 2008210092

Telah diuji pada sidang tanggal 7 Maret 2016

Penguji Ahli : Dr. Mirza Ronda, M.Si

Ketua Sidang : Supriadi, Drs., M.Si

Sekretaris Sidang : Fit Yanuar, S.ISIP., M.Si

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta

Jakarta, 7 Maret 2016

Mengetahui,	Ketua Program Studi S1,
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ilmu Komunikasi
Dr. T. Titi Widaningsih, M.Si	Supriadi, Drs., M.Si

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Herlambang Kavin Huda

NIM : 2008210092

Judul Skripsi : Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet

Tanggal :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. T. Titi Widaningsih, Dra., M.Si _____

Tanggal :

Ketua Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi

Supriadi, Drs., M.Si _____

Tanggal :

Pembimbing I

Supriadi, Drs., M.Si _____

Tanggal :

Pembimbing II

Fit Yanuar, S.ISIP., M.Si _____

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Herlambang Kavin Huda
NIM	: 2008210092
Peminatan	: Hubungan Masyarakat
Program Studi	: Strata-1 (S1)
Judul Skripsi	: Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan skripsi ini adalah benar karya saya, apabila dikemudian hari karya ini dibuktikan terdapat plagiarism dari karya karya orang lain, maka saya bersedia dicabut hak-hak kesarjanaannya.

Jakarta, 7 Maret 2016

(Herlambang Kavin Huda)

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Herlambang Kavin Huda

NIM : 2008210092

Judul Skripsi : Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet

Tanggal : 27-01-2016
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Dr. T. Titi Widaningsih, Dra., M.Si _____

Tanggal : 27-01-2016
Ketua Program Studi S-1 Ilmu Komunikasi
Supriadi, Drs., M.Si _____

Tanggal : 27-01-2016
Pembimbing I
Supriadi, Drs., M.Si _____

Tanggal : 27-01-2016

Pembimbing II

Fit Yanuar, S.ISIP., M.Si _____

UNIVERSITAS SAHID JAKARTA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Herlambang Kavin Huda

NIM : 2008210092

Judul Skripsi : Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet

Tanggal : 7 Maret 2016

Skripsi ini telah disidangkan secara komprehensif oleh tim penguji :

Tanggal : 7 Maret 2016

Penguji Ahli / Utama (Dr. Mirza Ronda, M.Si)

Tanggal : 7 Maret 2016

Penguji Ahli / Utama (Supriadi, Drs., M.Si)

Tanggal : 7 Maret 2016

Penguji Ahli / Utama (Fit Yanuar, S.ISIP., M.Si)

ABSTRAK

Dampak Penggunaan Personal Selling Dalam Menarik Minat Calon Anggota Sabai Muaythai Cabang Tebet

HERLAMBANG KAVIN HUDA
2008210092

xi + 5 Bab + 91 Hal. + 24 Tabel + 6 Lamp. + 36 Bibl. (1991-2011)

Personal Selling merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu cara untuk mernperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap produk yang di tawarkan secara tatap muka. Promosi ini merupakan salah satu *variable* di dalam *marketing mix* yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam menawarkan produknya. Kegiatan ini merupakan kegiatan komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka akan mencoba dan berminat untuk menjadi anggota.

Pokok permasalahan dalam penelitian ini sejauhmana Dampak penggunaan *personal selling* dalam menarik minat calon anggota *Sabai Muaythai* cabang tebet, Jakarta Selatan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak penggunaan *personal selling* dalam menarik minat calon anggota *Sabai Muaythai* cabang tebet, Jakarta Selatan.

Metode yang dipergunakan adalah metode deskriptif pendekatan kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan selengkapnya mengenai suatu peristiwa, keadaan atau sesuatu yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah calon anggota *Sabai Muaythai* yang berjumlah 96 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar menunjukkan bahwa dampak penggunaan *personal selling* dalam menarik minat anggota *Sabai Muaythai* hasilnya dalam kategori tinggi yaitu 58 (60,4 %). Hasil penelitian ini menujukkan bahwa *personal selling* merupakan bagian dari kegiatan promosi yaitu cara untuk memperkenalkan dan menarik minat konsumen terhadap olah raga *Muaythai* yang di tawarkan secara tatap muka. Personal selling merupakan salah satu alat promosi yang paling efektif terutama dalam bentuk preferensi, keyakinan dan tindakan. *Personal selling* mencakup hubungan langsung dan interaktif antara dua orang atau lebih.

Keyword: Sabai Muaythai, Personal Selling

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia serta nikmat-Nya, dimana la telah memberikan berkah dan anugerah-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul, "Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet". Guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi S-1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid, Jakarta.

Rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada Papi, Mami, Mas Dika, Bang Ifan dan seluruh keluarga besar penulis atas segala doa, kasih sayang, pengorbanan, bimbingan dan semangat luar biasa kepada penulis dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai. Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan berupa dorongan semangat dan doa dari berbagai pihak secara langsung maupun tidak langsung maka akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Supriadi, Drs., M.Si, selaku Pembimbing I, yang telah membantu penulis dalam memberikan saranjuga masukan-masukan yang bermanfaat dan juga telah mengajarkan, mendukung dan menumbuhkan rasa percaya diri untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Bapak Fit Yanuar, S.ISIP., M.Si, selaku Pembimbing II, yang telah membantu penulis dalam mcmberikan saran juga masukan-masukan yang juga telah mengajarkan, mendukung dan menumbuhkan diri untuk mcnyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
3. Ibu Dr. T. Titi Widaningsih, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta terima kasih atas Ilmu Pengetahuan yang telah diberikan kepada penulis selama penulis belajar ilmu di Universitas Sahid Jakarta.
5. Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan Akademik.
6. Pihak perpustakaan Universitas Sahid yaitu Bapak Sis beserta karyawan Iainnya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam melengkapi studi kepustakaan dan saran-saran yang bermanfaat yang telah diberikan, terima kasih.
7. Bapak Fadhil Hendra, SE., Selaku Kasubdit Personalia Direktorat Keuangan dan Sumber Daya (KSD) Universitas Sahid Jakarta, yang telah memberikan data kepada penulis selama melakukan penelitian. Dan seluruh karyawan-karyawan yang telah membantu dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
8. (Alm) Uta keponakanku sayang, Zami, Galih, Jefri, Yudha, Ario, Irtup, Syafran, Zata, Babal, Nando, Hamzah, Anip, Ibnu, Brian, Bengki, Jiji, serta Teman-teman Fikom terima kasih atas bantuan doa yang diberikan sehigga skripsi ini bisa selesai.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang mempunyai minat dan perhatian yang sama dengan materi skripsi ini. Dan semoga Allah SWT selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepda semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penulisan skripsi ini. Amin...

Jakarta, 7 Maret 2016

Herlambang Kavin Huda

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI..... i

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI ii

ABSTRAK..... iii

KATA PENGANTAR..... iv

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL..... ix

DAFTAR LAMPIRAN..... xi

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi Masalah 7
1.3. Rumusan Masalah 8
1.4. Tujuan Penelitian 8
1.5. Kegunaan Penelitian 8
1.5.1. Kegunaan Teoritis 8
1.5.2. Kegunaan Praktis 8

BAB II LANDASAN TEORITIS
2.1. Komunikasi 9
2.2. Model Komunikasi 15
2.3. Komunikasi Antar Pribadi 17
2.4. Komunikasi Pemasaran 24
2.5. Model *AIDDA* 31
2.6. Promosi 32
2.7. *Personal Selling* 33
2.7.1. Sifat-Sifat *Personal Selling* 36
2.7.2. Bentuk-Bentuk *Personal Selling* 37
2.7.3. Tugas *Personal Selling* 37
2.7.4. Proses *Personal Selling* 40
2.8. Minat 41
2.9. Dampak 44

BAB III METODE PENELITIAN
3.1. Metode Penelitian 47
3.2. Populasi, Sampel, & Teknik *Sampling* 50
3.2.1. Populasi 50
3.2.2. Sampel 51
3.2.3. Teknik Sampling 52
3.3. Teknik Pengumpulan Data 53
3.4. Teknik Analisis 54
3.5. Operasionalisasi Konsep 55
3.6. Waktu dan Lokasi Penelitian 56
3.6.1. Waktu Penelitian 56
3.6.2. Lokasi Penelitian 56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1. Hasil Penelitian 57
4.1.1. Sejarah Singkat *Sabai Muaythai* 57
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian 62
4.2.1. Identitas Responden 62
4.2.2. Analisis Data Penelitian 68
4.2.2.1. Data Penelitian: Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet 68
4.2.2.2. Penilaian Responden Mengenai Dampak Penggunaan *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Calon Anggota *Sabai Muaythai* Cabang Tebet..... 82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 87
5.2. Saran 88

DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN 92

DAFTAR LAMPIRAN

1. JenisKelaminResponden..... 63
2. UsiaResponden..... 64
3. PekerjaanResponden..... 65
4. DomisiliResponden..... 66
5. SumberInformasi..... 66
6. Beladirilainyangmenarikperhatian..... 67
7. Pendekatan awal dapat menarik minat menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 69
8. Sikap *sales* dapat mempengaruhi minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 69
9. Cara berpakaian *sales* dapat mempengaruhi minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 70
10. Pengetahuan *sales* tentang muaythai dapat meyakinkan untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 71
11. Cara bicara *sales* dapat mempengaruhi minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 72
12. Cara *sales* memperkenalkan muaythai membuat tertarik untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 72
13. Kemampuan *sales* membujuk mampu meyakinkan untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 74
14. Argumentasi dalam menangani keberatan dapat menarik minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 74
15. Komunikasi dalam menanyakan kesediaan dapat menarik minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 76
16. Kemampuan *sales* dalam menutup penawaran dapat mendorong minat untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 76
17. *Sales person* selalu menjaga hubungan baik agar berminat menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 78
18. Tindak lanjut dengan menjaga hubungan yang baik memberikan dampak untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 78
19. Berkeinginan merekomendasikan kepada orang lain untuk mendaftar sebagai anggota *Sabai Muaythai*..... 79
20. Pesan dengan *Personal Selling* bisa membujuk untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai* daripada media massa..... 79
21. Berminat mendaftarkan diri untuk menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 80
22. Penyebarluasan informasi melalui *Personal Selling* lebih efektif untuk mempengaruhi minat menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 80
23. Alasan menjadi anggota *Sabai Muaythai*..... 81
24. Dampak penggunaan *Personal Selling* dalam menarik minat calon anggota *Sabai Muaythai* cabang Tebet..... 84

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner..... 93
2. *CodingBook*..... 98
3. *Coding Sheet*..... 102
4. SuratPermohonanMenjadiPembimbing..... 105
5. KartuBimbinganSkripsi/TugasAkhir..... 107
6. DaftarRiwayatHidup.....…..... 109