

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN
KEMAMPUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL STAFF
MARKETING PT. STARPEAK EQUITY FUTURES**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

Oleh:

**KIKI PUSPITA DEWI
12.860.0088**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
 FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
 DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
 DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
 DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI

Pada Tanggal

2017

MENGESAHKAN
 FAKULTAS PSIKOLOGI
 UNIVERSITAS MEDAN AREA



(Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd)

DEWAN PENGUJI

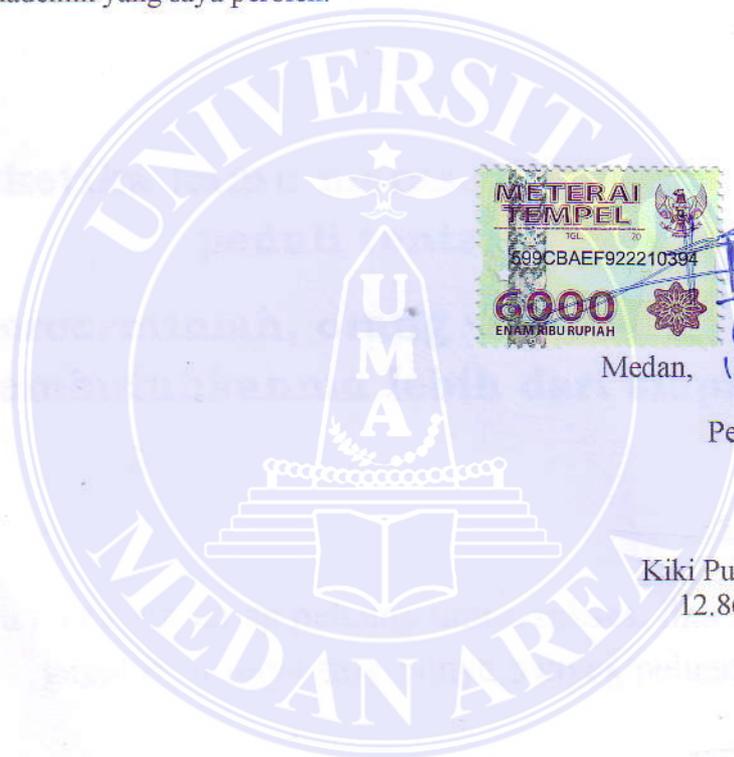
TANDA TANGAN

1. Andy Chandra, S.Psi, M.Psi. Psikolog
2. Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi
3. Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi
4. Drs. Mulia Siregar, M.Psi

.....

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini merupakan hasil karya sendiri sebagai syarat memperoleh gelar sarjana. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh.



Medan, 14 Juni, 2017

Peneliti

Kiki Puspita Dewi
12.860.0088

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Staff Marketing PT. Starpeak Equity Futures

Nama Mahasiswa : Kiki Puspita Dewi

NPM : 12.860.0088

Bagian : Psikologi Industri Dan Organisasi

MENYETUJUI

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

(Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi)

Pembimbing II

(Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi)

MENGETAHUI

Kepala Bagian



(Syafritzald, S.Psi, M.Psi)

Dekan



(Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd)

Tanggal sidang meja hijau

Medan, 14 Juni 2017

HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN KEMAMPUAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL STAFF MARKETING PT. STARPEAK EQUITY FUTURES

Oleh:

Kiki Puspita Dewi

128600088

FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Staff Marketing PT. Starpeak Equity Futures. Dengan asumsi semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seseorang maka semakin baik komunikasi interpersonalnya. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri yang dimiliki seseorang maka semakin buruk komunikasi interpersonalnya. Subjek pada penelitian ini adalah staff marketing PT. Starpeak Equity Futures yang berjumlah 60 staff dengan menggunakan teknik *total sampling*. Alat ukur yang digunakan yaitu skala *Likert* pada kepercayaan diri terdiri dari 30 item dan 30 item pada komunikasi interpersonal. Hasil analisis menunjukkan koefisien reliabilitas kepercayaan diri 0.866 dan komunikasi interpersonal 0.831. Analisis data menggunakan korelasi *Product Moment* dengan nilai koefisien $r_{xy} = 0,732$ dengan $p = 0,000$ berarti $p = <0,050$. Koefisien determinan $R^2 = 0,535$ menunjukkan komunikasi interpersonal staff marketing dapat dibentuk oleh kepercayaan diri sebesar 53,5%. Secara umum hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan diri tergolong sedang dengan nilai rata-rata empirik yang diperoleh yaitu 67.88 sedangkan komunikasi interpersonal tergolong sedang dengan nilai rata-rata empirik yang diperoleh 69,62. Berdasarkan analisis data, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu ada hubungan positif antara kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal. Artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin baik komunikasi interpersonalnya.

Kata kunci : Kepercayaan Diri (X), Komunikasi Interpersonal (Y)

RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONFIDENCE WITH ABILITY COMMUNICATION INTERPERSONAL STAFF MARKETING PT. STARPEAK EQUITY FUTURES

By:

Kiki Puspita Dewi

128600088

FACULTY OF PSYCHOLOGY UNIVERSITY MEDAN AREA

Abstract

This study aims to determine the relationship between self-confidence with interpersonal communication skill of Marketing Staff of PT. Starpeak Equity Futures. Assuming the higher the level of confidence a person the better interpersonal communication. Conversely, the lower the confidence that a person has, the worse the interpersonal communication. Subjects in this research is marketing staff of PT. Starpeak Equity Futures totaling 60 staff using total sampling technique. The measuring instrument used is Likert scale on self-confidence consisting of 30 items and 30 items on interpersonal communication. The analysis result shows the reliability coefficient of self confidence 0.866 and interpersonal communication 0.831. Data analysis using Product Moment correlation with coefficient value $r_{xy} = 0,732$ with $p = 0,000$ mean $p = <0,050$. Coefficient of determinant $R^2 = 0,535$ indicates interpersonal communication of marketing staff can be formed by self confidence equal to 53,5%. In general, the results of this study states that confidence is moderate with the value of empirical average obtained is 67.88 while interpersonal communication is moderate with the value of empirical average obtained 69.62. Based on data analysis, the hypothesis proposed in this research is accepted, ie there is a positive relationship between confidence with interpersonal communication. This means that the higher the confidence the better interpersonal communication.

Keywords: Self Confidence (X), Interpersonal Communication (Y)

KATA PENGANTAR

Assalamu' alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesahatan, daya pikir, kemudahan dan kelancaran sehingga peneliti dapat metyelesaikan skripsi yang berjudul "Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Staff Marketing PT. Starpeak Equity Futures".

Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbaga pihak, serta bimbingan dari para dosen. Oleh karena itu dengan segala ketulusan dan kerendahan hati dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Kepada Bapak H. Agus Salim selaku Pemimpin Universitas Medan Area
2. Kepada Bapak Prof. Dr. H. A. Yakub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
4. Ibu Rahmi Lubis, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing I dan Ibu Salmiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi selaku dosen pembimbing II, yang telah bersedia meluangkan waktu untuh membimbing peneliti dengan penuh kesabaran serta telah banyak membagikan ihnu, memberikan arahan,

masukan dan perhatian serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak Andy Chandra, S.Psi, M.Psi. Psikolog selaku ketua sidang dan Bapak Drs. Mulia Siregar, M.Psi selaku sekretaris sidang peneliti, terimakasih telah bersedia meluangkan walaunya untuk hadir dalam persidangan peneliti.
6. Kepada seluruh dosen pengajar di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, terima kasih atas ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti. Dan seluruh staff adminisffasi (tata usaha) Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah membantu peneliti dalam mengurus seluruh administrasi.
7. Kepada Bapak Rianto selaku Kepala Cabang PT. Starpeak Equity Futures yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan pengambilan data. Dan seluruh Staff yang telah membantu peneliti dalam melakukan pengambilan data dan mengadakan penelitian di PT. Starpeak Equity Futures.
8. Kepada Ibunda tercinta Neni Rahma Ningsih dan Ayahanda tercinta Imbalo Ali Hasan yang telah memberikan cinta dan kasih sayangnya, tidak pernah lelah untuk selalu mendoakan dan selalu memberikan semangat, tidak pernah merasa bosan mendengar keluh kesah dan selalu memberikan dukungan dan pengorbanan yang begitu besar untuk peneliti, dan menjadi salah satu motivasi dan kelancaran untuk segala urusan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepada Adikku tersayang Nisa Indah Sari dan Putri Aprilia Darma Yanti. Terima kasih banyak atas doa, semangat dan dukunganyang telah kalian berikan untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman terkasih Uci Nadya, Silvia Chairunnisa, Ria Syafriani, Elda terima kasih yang selalu membantu mengingatkan peneliti memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada Mas Risdianto, S.H yang tidak pernah bosan mendengar keluh kesah peneliti dan selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan serta bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada seluruh keluarga besar teman-teman mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area khususnya stambuk 2012 Kelas Malam yang selalu memberikan informasi penting kepada peneliti.

Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih atas bantuan dan dukungan kepada semua pihak yang terlibat dalam menyelesaikan skripsi ini, dan tidak bisa disebutkan secara satu persatu. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan memberikan kebahagiaan dunia akhirat. Amin

Medan, 2017

Peneliti

Kiki Puspita Dewi
128600088

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DALAM.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Staff Marketing	12
1. Pengertian Staff Marketing	12

2. Tugas/ Fungsi Marketing	14
B. Komunikasi Interpersonal	14
1. Pengertian Komunikasi Interpersonal	14
2. Komunikasi Interpersonal Marketing.....	16
3. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal	13
4. Aspek-Aspek Komunikasi Interpersonal	15
5. Tujuan Komunikasi Interpersonal	19
6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal.....	21
C. Kepercayaan Diri	24
1. Pengertian Kepercayaan Diri	24
2. Prinsip Untuk Meraih Rasa Percaya Diri.....	26
3. Ciri-ciri Kepercayaan Diri.....	27
4. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri	30
5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri.....	33
D. Hubungan antara kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal.....	35
E. Kerangka Konseptual.....	37
F. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
B. Defenisi Operasional Penelitian.....	39
C. Subjek Penelitian.....	40

