

ABSTRAK

Dirga Handie Bansaleng. NPM. 41153035150149. Komunikasi Antarpribadi Wiraniaga dalam Menarik Minat Pelanggan. Studi Deskriptif Kualitatif pada Pelanggan IndiHome Fiber PT. Telekomunikasi Indonesia di Manokwari Papua Barat. Dosen Pembimbing: Dr. Wa Ode Nurul Yani, Dra., M.Si. dan Riefky Krisnayana., S.Sos., M.Sn.

Penelitian ini bertujuan mengetahui komunikasi antarpribadi wiraniaga dalam menarik minat pelanggan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma penelitian konstruktivisme, pendekatan penelitian studi deskriptif kualitatif. Subyek penelitian adalah pelanggan telepon rumah PT Telekomunikasi Indonesia di Manokwari Papua Barat. Sampel ditentukan secara purposif berdasarkan penggambaran komunikasi antarpribadi. Proses pengumpulan data diperoleh melalui observasi terlibat dan wawancara mendalam terhadap informan, sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui studi dokumentasi hasil penelitian sebelumnya, studi literatur, dan wawancara dengan pihak terkait.

Wiraniaga memiliki kemampuan ethos yaitu melakukan pendekatan, memperkenalkan diri, mengucapkan salam dan sapa dengan ramah dan sopan kepada pelanggan. Wiraniaga memiliki kemampuan pathos yaitu memberikan informasi produksangat menarik perhatian pelanggan. Wiraniaga bersedia mendengarkan keluhan pelanggan dengan sabar, memberikan kepastian atas keraguan calon pelanggan, dan meminta maaf atas ketidaknyamanan pelanggan. Dalam kemampuan logos, setiap wiraniaga memiliki kemampuan negosiasi untuk membujuk calon pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang paska pembelian sebagai salah satu cara untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Kata kunci: komunikasi antarpribadi, wiraniaga, pelanggan

ABSTRACT

Dirga Handie Bansaleng. NPM. 41153035150149. Interpersonal Communications Salesperson in Attracting Customers. A Qualitative Descriptive Study on IndiHome Fiber PT. Telekomunikasi Indonesia Customers in Manokwari West Papua. Supervisors: Dr. Wa Ode Nurul Yani, Dra., M.Si. and Riefky Krisnayana, S.Sos., M.Sn..

This study aims to determine the interpersonal communication salesperson in attracting customers.

This research used qualitative research method with constructivism research paradigm, qualitative descriptive study research approach. The research subjects were PT Telekomunikasi Indonesia's home telephone customers in Manokwari West Papua. The sample was selected purposively based on the description of interpersonal communication. The process of collecting data was obtained through observation and in-depth interviews with informants, while supporting data was obtained through documentation study of previous research, literature study, and interview with related parties.

A salesperson has the ethos ability of approaching customers, introducing themselves, and saying friendly and polite greetings to customers. A salesperson also has the pathos capability of providing product information to attract customers. Furthermore, a salesperson is willing to listen to customer's complaints patiently, to provide certainty to reduce potential customer's hesitation, and to apologize for customer's inconvenience. In logos ability, every salesperson has the ability of negotiating to persuade potential customers and building long-term post-purchase relationships to maintain customer loyalty.

Keywords: *interpersonal communication, salesperson, customer*