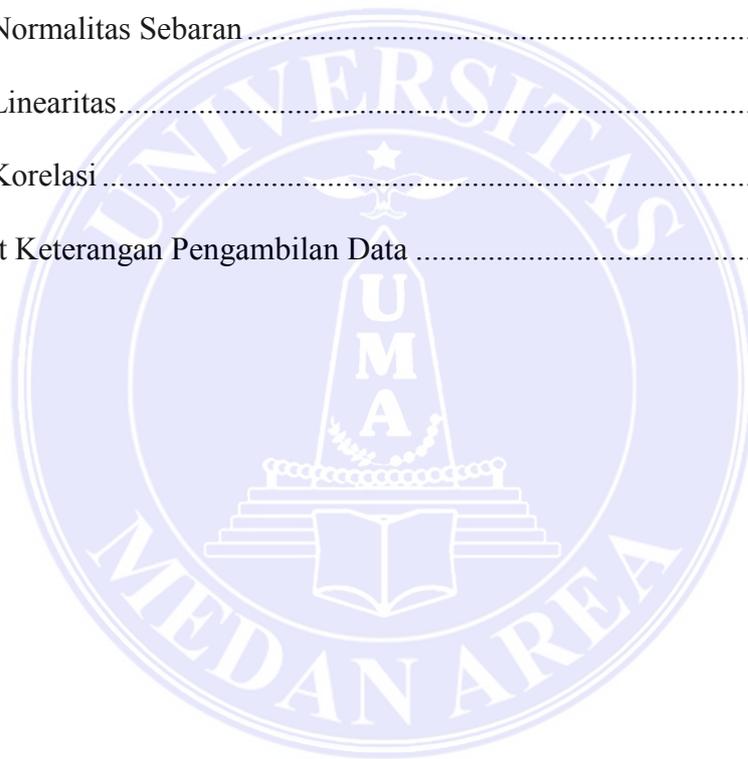
D. Metode Pengambilan Data	40
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	43
F. Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Orientasi Kanchah Penelitian	57
B. Persiapan Penelitian	58
1. Persiapan Administrasi	58
2. Persiapan Alat Ukur	59
C. Pelaksanaan Penelitian	62
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian	66
1. Uji Asumsi	66
2. Hasil Perhitungan Analisis Data	68
E. Pembahasan	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konsep Diri Sebelum Uji Coba.....	60
Tabel 2.	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konsep Diri Sebelum Uji Coba.....	62
Tabel 3.	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Perilaku Konsumtif Diri Setelah Uji Coba	64
Tabel 4.	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba.....	65
Tabel 5.	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	67
Tabel 6.	Rangkuman Hasil Uji Linieritas Sebaran	68
Tabel 7.	Rangkuman Perhitungan Analisis r Product Moment	69
Tabel 8.	Hasil Perhitungan Nilai Rata-Rata Hipotetik dan Empirik	71

DAFTAR LAMPIRAN

A. Data Penelitian	66
B. Skala Konsep Diri Degan Perilaku Konsumtif	68
C. Analisis Validitas Dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri Dengan Komunikasi Interpersonal	72
D. Uji Normalitas Sebaran	78
E. Uji Linearitas	86
F. Uji Korelasi	91
G. Surat Keterangan Pengambilan Data	93





BAB I

LATAR BELAKANG

A. Latar Belakang

Marketing yang bagi kebanyakan orang masih diidentikan dengan jualan, Menurut J. Stanton merupakan suatu sistem dari keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial, sementara penjualan hanyalah salah satu dari fungsi pemasaran tersebut.

Seorang marketing adalah seorang pemasar atau tukang promosi. Menjadi marketing yang handal adalah mampu secara "cantik" mempengaruhi pikiran dan hati konsumen dengan melakukan strategi-strategi pemasaran atau promosi berdasarkan hasil riset atau analisa terhadap trend keinginan konsumen, produk, kompetitor, lokasi, kepuasan konsumen. Marketing juga harus bisa menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Menurut Sihite (1996) marketing adalah suatu fungsi yang melaksanakan segala perencanaan, penugasan dan pengawasan terhadap kegiatan penjualan dari pada suatu perusahaan, dalam hal penerimaan tenaga penjual (*salesman*), seleksi (*recruiting*), pengaturan latihan (*training*), pengarahan (*supervise*).

Marketing atau pemasaran tidak dapat dikatakan sebagai penjualan karena penjualan merupakan bagian dari marketing. Jadi marketing mempunyai cakupan yang lebih luas dari penjualan. Tugas marketing adalah menyampaikan karakteristik produk kepada masyarakat atau konsumen.

Selain itu sebagai seorang staff marketing berkewajiban untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen lama maupun dengan konsumen yang baru. Maka staff marketing harus bisa melakukan komunikasi interpersonal kepada konsumen dengan baik.

Komunikasi interpersonal paling sering terjadi dalam kehidupan manusia setiap harinya. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seseorang lainnya atau biasanya diantara 2 orang yang dapat langsung dikehui balikkannya (Muhammad,2011). Menurut Mulyana (2007) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal.

Ada beberapa hal yang sangat dibutuhkan dalam komunikasi interpersonal diantaranya adalah keterbukaan terhadap lawan bicara, empati atau dapat merasakan perasaan yang sama dengan lawan bicara dengan tidak mengkritik pembicaraan, sikap positif, serta dengan kesetaraan dengan menghargai lawan bicara (DeVito, 2011).

Menurut Wiryanto (2004) komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para komunikasi saling menyukai, sehingga menciptakan dampak tertentu, merangsang munculnya gagasan-gagasan, menciptakan kesan-kesan atau menimbulkan reaksi-reaksi perasaan tertentu dalam diri orang lain.

Masalah pada staff marketing di PT. Starpeak Equity, Futures adalah dalam hal berkomunikasi dengan nasabah mereka masih merasa bingung. Hal ini dapat dilihat dari salah satu staff marketing yang bertemu dengan nasabah ketika staff marketing bertemu dengan nasabah ia terlihat khawatir, terlihat dari tangan yang selalu berkeringat, serta tampak gugup dan bingung untuk memulai pembicaraan dan takut pembicaraan tersebut salah. Menurut Supratiknya (1995) kesulitan mengkomunikasikan perasaan yang ada dalam diri seseorang menjadi salah satu

penghambat seseorang dalam menjalani hubungan interpersonal yang baik sehingga seseorang sering menyembunyikan perasaan dan reaksi yang ada dalam dirinya. Kesulitan dalam berkomunikasi ini berkaitan dengan kepercayaan diri seseorang.

Agar komunikasi interpersonal berjalan dan berlangsung secara efektif, seseorang perlu memiliki rasa kepercayaan diri yang tinggi, karena dengan kepercayaan diri yang tinggi seseorang lebih mampu mengungkapkan perasaan-perasaan, lebih berani menghadapi tantangan, resiko dan memiliki minat yang besar untuk menjalani hubungan komunikasi dengan orang lain dan selalu bersikap positif dalam menghadapi masalah. Sebaliknya orang yang tidak memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keinginan untuk menutup diri kurang percaya kepada kemampuan sendiri dan mudah putus asa. Orang yang kurang percaya diri akan cenderung sedapat mungkin menghindari komunikasi, takut orang lain akan mengejeknya atau menyalahkannya (Rakhmat, 2009).

Hasil observasi yang dilakukan peneliti terlihat bahwa staff marketing di PT. Starpeak Equity Futures masih ada yang belum percaya diri sehingga mengganggu komunikasi interpersonal mereka. Staff marketing yang kurang percaya diri cenderung terlihat pasif, menghindari percakapan, terkesan malu-malu dan tidak nyaman, menyibukkan diri dengan aktivitasnya karena tidak mau berbaur dengan yang lainnya, atau hanya berbicara dengan teman dekatnya saja, dan hanya diam untuk diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya.

Hal ini akan berdampak pada pekerjaannya bahwa staff marketing yang kurang percaya diri tidak dapat melaksanakan tugas dengan baik, tidak bertanggung jawab pada pekerjaannya, dan tidak adanya kemandirian. Misalnya jika ingin bertemu dengan salah satu nasabah, staff marketing yang kurang percaya diri tersebut tidak dapat melakukan pertemuan dengan nasabah dengan sendirinya, mereka selalu saja minta ditemani oleh salah satu manager atau temannya

yang lain. Dan jika mereka selalu di minta untuk melakukan pertemuan sendiri dengan salah satu nasabah mereka selalu tidak yakin akan kemampuan yang dimilikinya dalam melakukan suatu tindakan. Dan saat manager ataupun temannya yang lain tidak dapat mendampingi atau menemaninya untuk bertemu dengan salah satu nasabahnya, maka iya pun tidak jadi untuk bertemu dengan nasabah tersebut.

Menurut Perry (2006) kepercayaan diri berarti positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan dengan apa yang tidak bisa dilakukan tetapi memiliki kemampuan untuk belajar. Kepercayaan diri merupakan pelumas yang melancarkan roda hubungan antara seseorang kemampuan (bakat, keahlian dan potensi) dan cara memanfaatkannya. De Angelis (dalam Royan, 2004) menambahkan bahwa kepercayaan diri adalah sesuatu yang harus mampu menyalurkan segala yang diketahui dan dari segala yang dikerjakan.

Dengan adanya kepercayaan diri yang memadai, seseorang akan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, mempunyai pasangan hidup dan mampu mengembangkan motivasinya serta mampu mengkomunikasikan perasaannya.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melihat hubungan antara kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal staff marketing PT. Starpeak Equity Futures.

B. Identifikasi Masalah

Semua orang menggunakan komunikasi interpersonal untuk menjalani hubungan dengan orang lain. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seseorang lainnya atau biasanya diantara 2 orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (Muhammad, 2011). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi baik atau tidaknya komunikasi interpersonal seseorang antara lain ialah kepercayaan diri.

Orang yang kurang percaya diri ini cenderung terlalu pasif, menghindari percakapan, terkesan malu-malu, dan tidak nyaman, bingung memposisikan dirinya, menyibukkan diri dengan aktivitasnya karena tidak mau berbaur dengan yang lainnya, atau hanya berbicara dengan teman dekatnya saja, dan hanya diam jika diberi kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Komunikasi Interpersonal Staff Marketing PT. Starpeak Equity Futures.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini menekankan pada masalah komunikasi interpersonal, dimana dari berbagai faktor penyebab baik buruknya komunikasi interpersonal seseorang ditentukan oleh faktor kepercayaan diri. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan seseorang lainnya dan biasanya diantara dua orang yang dapat berlangsung diketahui balikkannya. Kepercayaan diri adalah merasa positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan tentang apa yang tidak bisa dilakukan, tetapi memiliki kemampuan untuk belajar. Oleh sebab itu penelitian ini memfokuskan perhatian pada kajian atau keterkaitan antara kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal, dimana yang menjadi subjek penelitian adalah staff marketing PT. Starpeak Equity Futures.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : apakah ada hubungan kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal pada staff marketing?



E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal pada staff marketing PT. Starpeak Equity Futures.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya bidang psikologi, terutama yang berkaitan dengan psikologi industri dan organisasi yang berhubungan dengan kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat memperkaya bahan kepustakaan serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan serta masukan bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan masukan kepada staff marketing dalam merencanakan tindakan yang mengarah pada peningkatan dan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Staff Marketing

Pengertian Staff Marketing

Marketing yang bagi kebanyakan orang masih diidentikan dengan jualan, Menurut J. Stanton merupakan suatu sistem dari keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial, sementara penjualan hanyalah salah satu dari fungsi pemasaran tersebut.

Seorang marketing adalah seorang pemasar atau tukang promosi. Menjadi marketing yang handal adalah mampu secara "cantik" mempengaruhi pikiran dan hati konsumen dengan melakukan strategi-strategi pemasaran atau promosi berdasarkan hasil riset atau analisa terhadap trend keinginan konsumen, produk, kompetitor, lokasi, kepuasan konsumen. Marketing juga harus bisa menjaga hubungan baik dengan konsumen untuk mendapatkan loyalitas konsumen.

Menurut Sihite (1996) marketing adalah suatu fungsi yang melaksanakan segala perencanaan, penugasan dan pengawasan terhadap kegiatan penjualan dari pada suatu perusahaan, dalam hal penerimaan tenaga penjual (*salesman*), seleksi (*recruiting*), pengaturan latihan (*training*), pengarahan (*supervise*).

Marketing atau pemasaran tidak dapat dikatakan sebagai penjualan karena penjualan merupakan bagian dari marketing. Jadi marketing mempunyai cakupan yang lebih luas dari penjualan. Tugas marketing adalah menyampaikan karakteristik produk kepada masyarakat atau konsumen.

B. Komunikasi Interpesonal

1. Pengertian Komunikasi Interpesonal

Komunikasi adalah suatu aktivitas dimana komunikator menyampaikan pesan untuk orang lain. Menurut Forsdale (dalam Muhammad, 2011) komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara, dan diubah. Cangara (1998) mengatakan bahwa melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain sehingga dapat berhubungan atau berinteraksi antara satu dengan lain dengan melakukan komunikasi tersebut.

Muhammad (2011) mengatakan bahwa komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Menurut Ross (dalam Rakhmat, 2009) komunikasi adalah proses transaksional yang meliputi pemisahan, dan pemilihan bersarna lambang secara kognitif, begitu rupa sehingga membantu orang lain untuk mengeluarkan dari pengalamannya sendiri yang sama dengan yang dimaksud oleh sumber.

Komunikasi penting untuk membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2007). Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya komunikasi interpersonal yang baik.

Komunikasi interpersonal sering juga disebut sebagai komunikasi antar pribadi. Menurut Liliweri (2003) komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah berkomunikasi dengan seseorang secara informal dan tidak berstruktur, yang terjadi antara dua atau tiga orang. Muhammad (2011) menjelaskan komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi

diantara seseorang dengan seseorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat berlangsung diketahui balikkannya. Menurut Trenholm dan Jensen (dalam Wiryanto, 2004) komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka.

Menurut pandangan Veusch & Bcteson (dalam Suprpto, 2009) komunikasi interpersonal diartikan sebagai relasi individual dengan orang lain dalam konteks sosialnya. Sedangkan menurut Rogers (dalam Wiryanto, 2004) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi dari mulut ke mulut yang terjadi dalam interaksi tatap muka antara beberapa orang.

Menurut De Vito (2001) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman pesan-pesan dari seseorang ke orang lain serta komunikasi yang terjalin di antara individu karena memiliki hubungan yang jelas seperti anak dengan orangtua, dokter dengan perawat, menantu dengan mertua, guru dengan siswa dan lain sebagainya, komunikasi interpersonal biasaya dilakukan secara langsung dan bertatap muka sehingga efek yang didapat dari pesan yang disampaikan diperoleh secara langsung dan pesan yang disampaikan diterima dengan jelas. Mulyana (2007) menambahkan komunikasi interpersonal adalah komunikasi dengan orang-orang dengan cara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi peserta komunikasi yang lainnya secara langsung, baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila dilakukan secara tatap muka agar orang yang terlibat dalam komunikasi mendapatkan reaksi secara langsung dan begitu juga sebaliknya saat komunikasi interpersonal dilakukan secara tiak langsung.

De Vito (1997) mengatakan bahwa komunikasi interpersonal mengacu pada tindakan oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan terdistorsi oleh gangguan, terjadi

dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan adanya kesempatan untuk melakukan umpan balik.

Dari pendapat para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terdiri dari paling sedikit dua orang atau lebih yang terjadi secara langsung atau tatap muka yang bersifat informal, tidak berstruktur dalam partisipasinya dapat langsung mendapatkan umpan balik dari lawan bicaranya.

2. Komunikasi Interpersonal Marketing

Harsono Suwardi menyatakan bahwa dasar dari marketing adalah komunikasi dan marketing bisa akan begitu *powerfull* jika dipadukan dengan komunikasi yang efektif dan efisien. Bagairnaua menarik konsumen atau khalayak menjadi *aware*, kenal dan tertarik dalam suatu produk atau jasa melalui saluran komunikasi (Prisgunanto, 2006).

Hubungan antara marketing dengan komunikasi merupakan hubungan yang erat. Komunikasi merupakan proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu, atau antara perusahaan dan individu. Komunikasi dalam marketing bersifat kompleks, tidak sederhana seperti berbincang-bincang dengan teman atau keluarga. (Kotler dan Keller, 2012) menyatakan bahwa komunikasi marketing adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk yang mereka tawarkan.

Komunikasi marketing dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan tercapai yaitu terjadi peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau produk yang ditawarkan (Kennedy dan Soeman Agata, 2006).

3. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Aw (2011) mengemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal antara lain :

a. Arus pesan dua arah

Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya.

b. Suasana nonformal

Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, apabila itu berlangsung antara para pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu berlangsung antara pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemuan relevan dengan suasana nonformal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis.

c. Umpan balik segera

Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

d. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat

Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antara individu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelajar saling bertatap muka, berada pada satu lokasi di tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antara individu.

- e. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal

Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.

Sementara itu Pearson (dalam Aw, 2011) menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal, yaitu :

- a. Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*)
Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.
- b. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional
Ciri komunikasi seperti ini terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.
- c. Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi
Efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga ditentukan kadar hubungan antara individu.
- d. Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi

Komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala antara pihak-pihak yang berkomunikasi itu saling bertatap muka.

- e. Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan lainnya (interdependensi).

Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi, sehingga terdapat saling ketergantungan emosional diantara pihak-pihak yang berkomunikasi.

- f. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang

Artinya, ketika seorang sudah terlanjur mengucapkan suatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan. Kalau seseorang terlanjur melakukan salah ucap, orang tersebut dapat meminta maaf dan diberi maaf, tetapi itu tidak berarti menghapus apa yang pernah diucapkan.

Dari beberapa pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri komunikasi interpersonal yaitu arus pesan dua arah, suasana nonformal, umpan balik segera, pihak komunikasi berada dalam jarak yang dekat, peserta komunikasi menerima dan mengirim pesan secara simultan dan spontan baik.

4. Aspek-Aspek Komunikasi Interpersonal

Menurut Bruhmester, dkk (dalam Suryanti, 2011) bahwa aspek komunikasi interpersonal sebagai berikut:

- 1) Aspek kemampuan berinisiatif

Usaha untuk mulai suatu bentuk interaksi atau hubungan dengan orang lain atau dengan lingkungan sosial yang lebih besar. Inisiatif ini merupakan suatu pencairan pengalaman baru yang lebih banyak dan luas tentang dunia luar dan tentang dirinya sendiri dengan tujuan untuk mencocokkan suatu informasi yang telah diketahui agar dapat lebih

memahaminya. Sebagai contoh : seorang siswa akan memperkenalkan dirinya pada siswa lain yang duduk di sebelahnya.

2) Aspek kemampuan bersikap asertif

Dalam konteks komunikasi ini, seseorang harus mampu mengungkapkan aset tujuannya atas berbagai macam hal atau peristiwa yang tidak sesuai dengan dalam pikirannya itu berarti diperlukan adanya asertivitas dalam diri seseorang. Asertivitas adalah kemampuan seseorang dan kesediaan individu untuk mengungkapkan perasaan-perasaan secara jelas dan dapat mempertahankan hak-haknya dengan tegas. Sebagai contoh : saat seorang siswa marah dan menyampaikan bahwa dirinya tidak menyukai apa yang dilakukan teman sebangkunya ketika ia mengetahui bahwa temannya mengambil bukunya tanpa meminta izin sebelumnya.

3) Aspek kemampuan memberikan dukungan emosional

Kemampuan memberikan dukungan emosional sangat berguna mengoptimalkan komunikasi interpersonal. Dimana dukungan emosional mencakup kemampuan untuk menenangkan dan memberi rasa nyaman kepada orang lain ketika orang tersebut dalam keadaan tertekan dalam masalah. Sebagai contoh : ketika seorang siswa yang dimarahi oleh seorang guru dan siswa lain memberikan semangat kembali agar siswa tersebut tidak putus asa.

4) Aspek kemampuan mengatasi konflik

Setiap hubungan interpersonal mengandung unsur-unsur perbedaan kepentingan. Dimana ditandai oleh adanya tindakan salah satu yang menghalangi, menghambat, dan mengganggu tindakan pihak lain. Dalam situasi konflik terjadi empat kemungkinan yaitu : memutuskan untuk mengakhiri hubungan, mengharapkan keadaan membaik dengan sendirinya.

Menurut De Vito (2004), ada beberapa aspek komunikasi interpersonal antara lain:

a. Keterbukaan (*openness*)

Komunikator interpersonal yang efektif harus lebih terbuka pada orang yang diajak berkomunikasi, tnau mengungkapkan informasi tentang hal-hal yang tidak biasa diungkapkan kepada orang lain, selain itu adanya kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus dan harus kritis terhadap stimulus yang diberikan pada lawan bicara

b. Empati (*emphaty*)

Mampu merasakan apa yang orang lain rasakan, mengalami apa yang orang lain alami berdasarkan sudut pandang orang tersebut tanpa kehilangan identitas diri. Orang yang mampu empati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka. Empati dapat dikomunikasikan secara verbal maupun nonverbal. Secara nonverbal empati dapat dikomunikasikan dengan adanya konsentrasi terpusat yang meliputi kontak mata, postur tubuh yang penuh perhatian dan kedekatan fisik serta adanya keterlibatan aktif dengan orang itu melalui ekspresi wajah dan gerak-gerik yang sesuai.

c. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Dalam berkomunikasi harus bersikap deskriptif yaitu komunikasi yang dilakukan bukan sebagai penilaian terhadap diri orang atau mengevaluasi sehingga mengarah sikap defensif kemudian harus profesional yaitu untuk menjadi provisional biasanya bersifat *tentative*, lebih *open-minded* saat berkomunikasi dan bersedia mendengarkan pandangan dari lawan bicara.

d. Sikap positif (*positiveness*)

Individu yang melakukan komunikasi interpersonal harus bersikap positif dengan cara mengacu pada hal-hal yang positif yang ditunjukkan pada diri sendiri dan orang lain serta kerap memberikan pujian kepada orang lain.

e. Kesamaan atau kesetaraan (*equality*)

Komunikasi akan lebih akrab dan jalinan pribadi akan menjadi semakin lebih kuat apabila memiliki kesamaan tertentu antara komunikator dan komunikan dalam hal pandangan, sikap, kesamaan ideologi dan lain sebagainya.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek komunikasi interpersonal adalah aspek-aspek kemampuan berinisiatif, aspek kemampuan bersikap asertif, aspek kemampuan memberikan dukungan emosional, dan aspek kemampuan mengatasi konflik, keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesamaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi antar pribadi dikatakan efektif jika setiap komunikasi melakukan setiap komunikasi dengan saling membuka diri dan saling mendukung terhadap segala rangsangan yang datang. Dapat menempatkan perasaan dan posisi yang tepat sebagai rasa empati terhadap komunikasi yang lain ketika akan menghadapi sesuatu tekanan atau ketakutan. Dengan kata lain dengan adanya saling mempercayai dan membutuhkan bagi setiap komunikasi yang melakukan komunikasi tersebut.

5. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Muhammad (2011) mengatakan bahwa ada beberapa tujuan komunikasi interpersonal, anatar lain:

a. Menemukan diri sendiri

Bila seseorang terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain, orang tersebut belajar banyak sekali tentang diri sendiri maupun orang lain. Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan untuk berbicara tentang apa yang disukai atau mengenai diri sendiri. Dengan membicarakan diri sendiri dengan orang lain, dapat memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran dan tingkah laku. Melalui komunikasi interpersonal juga dapat dipelajari bagaimana menghadapi orang lain, apakah kekuatan dan kelemahan diri dan siapakah yang menyukai dan tidak menyukai diri serta mengapa.

b. Menemukan dunia luar

Banyak informasi yang datang dari komunikasi interpersonal. Meskipun banyak jumlah informasi yang datang dari media massa, hal itu sering kali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal

c. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak waktu yang dipergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain. Hubungan yang demikian, membantu mengurangi kesepian dan depresi, menjadikan diri sanggup saling berbagi kesenangan dan pada umumnya membuat diri seseorang merasa lebih positif tentang diri sendiri.

d. Mengubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu yang digunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Menarik untuk dicatat bahwa studi mengenai keefektifan media massa, bertentangan dengan situasi interpersonal dalam mengubah sikap tingkah laku tertentu. Seseorang lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal dari pada komunikasi media massa.

e. Untuk bermain dan kesenangan

Berbicara dengan teman mengenai aktivitas pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah pembicaraan yang menghabiskan waktu. Walaupun kelihatannya kegiatan itu tidak berarti tetapi mempunyai tujuan yang sangat penting. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan.

f. Untuk membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli-ahli psikologi klinis dan para terapis menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka dalam kegiatan untuk mengarahkan

kliennya. Semua orang juga berfungsi membantu orang lain untuk berinteraksi interpersonal sehari-hari. Berkonsultasi dengan seorang teman yang sedang putus cinta, berkonsultasi dengan semua mahasiswa tentang matakuliah yang sebaiknya diambil, dan memberikan hal yang menyenangkan pada anak yang sedang menangis. Apakah professional atau tidak professional, keberhasilan memberikan bantuan tergantung pada pengetahuan dan keterampilan komunikasi interpersonal mereka sendiri.

Dari pendapat para ahli di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar, membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti, mengubah sikap dan tingkah laku, untuk bermain dan kesenangan serta untuk membantu.

6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Menurut Hardjana (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal diantaranya.

a. Konsep diri

Konsep diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal, karena setiap orang bertingkah laku sedapat mungkin dengan konsep dirinya. Sukses komunikasi interpersonal banyak bergantung pada negatif cenderung menghindari dialog yang terbuka, dan bersikeras mempertahankan pendapatnya dengan berbagai justifikasi atau logika yang kelim. Oleh sebab itu untuk efektivitas komunikasi interpersonal diperlakukan konsep diri positif, karena dalam konsep diri yang positif maka perilaku komunikasi interpersonal akan berjalan dengan baik.

b. Membuka diri

Pengetahuan tentang diri akan meningkatkan komunikasi interpersonal, dan pada saat yang sama berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri sendiri. Semakin sering seseorang berkomunikasi dengan membuka diri kepada orang lain, maka ia akan memahami kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya. Dirinya akan belajar menutupi kekurangan yang dimilikinya dengan meningkatkan kepercayaan diri dan saling menghargai sehingga komunikasi interpersonal yang akan dijalankan akan meningkat dan dirinya akan lebih mudah percaya diri dan bersosialisasi.

c. Percaya diri

Percaya diri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam komunikasi interpersonal. Orang yang kurang percaya diri akan sedapat mungkin menghindari komunikasi karena dirinya takut disalahkan apabila dirinya berbicara, sehingga cenderung diam dalam berkomunikasi. Hal ini akan menimbulkan sikap rasa gagal dalam kegiatannya. Rasa percaya diri akan ditingkatkan dalam berinteraksi, karena dengan adanya rasa percaya diri yang tinggi akan membantu seseorang dalam berkomunikasi, sehingga seseorang tersebut dapat melakukan aktivitas dengan baik. Semakin tinggi kepercayaan diri yang dimiliki seseorang, maka semakin baik komunikasi interpersonal yang dijalankan.

Sedangkan menurut Lunandi (1994) ada enam faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal :

a. Citra diri

Setiap manusia merupakan gambaran tertentu mengenai dirinya, status sosialnya, kelebihan dan kekurangannya. Dengan kata lain citra diri menentukan ekspresi dan persepsi orang. Manusia belajar menciptakan citra diri dengan hubungannya dengan orang lain, terutama manusia lain yang penting bagi dirinya.

b. Citra pihak lain

Citra pihak lain juga menentukan cara dan kemampuan orang berkomunikasi. Di pihak lain yaitu orang yang diajak berkomunikasi mempunyai gambaran khas bagi dirinya. Kadang dengan orang yang satu komunikatif dengan lancar, tenang, jelas dengan oranglainnya tahu-tahu menjadi gugup dan bingung. Ternyata saat berkomunikasi dirasakan campur tangan citra diri dan citra pihak lain.

c. Lingkungan fisik

Tingkah laku manusia berbeda dari satu tempat ke tempat lain, karena setiap tempat ada norma sendiri yang harus ditaati. Disamping itu suatu tempat atau disebut lingkungan fisik sudah tentu adanya kaitannya dengan kedua faktor di atas.

d. Lingkungan sosial

Sebagaimana lingkungan, yaitu fisik dan sosial mempengaruhi tingkah laku dan komunikasi, tingkah laku dan komunikasi mempengaruhi suasana lingkungan, setiap orang harus memiliki kepekaan tentang lingkungan tempat berada, memiliki kemahiran untuk membedakan lingkungan yang satu dengan lingkungan yang lain.

e. Kondisi

Kondisi fisik punya pengaruh terhadap komunikasi yang sedang sakit kurang cermat dalam memilih kata-kata. Kondisi emosional yang kurang stabil, komunikasinya juga kurang stabil, karena komunikasi berlangsung timbal balik. Kondisi tersebut bukan hanya mempengaruhi pengiriman komunikasi juga penerimaan. Komunikasi berarti peluapan sesuatu yang terpenting adalah meringkan kesesalan yang dapat membantu meletakkan segalanya pada proposisi yang lebih wajar.

f. Bahasa badan

Komunikasi tidak hanya dikirim atau terkirim melalui kata-kata yang diucapkan. Badan juga merupakan medium komunikasi yang kadang sangat efektif kadang pula dapat samar. Akan tetapi dalam hubungan antara orang dalam sebuah lingkungan kerja tubuh dapat ditafsirkan secara umum sebagai bahasa atau pernyataan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal meliputi konsep diri, membuka diri dan percaya diri, serta citra diri, citra pihak lain, lingkungan fisik, lingkungan sosial, kondisi dan bahasa badan.



C. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Menurut Perry (2006) kepercayaan diri berarti merasa positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan tentang apa yang tidak bisa dilakukan, tetapi memiliki kemampuan untuk belajar. Kata percaya diri adalah kemampuan untuk mempercayai kemampuan sendiri. Kepercayaan diri merupakan pelumas untuk memperlancar hubungan antara manusia, kemampuan, (bakat, keahlian dan potensi) dan cara memanfaatkannya.

Usqhari (2005) menambahkan bahwa kepercayaan diri adalah sebetulnya kepercayaan terhadap diri secara mutlak. Secara ilmiah, kepercayaan diri adalah sebetulnya keyakinan diri terhadap jiwa, kesepahaman dengan jiwa dan kemampuan menguasai jiwa. Menurut Santrock (2003) kepercayaan diri adalah dimensi evaluatif yang menyeluruh dari dalam diri. Rasa kepercayaan diri juga disebut dengan harga diri atau gambaran diri.

Menurut Hakim (2004) mengatakan kepercayaan diri adalah bentuk tertinggi dari motivasi manusia. Akan tetapi dibutuhkan waktu dan kesabaran serta tidak mengesampingkan kebutuhan untuk melatih seseorang sehingga kecakapan mereka dapat meningkatkan taraf kepercayaan diri. Ia menambahkan lagi bahwa kepercayaan diri dapat diartikan sebagai suatu keyakinan seseorang dari segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk mencapai berbagai tujuan dalam hidupnya. Sedangkan Menurut Guilford (dalam Hakim, 2004) kepercayaan diri adalah pengharapan umum dalam keberhasilan.

Menurut George dan Cristian (dalam Santrock, 2003) kepercayaan diri sendiri adalah kemampuan berfikir rasional berupa keyakinan-keyakinan, ide-ide dan proses berfikir yang tidak mengandung unsur keharusan yang menuntut individu sehingga menghambat proses

perkembangan dan ketika menghadapi problem atau persoalan individu tersebut mampu berfikir, menilai, menimbang, menganalisa, memutuskan dan melalukan. Rasa percaya diri adalah dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri.

Menurut Rini (2002) kepercayaan diri mengandung pengertian bahwa seseorang itu dapat melakukan apa yang harus dilakukan. Ia juga menambahkan bahwa kepercayaan diri adalah sikap positif baik terhadap diri sendiri maupun situasi yang dihadapinya. Davies (2004) mengungkapkan bahwa kepercayaan diri adalah pandangan seseorang tentang harga diri dan kewajiban diri sebagai pribadi. Dijelaskan lebih lanjut bahwa kepercayaan diri adalah mempunyai keyakinan dan kemampuan-kemampuan sendiri, keyakinan pada adanya suatu maksud dalam kehidupan, dan kepercayaan bahwa meraka mampu melakukan apa yang diinginkan, reencanakan dan harapan. Orang yang percaya diri tetap positif meskipun sebagian dari harapan-harapan itu tidak terpenuhi.

De Angelis (dalam Royan, 2004) mengatakan bahwa kepercayaan diri adalah sesuatu yang harus mampu menyalurkan segala yang diketahui dari segala yang dikerjakan. Lumpkin (2005) menyatakan bahwa rasa percaya diri yang sejati berarti memiliki beberapa hal yang meliputi integritas diri, wawasan pengetahuan, keberanian, sudut pandang yang luas dan harga diri yang positif.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan para ahli di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan diri adalah keyakinan pada kemampuan-kemampuan sendiri atau pandangan seseorang tentang harga diri dan kewajaran diri sehingga membuat seseorang merasa mampu untuk mencapai berbagai tujuan dalam hidupnya.

2. Prinsip Untuk Meraih Rasa Kepercayaan Diri

Usqhari (2005) menyebutkan bahwa ada beberapa prinsip untuk meraih rasa percaya diri yaitu :

- a. Menumbuhkan dalam diri mental-mental positif yang mampu mengantarkan diri pada kesuksesan.
- b. Bersikap secara bijaksana dalam merencanakan target-target kehidupan, dan upayakan target yang Sudah dicanangkan itu tidak terlalu muluk-muluk, melebihi potensi dan kemampuan yang dimiliki.
- c. Jika ingin memiliki rasa percaya diri yang lebih kuat dalam berinteraksi dengan orang lain, maka terlebih dahulu dituntut untuk belajar bagaimana bergaul yang baik dengan orang lain
- d. Untuk memperoleh rasa percaya diri, disarankan agar senantiasa memerhatikan penampilan psikis dan fisik dengan baik.
- e. Pilih teman yang siap memperbaiki kepercayaan pada diri sendiri.

Dari pendapat para ahli di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa prinsip untuk meraih rasa percaya diri adalah menumbuhkan dalam diri mental positif, bersikap secara bijaksana, memiliki percaya diri yang kuat dalam berinteraksi dengan orang lain, memperoleh rasa percaya diri dan memilih teman yang siap memperbaiki kepercayaan.

3. Ciri-Ciri Kepercayaan Diri

Menurut Perry (2006) ciri orang yang memiliki kepercayaan diri adalah fokus pada apa yang bisa dilakukan dan hasil positif yang akan diraih, bukan pada apa yang tidak bisa mereka lakukan dan apa yang mungkin salah.

Watennan (dalam Rini, 2002) menggambarkan ciri-ciri orang yang memiliki kepercayaan diri adalah sebagai orang yangh mampu melaksanakan tugas-tugas dengan baik dan bertanggung

jawab serta memiliki rencana terhadap masa depan. Sedangkan Louster (dalam Davies, 2004) menambahkan bahwa orang yang memiliki kepercayaan diri adalah orang yang tidak mementingkan diri sendiri dan tidak memerlukan dukungan orang lain.

Waterman (dalam Syamsiah, 2000) memberikan ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri sebagai berikut:

- a. Mampu melaksanakan tugas dengan baik, yaitu dapat mengerjakan sesuatu dengan teratur dan penuh kedisiplinan tanpa adanya hambatan.
- b. Mandiri, yaitu merupakan bentuk perilaku untuk melakukan sesuatu sendiri di dalam kehidupan yang ditandai dengan adanya inisiatif terhadap diri sendiri, sehingga dapat memiliki kepercayaan diri yang baik.
- c. Optimis, yaitu orang yang memandang segala sesuatu dari segi yang mengandung harapan baik.
- d. Bertanggung jawab, yaitu kemandirian untuk memikul bagian beban terhadap urusan sendiri, sehingga dapat memikul kepercayaan diri yang baik.
- e. Tidak memerlukan dukungan orang lain, yaitu seseorang yang memiliki pribadi yang dapat menguasai lingkungan secara kreatif dan berdiri di atas kedua kakinya tanpa menuruti banyak dari orang lain.

William & Demo (dalam Sanffock, 2003) menambahkan beberapa indikator perilaku dari orang yang memiliki kepercayaan diri sebagai berikut :

- a. Mengarahkan atau memerintah orang lain
- b. Menggunakan kualitas suara yang disesuaikan dengan situasi
- c. Mengekspresikan pendapat
- d. Duduk dengan orang lain dalam aktivitas sosial

- e. Bekerja seara kooperatif dalam kelompok
- f. Memandang lawan bicara ketika mengajak atau diajak bicara
- g. Menjaga kontak mata selama pembicaraan berlangsung
- h. Memulai kontak yang ramah dengan orang lain
- i. Menjaga jarak yang sesuai antara diri sendiri dengan orang lain
- j. Bicara dengan lancar, hanya mengalami sedikit keraguan

Selanjutnya Hakim (2004) mengatakan ada ciri-ciri orang memiliki kepercayaan diri:

- a. Bersikap tenang dalam mengerjakan sesuatu
- b. Mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi
- c. Memiliki kemampuan bersosialisasi
- d. Memiliki kemampuan yang memadai
- e. Selalu positif dalam menghadapi berbagai masalah.

Selain indikator perilaku dari orang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, Wiliam & Demo (dalam Santrock, 2003) juga menyebutkan beberapa indikator orang yang memiliki kepercayaan diri yang rendah, antara lain :

- a. Merendahkan orang lain dengan cara menggoda, memberi nama panggilan atau menggosip
- b. Menggerakkan tubuh secara dramatis atau tidak sesuai konteks
- c. Melakukan sentuhan yang tidak sesuai atau menghindari kontak fisik,
- d. Memberikan alasan-alasan ketika gagal melakukan sesuatu
- e. Melihat sekeliling untuk memonitor orang lain
- f. Membuat secara berlebihan tentang prestasi, keterampilan dan penampilan fisik
- g. Merendahkan diri sendiri secara verbal

- h. Berbicara dengan keras, tiba-tiba atau dengan anda suara yang dogmatis
- i. Tidak mengekspresikan pandangan atau pendapat terutama ketika ditanya
- j. Memposisikan diri secara submisif

Berdasarkan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ciri-ciri orang yang memiliki kepercayaan diri adalah mampu melaksanakan tugas dengan baik, mandiri, optimis, bertanggung jawab, tidak mementingkan diri sendiri, tidak memerlukan orang lain, bersikap tenang, mampu menyesuaikan diri dan berkomunikasi dan bersosialisasi. Sebaliknya orang yang tidak percaya diri akan melakukan hal-hal yang berlebihan untuk menutupi kekurangannya, merendahkan diri sendiri secara verbal, merendahkan orang lain dengan menggossip, serta tidak memberi pendapat terutama ketika ditanya.

4. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri

Surya (2010) menyebutkan bahwa unsur pembentuk percaya diri terdiri dari dua aspek, yaitu :

a. Aspek psikologis

Aspek psikologis terkait dengan suara hati. Suara hati sebagai pembanding atau penilai kekuatan, kesanggupan, keberanian, keberartian atas segenap kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menentukan sikap maupun perbuatan orang tersebut. Dengan kata lain, suara hati merupakan parameter yang memberi dorongan dari dalam diri seseorang untuk memproses pembentukan kepercayaan diri. Jika proses penilaian kemampuan diri menghasilkan nilai yang mantap atau tinggi dorongan dan pengendalian pembentukan percaya diri menjadi kuat. Begitu juga sebaliknya, jika penilaian kemampuan diri menghasilkan nilai yang rendah, maka pengendalian pembentukan percaya diri akan melemah.

Aspek psikologis mempengaruhi dan membentuk percaya diri, merupakan gabungan dari:

1) *Self control* (pengendalian diri)

Fungsi *self control* adalah mengatur power atau kekuatan dorongan dan keinginan dalam diri yang menjadi inti tingkat kesanggupan, keyakinan, keberanian, perasaan dan emosi dalam diri seseorang. *Self control* dalam diri ini memberikan kekuatan dan menggerakkan kepercayaan diri positif atau negatif.

2) Suasana hati yang dihayati

Efek senang dan gembira merupakan sumber energi yang mempengaruhi bentukan suara hati positif dan berdampak meningkatkan power atau *self control* sehingga konsep percaya diri pun semakin mantap. Sebaliknya, perasaan terpuruk, sedih, marah, cemas, dan kesal malah membebani hati dan berdampak pada suara hati negatif yang mempengaruhi penurunan power atau *self control* sehingga membuat tidak percaya diri.

3) Citra fisik

Kondisi fisik seseorang sangat mempengaruhi suasana hati maupun *self control* seseorang. Jika penerimaan terhadap kondisi fisik cukup memuaskan, tentu akan memberikan suasana hati yang menyenangkan. Dampaknya pada pembentukan suara hati yang positif dan mampu menggerakkan *self control* sehingga kepercayaan diri yang terbentuk pun positif.

4) Citra sosial

Penerimaan dan penilaian seseorang yang supel cerdas dan hebat dapat meningkatkan kepercayaan diri, sebaliknya, penerimaan lingkungan yang buruk seseorang akan menilai dirinya negatif, merasa tidak berharga atau tidak pantas dan rendah diri sehingga memiliki suasana hati negatif dan rasa kepercayaan diri menjadi sangat lemah.



5) Citra diri

Untuk meningkatkan citra diri perlu ditingkatkan kemampuan pribadi, nilai peran dalam lingkungan keluarga maupun pergaulan. Jika peran cukup baik, dan nilai peran cukup berarti, maka suara hati semakin mantap dan rasa kepercayaan diri akan tinggi.

b. Aspek keterampilan teknis

Fungsi dari keterampilan teknis yaitu kemampuan menyusun kerangka berfikir dan keterampilan berbuat secara terfokus, terarah dan terukur step by step untuk melakukan proses kegiatan atau perbuatan.

Aspek-aspek keterampilan teknis ini meliputi:

1) Taktis

Mengandung arti upaya mengarahkan proses berfikir, bertindak cepat dan efektif secara terukur dan terarah langsung menuju objek sasaran usaha.

2) Metodis

Metodis mengandung arti prosedur bagaimana cara menggerakkan proses penalaran dan tindakan efektif dalam memproses pokok masalah sehingga dapat mengurai, menyusun, menimbang dan memecahkan pokok masalah dalam bentuk pola tindakan atau prakarsa.

3) Imajinatif

Imajinatif adalah berfikir kreatif dalam menelaah dan memecahkan pokok permasalahan dengan memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan yang mungkin dapat dimunculkan mengatasi pokok permasalahan.

Berdasarkan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa aspek-aspek kepercayaan diri adalah aspek psikologis dan aspek keterampilan teknis. Dimana aspek psikologis meliputi :

pengendalian diri, suasana hati yang dihayati, citra fisik, citra sosial dan citra diri. Dan aspek keterampilan teknis meliputi : taktis, metodis, dan imajinatif.

5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Menurut Santrock (2003) ada dua faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri, sebagai berikut :

a. Orang tua

Pada suatu penelitian yang luas mengenai orang tua dan anak dengan rasa kepercayaan diri, terdapat suatu alat ukur rasa kepercayaan diri yang diberikan pada seorang anak dan kemudian ibunya diwawancarai mengenai hubungan keluarga mereka (Coopersmith dalam Santrock, 2003).

Berdasarkan penelitian tersebut atribut-atribut dari orangtua yang berhubungan dengan tingkat rasa kepercayaan diri yang tinggi adalah :

- 1) Ekspresi rasa kasih sayang
- 2) Perhatian terhadap masalah yang dihadapi anak
- 3) Keharmonisan di rumah
- 4) Partisipasi dalam aktivitas bersama keluarga
- 5) Kesiediaan untuk memberikan pertolongan yang kompeten dan terarah pada anak ketika mereka membutuhkannya
- 6) Menetapkan peraturan yang adil dan jelas
- 7) Mematuhi peraturan-peraturan
- 8) Memberikan kebebasan pada anak dengan batas-batas yang telah ditentukan.

Walaupun faktor-faktor di atas terbukti sebagai faktor penentu yang penting bagi rasa kepercayaan diri, para peneliti hanya dapat menyatakan bahwa faktor-faktor tersebut

berhubungan dengan rasa kepercayaan diri namun bukan sebagai pengembangan tingkat kepercayaan diri.

b. Teman sebaya

Sebuah penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya lebih berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri tanpa melepas pentingnya peran orangtua. Menurut Louster (dalam Suryati, 20010) ada beberapa faktor yang mempengaruhi rasa kepercayaan diri yaitu sebagai berikut :

1) Kemampuan pribadi

Kemampuan pribadi yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengembangkan diri dimana individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam tindakannya, tidak tergantung dengan orang lain dan percaya pada kemampuan diri sendiri.

2) Interaksi sosial

Interaksi sosial yaitu mengenali bagaimana individu dalam hubungan dengan lingkungannya bertoleransi dapat menerima dan menghargai orang lain.

3) Konsep diri

Konsep diri yaitu bagaimana individu memandang dan menilai dirinya sendiri secara positif atau negatif, mengenai kelebihan dan kekurangan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri bisa datang dari dalam diri seperti kemampuan diri dan konsep diri maupun dari lingkungan sekitar seperti orang tua, teman sebaya maupun interaksi sosial.

D. Hubungan Antara Kepercayaan Diri dengan Komunikasi Interpesonal

Kepercayaan diri merupakan faktor yang sangat menentukan dalam komunikasi interpersonal. Rakhmat (2009) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal yang buruk disebabkan oleh beberapa faktor, tetapi kepercayaan dirilah yang paling menentukan atau mempengaruhi.

Perry (2006) menyatakan bahwa kepercayaan diri berarti merasa positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan apa yang tidak bisa dilakukan, tetapi memiliki kemampuan untuk belajar. Dengan adanya rasa percaya diri yang tinggi akan menciptakan individu yang selalu optimis.

Rasa tidak percaya diri ternyata merupakan sikap yang sangat merugikan dan menunjukkan ketidakcakapan seseorang. Takut salah, takut mengalami kegagalan, takut ditolak dan dada berdebar-debar yang diikuti oleh perasaan tak tenang atau resah sebelum melakukan tindakan, perbuatan atau kegiatan ternyata telah menyita dan menghabiskan banyak energi sehingga menyebabkan seseorang menjadi tidak berhasil, mengurungkan niat melakukan kegiatan atau tidak dapat mengambil keputusan karena ragu-ragu (Surya, 2007).

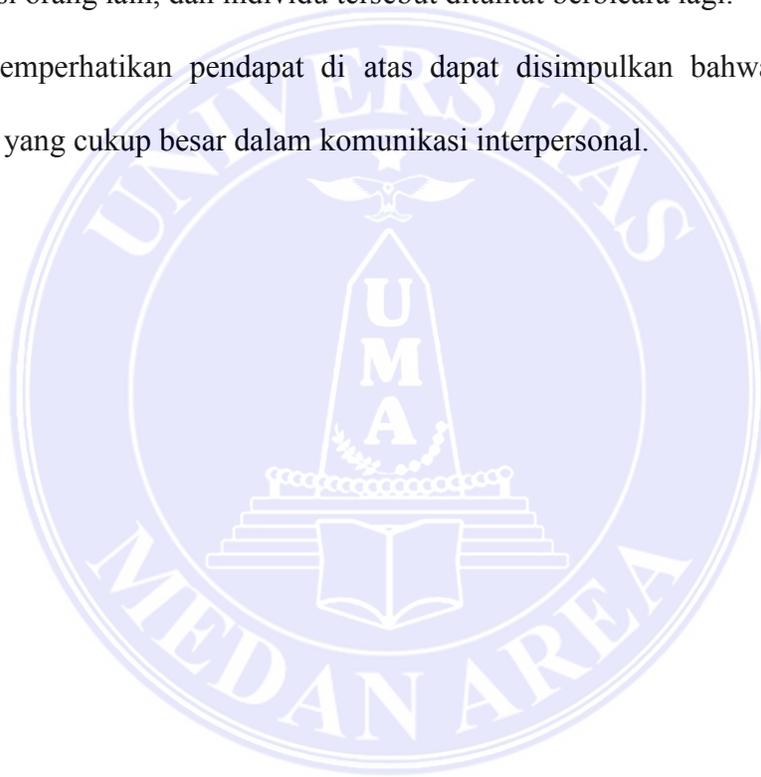
Berhasil atau tidaknya komunikasi interpersonal tergantung pada kualitas kepercayaan diri seseorang. Dengan mempunyai kepercayaan diri yang tinggi, individu dapat berperilaku secara bertanggung jawab, memiliki tingkat aspirasi yang tinggi, tidak kalah, dapat menerima diri apa adanya. Kepercayaan diri yang tinggi, melahirkan pola perilaku komunikasi interpersonal yang baik.

Dengan adanya kepercayaan diri yang memadai, seseorang akan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan baru, mempunyai pasangan hidup dan mampu mengembangkan motivasinya serta mengkomunikasikan perasaannya. Kesulitan mengkomunikasikan perasaan yang ada dalam diri seseorang menjadi salah satu penghambat seseorang dalam menjalani

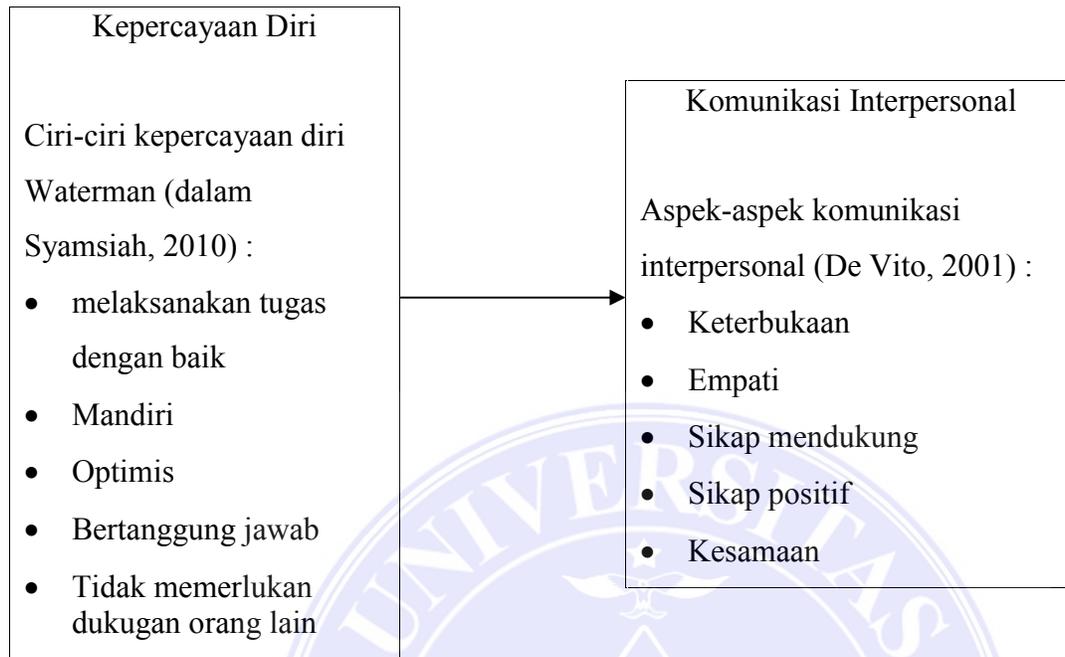
hubungan interpersonal yang baik, sehingga seseorang sering menyembunyikan perasaan dan reaksi yang ada dalam dirinya (Supratiknya, 1995).

Sementara itu, Rakhmat (2009) mengatakan bahwa seseorang yang kurang memiliki kepercayaan diri dalam komunikasi akan menarik diri dari pergaulan, berusaha sekecil mungkin berkomunikasi, dan hanya akan bicara apabila terdesak saja. Bila kemudian terpaksa berkomunikasi, pembicaraannya sering tidak relevan, sebab berbicara yang relevan akan mengundang reaksi orang lain, dan individu tersebut dituntut berbicara lagi.

Setelah memperhatikan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri mempunyai andal yang cukup besar dalam komunikasi interpersonal.



E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengajukan hipotesa sebagai berikut: ada hubungan yang positif antar kepercayaan diri dengan komunikasi interpersonal pada staff marketing. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seseorang maka semakin baik komunikasi interpersonalnya, dan semakin rendah kepercayaan diri yang dimiliki seseorang maka semakin buruk komunikasi interpersonalnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, populasi, sampel dan teknik sampel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data penelitian. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode penelitian kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama sehingga sudah menjadi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Variabel bebas merupakan variabel yang variansnya diduga mempengaruhi variabel terikat dan sebaliknya variabel terikat merupakan variabel yang variansnya dipengaruhi oleh varians variabel bebas.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) : Kepercayaan Diri
2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*) : Komunikasi Interpersonal

B. Definisi operasional Variabel Penelitian

Defenisi operasional merupakan suatu defenisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun defenisi operasional untuk menjelaskan variabel-variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah berkomunikasi dengan seseorang secara informal dan tidak berstruktur, yang terjadi antara dua atau tiga orang. Komunikasi interpersonal diukur melalui aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesamaan. Data komunikasi interpersonal diungkap melalui jumlah skor pada skala komunikasi interpersonal dengan asumsi semakin tinggi jumlah skor maka semakin tinggi komunikasi interpersonal, sebaliknya semakin rendah jumlah skor maka semakin rendah komunikasi interpersonal.

2. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri berarti merasa positif tentang apa yang bisa dilakukan dan tidak mengkhawatirkan tentang apayang tidak bisa dilakukan, tetapi memiliki kemampuatt untuk belajar. Kata percaya diri adalah kemampuan untuk mempercayai kemampuan sendiri. Kepercayaan diri diukur melalui ciri-ciri yaitu mampu melaksanakan tugas dengan baik, mandiri, optimis, bertanggung jawab dan tidak memerlukan dukungan orang lain. Data kepercayaan diri diungkap melalui jumlah skor pada skala kepercayaan diri dengan asumsi semakiu tinggi, jumlah skor maka semakin tinggi kepercayaan diri, sebaliknya semakin rendah jumlah skor maka semakin rendah kepercayaan diri.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah semua individu untuk siapa kenyataan -kenyataan yang diperoleh dari sampel penelitian itu hendak digeneralisasikan. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang dikenakan langsung dalam penelitian (Hadi, 2000). Populasi dalam penelitian ini adalah staff marketing PT. Starpeak Equity Futures dengan jumlah sebanyak 60 orang.

2. Subjek Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah total sampling. Total sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiono, 2007). Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah 60 orang.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti. Untuk mendapatkan data yang diperlukan, penelitian ini menggunakan dua macam skala yaitu: skala komunikasi interpersonal dan skala kepercayaan diri yang berupa beberapa pertanyaan yang dituang dalam bentuk skala psikologis yang akan diberikan langsung kepada responden.

1. Skala Ukur Komunikasi Interpersonal

Skala ukur komunikasi interpersonal di susun berdasarkan aspek-aspek komunikasi interpersonal yaitu : aspek keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesamaan, dengan menggunakan format skala tikert. Nilai skala setiap pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) atau tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan dalam pilihan jawaban, yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian pada bagian *favourable* dihitung dari angka 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju) dan 1 (sangat tidak setuju).

Penilaian pada bagian *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju).

2. Skala Ukur Kepercayaan Diri

Skala ukur konsep diri di susun berdasarkan ciri-ciri kepercayaan diri yaitu : mampu melaksanakan tugas dengan baik, mandiri, optimis, bertanggung jawab, tidak memerlukan dukungan orang lain. Penelitian skala ini berdasarkan format skala likert. Nilai skala setiap pernyataan diperoleh dari jawaban subjek yang menyatakan mendukung (*favourable*) dan tidak mendukung (*unfavourable*) terhadap semua pernyataan dalam pilihan jawaban, yakni sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Penilaian pada bagian *favourable* dihitung dari angka 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (tidak setuju) dan 1 (sangat tidak setuju). Penilaian pada bagian *unfavourable* bergerak dari angka 1 (sangat setuju), 2 (setuju), 3 (tidak setuju) dan 4 (sangat tidak setuju).

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Kalau objek yang diteliti berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid (Sugiyono, 2008).

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008). Azwar (2007) menyatakan bahwa validitas konstruk yaitu tipe validitas yang menunjukkan sejauh mana tes mengungkapkan suatu *trait* atau konstruk teoritik

yang hendak diukurnya. Untuk menguji validitas tiap-tiap item dalam instrumen digunakan teknik *product moment*.

Adapun rumus product moment adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara item dan total
- $\sum XY$ = Jumlah perkalian nilai item dengan soal
- $\sum X$ = Jumlah nilai masing-masing item
- $\sum Y$ = Jumlah nilai total
- N = Jumlah subjek

2. Reliabilitas

Azwar (2007) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang reliabel (*reliable*). Reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kejelasan, kestabilan konsistensi, dan sebagainya. Konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007). Dalam penelitian ini reliabilitas dihitung dengan menggunakan teknik analisis reliabilitas dengan formula *alpha* dari Cronbach, dengan rumus:

$$r_n = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_n = reliabilitas instrumen
- k = banyaknya pertanyaan
- $\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

$$\sum \sigma^2 = \text{varian total}$$

Reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas dengan rentang angka 0 sampai 1,00. Koefisien reliabilitas yang mendekati angka 1,00 berarti alat ukur yang digunakan memiliki reliabilitas yang tinggi, dan sebaliknya angka yang mendekati 0 berarti memiliki reliabilitas alat ukur yang rendah (Azwar, 2007).



F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (dalam Sugiyono, 2008).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *product moment* dari *karl pearson*. Teknik ini dipakai karena teknik ini sebagai alat untuk mengukur hipotesis tentang hubungan dua variable.

Product moment rumusnya angka kasar dari *pearson*, yaitu mencari koefisien korelasi antara tiap butir dengan skor total, dimana rumusannya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan:

r_{xy}	= koefisien korelasi antar tiap butir dengan skor total
$\sum XY$	= jumlah hasil kali antar tiap butir dengan skor total
$\sum X$	= jumlah skor keseluruhan subjek untuk tiap butir
$\sum Y$	= jumlah skor keseluruhan butir pada subjek
$\sum X^2$	= jumlah kuadrat skor x
$\sum Y^2$	= jumlah kuadrat skor y
N	= Jumlah subjek

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2007). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR
- Cangara. H, (1998)., *Pengantar Ilmu Komunikasi*., Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Davies. P, (2004) *Meningkatkan Rasa Percaya Diri*. Yogyakarta: Torrent Books
- De Vito. J. A, (1997)., *Komunikasi Antar Manusia : Kuliah Dasar*. Jakarta Professional Books
- De Vito. J. A (2001)., *Interpersonal Communication*., Jakarta : Professional Books
- Hadi, S. (2000) *Statistik* (Jilid 1, 2, 3). Yogyakarta : Andi Offset
- Hardjana, M. (2003) *Komunikasi Interpersonal dan Intrapersonal*.
- Hakim. T, (2004), *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*., Jakarta : Puspa Swara
- Harlock. E. B, (1990). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*., Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta : Erlangga
- Liliwari. A, (2003), *Makna Budaya Dalam Komunikasi*., Yogyakarta : LkiS
- Lumpkin. A, (2005), *You Can Be Positif*., Jakarta : Erlangga.
- Lunandi, A.G., 1994, *Komunikasi Mengenai : Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi*, Kanisius, Yogyakarta.
- Muhannad. A, (2011). *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Buni Aksara.
- Mulyana. D, (2007) *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung. Remaja Rosdakarya
- Novarinda, T. Hardjono, Agustin, R. W (2009). *Hubungan Antara Regulasi Emosi dan Komunikasi Interpersonal Dengan Kemampuan Bekerja Pada Tim Basket SMA di Surakarta yang Mengikuti Kompetisi Honda DBL*, (artikel). Fakultas Kedokteran Sebelas Maret
- Perry. M, (2006), *Confidence Boosters*., Jakarta: Erlangga.
- Rakhmat. J, (2009), *Psikologi Komunikasi*., Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rini, F. J, (2002), *Memupuk Rasa Percaya Diri*.. Jakarta : Rineka Cipta.

- Ririen. (2007), *Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dengan Penyesuaian Diri Merantu Perempuan Terhadap Ibu Mertua* (Artikel), UNIKA Soegijapratana.
- Royan. FM. (2004). *Negotiation Consultive Selling.*, Jakarta: Gramedia.
- Santrock, J.W., (2003), *Adolescence : Perkembangan Remaja*, Jakarta: Erlangga
- Sihite, Richard. (2000). *Tourism Industry*. Surabaya: SIC
- Sugiono, H, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.
- Suprato. T, (2009), *Pengantar Teori Dan Manajemen Komunikasi*, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Supratiknya. A, (1995)., *Komunikasi Antar Pribadi.*, Yogyakarta: Kanisius.
- Surya. H, (2010), *Percaya Diri Itu Penting.*, Jakarta: Gramedia.
- Suryati. Y, (2010), *Hubungan Antara Merebonding Rambut dengan Kepercayaan Diri Siswa SMK PGRI 6 Malang* (Skripsi)., Universitas Islam Negeri Malang (<http://lib.uin-malang.ac.id/thesis/fullchapter/02410053-yeni-suryanti.pdf>)
- Syamsiah. Y, (2010), *Perkembangan Pribadi Terhadap Rasa Percaya Diri.*, Yogyakarta : Sigma Alpha.
- Usqari, Y. A, (2005), *Percaya Diri Pasti!*., Jakarta: Gema Insani Pres.
- Wiryanto., (2004)., *Pengantar Ilmu Komunikasi.*, Jakarta. Gramedia.
- www.pengertianku.net/2015/10/pengertian-marketing-dan-fungsinya-berserta-konsepnya.html
- <http://library.binus.ac.id/2015/03/komunikasi-pemasaran.html>. diakses pada tanggal 16 Maret 2017



LAMPIRAN A
DATA PENELITIAN

DATA KOMUNIKASI INTERPERSONAL																																
NO	ITEM																													Total		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	28		30	
1	3	3	3	3.5	2.5	2.5	2.5	3	3	3.5	2.5	3	3	3.5	2.5	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	3	2.5	3	2.5	3	2.5	2.5	2	3	2.5	83.5
2	3	3.5	3	3	3	2.5	2.5	3.5	2.5	2.5	3.5	2.5	2	2	3	2	2.5	2.5	4	2	3	3	3	2.5	3	3	3	3.5	2.5	2.5	84	
3	3	2.5	2	2	2	2	2	2	2	3	3.5	3	3	2.5	3	2.5	2	2.5	2.5	3.5	3.5	2.5	2.5	2	3.5	3	3	3	2	2	77.5	
4	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	3.5	2	2	3	2.5	2	3	3	3	2	2.5	2	2	3	3	3	2.5	2.5	2.5	3	3	3.5	2.5	2.5	79.5	
5	3.5	3.5	2.5	2.5	3	3	2	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	3	3	2.5	2.5	1.5	2	3	2.5	2.5	3.5	2.5	2	2.5	4	2	79.5	
6	3.5	2	2.5	2.5	2.5	3	3	3	3	2.5	4	2	2.5	2.5	2	3	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2	3.5	3	3	2.5	79.5	
7	3	3.5	2.5	3	2.5	2.5	3	2.5	2	3	1.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	3	3	3	3.5	3	3	3	4	3.5	84.5	
8	3	3.5	3	3	2.5	4	3	2.5	2	2.5	2	3.5	3	3	2.5	3	3	2.5	2.5	3	2.5	3	3	3	2.5	2.5	2	2	2	3	82.5	
9	3.5	3	2.5	2.5	3	3	3	3	2.5	2.5	2	2.5	2.5	4	3	2.5	2.5	3.5	2.5	3	2.5	2.5	2	2.5	3.5	3.5	3	4	3	3	86	
10	2.5	3	3	3	3	3.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	2.5	2.5	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2.5	2.5	3	3	4	2.5	79.5	
11	3	2.5	2	2	2	3	2.5	2.5	3	3.5	1.5	2.5	2	2.5	2.5	3	2.5	3	2.5	3	2.5	3	4	2	2.5	2.5	2.5	2	3	2.5	77.5	
12	3.5	2.5	2	3.5	3	2.5	2	2	2	2.5	3	2	2	2	3	2	2.5	2	3	2	2	2	2.5	2.5	3	3	2.5	3	2.5	3.5	76	
13	2.5	3	2.5	3	2.5	2.5	2	2	2.5	2	1.5	2	2.5	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2	2	2.5	2	3	3.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	72.5	
14	3	3	2.5	2.5	2.5	2	2	2.5	2	2.5	3	2.5	2.5	3	2	2	2.5	2.5	2	3	2	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	2.5	2	2.5	74.5	
15	3	3.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2	2	2	2	3.5	3.5	3	2.5	2.5	2	3	3	3	3	3.5	3	81.5	
16	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2	2	2	3	3	3	2	2	2.5	3	2.5	2.5	2	2	3.5	3	2.5	3	3.5	2.5	2.5	2	4	78.5	
17	2.5	3	2.5	2	2.5	3	2	2	2	3	3	2.5	2.5	3.5	3	2.5	2	2.5	2.5	3	3	3	3.5	3	3	2.5	3	3.5	3	3	82	
18	3.5	3	3	3	2.5	2.5	2	2	3	3	3	3	3	2.5	3	2	2.5	2	2	2.5	2	2.5	3	2	2.5	2.5	2.5	3	4	2.5	79.5	
19	3	3	2.5	2	2	3	3	2.5	2	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2	2	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2	2	75	
20	3.5	2.5	2.5	3.5	3	3	2.5	2	2.5	3.5	3	3	2.5	2	3	2.5	3	2.5	2	2.5	2.5	2.5	3	3	3	2.5	3	3	3.5	3.5	84	
21	2.5	3.5	3	2.5	2.5	2.5	3	3	3	2.5	2	2.5	3	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	2	3.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	81	
22	3.5	3	3	3.5	3	3	3	3	3	3.5	3	3	3	2.5	2	2	3	3.5	2	1.5	2	3	2	3	2.5	3.5	3	3.5	2.5	2.5	84.5	
23	2.5	3.5	3	3.5	3	2.5	3	3.5	2.5	2	1.5	2.5	2	2	3	2	2	2	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2	3	3	3.5	2.5	79	
24	3	2	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2	2	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3.5	3	3	2.5	2	2	3	2.5	2	2	3	3	2.5	3	3.5	76.5	
25	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	3	2.5	2	2	2	2	2	2	3	3	2.5	2.5	3	3	2	3.5	3.5	3	2.5	3.5	79.5	
26	3.5	2.5	3	3	2.5	2	2.5	2.5	2	2.5	3	2	2	2	2.5	2.5	3	2.5	2.5	4	2.5	2.5	2.5	3.5	2	2	2	2.5	3	2	76.5	
27	3	2.5	2.5	2.5	3	2	2.5	2.5	2	2	2.5	2	2	3	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2	2	2	2	2.5	2.5	3	2.5	2	2.5	71	
28	3.5	3.5	3	4	2.5	3	3	2.5	3	4	3	3	3	3	2.5	2.5	3	3	2.5	2	3	3	2	2.5	2	3.5	3.5	3	3	3	88	
29	3	3	2.5	3	2.5	3	2.5	2.5	2	2.5	3	3.5	3	3	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2	3	2.5	2	3	3	2.5	2.5	2	3	80.5	
30	3	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2	2	3	2	3.5	2.5	3	3	2.5	3	3.5	3	3.5	3	3	83	
31	3	3	3	3	3	3	2	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2	2.5	3	2	2	2.5	2	2	3	2	2.5	2	2.5	3	3	2	76	
32	3	2	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3	3.5	2.5	2.5	3	2	2.5	2	2.5	3.5	2	2	2.5	3.5	2.5	3	2.5	78.8	

33	3.5	3	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	3	3.5	3	2.5	2.5	3	3	3	2	3	2.5	3	2	4	3.5	3.5	2.5	3.5	86.5		
34	2.5	2.5	2.5	3	2.5	3	2	2.5	3	2	1.5	2.5	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2.5	2	2.5	2.5	2	2	2	2.5	2.5	3	2	71.5		
35	3	2.5	2	2	2	2.5	2	2	2.5	3	2	2.5	2.5	3	2.5	3.5	3	2.5	2	2	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2	3	3	74.5	
36	3	3	2	2.5	2.5	2	3	2.5	2	2	3.5	2.5	2.5	2.5	2	2	2	2	3.5	3.5	2.5	2.5	3.5	3	2	3.5	4	3	3	3.5	81	
37	3	2.5	2.5	2.5	2	3	2.5	2	2.5	2	3	2.5	2.5	2	2	2	3	2.5	2.5	3	2	2.5	3	3	2.5	2	2	2	2	2.5	73	
38	3	3	2	2	2.5	3	2	2	2	2	3	2.5	2.5	3.5	2.5	2	2	2.5	2.5	3	2.5	2	2.5	2.5	2	2.5	3	3	2.5	3	75	
39	3	3.5	3	3.5	3	3	2.5	3	3	2.5	2.5	3	3	2.5	3	2	2	2	3.5	3	3	3.5	2.5	2	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	83.5	
40	3	2.5	2	2	2	2.5	2.5	2	2	2	2	2.5	2.5	2	3	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3.5	3	2	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3	74.5	
41	3	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2	2	2	3.5	3	2.5	2	2.5	3.5	2.5	2.5	2	2	2	2.5	2.5	3	2	2.5	3	3	3	3	3	77.5	
42	2	4	3	3	2.5	2.5	3	3	4	2	2.5	2	3	2	3	3	2	2	2	1.5	2.5	2.5	3	2	3	3	3	3	2.5	2.5	79	
43	3	3	3	3.5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2.5	2	2	3	3.5	3.5	2.5	2.5	2.5	84.5	
44	3	3	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3	2	2	2	2.5	2.5	2.5	3.5	2	2	2.5	3	2	3	2.5	2	2	2	3	3.5	2.5	2.5	2.5	76	
45	2.5	2.5	2.5	2	2.5	2.5	2.5	2	2	3	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3	2.5	3.5	2	3.5	3.5	3	3	2.5	3.5	80	
46	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2	2.5	2.5	2	2	2	2.5	2	3.5	2.5	2.5	3.5	2	2.5	2.5	3.5	2.5	2	2.5	75.5	
47	3.5	3.5	3	3.5	3	3	2.5	2.5	2	3	1.5	3	2.5	3	2.5	3.5	3	2.5	2.5	3.5	2.5	3	2.5	3	2.5	2.5	2	2	2	2	81	
48	3	2.5	2.5	3	3.5	2	2.5	2.5	2	2	3	2.5	2	2.5	3	2	2	2.5	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2	2.5	3	3	2	2	73.5	
49	3.5	3.5	2.5	3	2.5	2.5	3.5	3	3	3	2	2.5	2.5	2.5	3	3	3	2.5	3.5	3	3	3	2.5	2.5	3	3	3.5	3	4	3.5	88.5	
50	3	3.5	3	3	2.5	4	3	2.5	2.5	2.5	3	3.5	3	3	2.5	3	3.5	2.5	3	3	2.5	3.5	3	3.5	2.5	3	3	2	3	4	89.5	
51	3.5	3	3	3	3.5	3	2.5	3	3.5	3	3	3	3	3.5	3.5	2.5	3	3	3	3	2	3	3	2.5	2	3.5	3.5	3.5	4	3.5	92	
52	2.5	3	2.5	2.5	2.5	3.5	2.5	2.5	2	2	2.5	2.5	2	2	2.5	2	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2	73	
53	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	3.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3.5	2.5	2.5	2	2.5	2	3	3.5	2.5	2.5	3	3	2.5	2.5	2.5	79.5	
54	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2	2	2	2	3	3	2.5	2	2	2	2	2	2	2	2.5	2.5	2.5	3	3	3	3.5	3	3	2.5	2.5	74.5	
55	3.5	3	2.5	3.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	3	3	2.5	2.5	2.5	3	3	3.5	3	3	2	2.5	3	2.5	3.5	2.5	2.5	3	2.5	3	3	84.5	
56	2.5	3.5	2.5	3	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2	3	2.5	3.5	2.5	3	3	2.5	3	3	3	3	2.5	3	2	2.5	3	2	3	3	82	
57	4	3.5	3	3.5	3.5	3.5	3	4	3.5	3	2	3	2.5	3	3	3.5	4	4	4	3	3.5	3.5	3	3.5	3.5	3.5	4	3.5	3	4	101.5	
58	3	3	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2.5	2	2	2	2	2	2	2	2	2.5	2.5	2.5	3	2.5	2	2.5	73.5
59	2.5	2	2	2	2.5	2.5	2	3	2.5	2.5	1.5	2	2.5	2.5	2	2	2	2	2	2	2.5	2	2.5	2.5	2	2.5	2.5	2.5	2.5	2.5	68.5	
60	2	2	2	2.5	2	2	2	2	2	2	3	3	2.5	3	2	2	3	2.5	2	3	2.5	2	2.5	2.5	2.5	3	3	3	2.5	3.5	73.5	

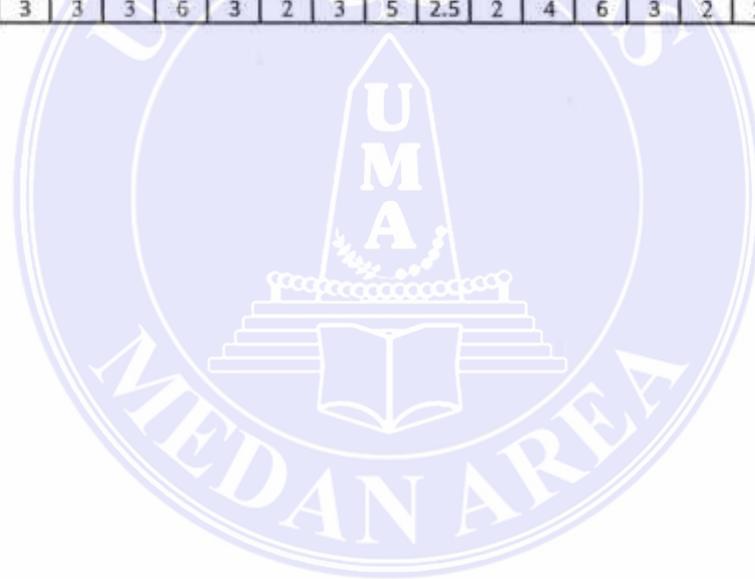
44	3	3	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	4	3
45	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	5	2
46	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5
47	3	4	7	3.5	4	3	7	3.5	3	3	6	3	4	3	7	3.5	3	3	6	3	4	2	6	3	3	2	5	2.5
48	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	4	7	3.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5
49	3	4	7	3.5	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	4	3	7	3.5
50	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	4	4	8	4	3	3	6	3
51	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5
52	3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5
53	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5
54	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2
55	4	3	7	3.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5
56	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5
57	4	4	8	4	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	4	7	3.5	4	3	7	3.5	3	4	7	3.5	3	3	6	3
58	2	4	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3
59	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2
60	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2



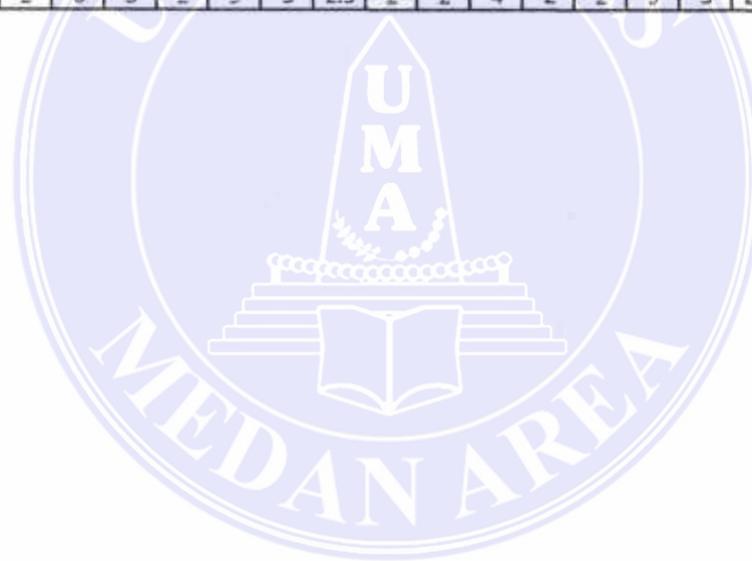
DATA KOMUNIKASI INTERPERSONAL

		AITEM																																				
M	N			M	N			M	N			M	N			M	N			M	N			M	N			M	N			M	N					
9	9	T	R	10	10	T	R	11	11	T	R	12	12	T	R	13	13	T	R	14	14	T	R	15	15	T	R	16	16	T	R	17	17					
3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	3					
3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	6	3	2	2	4	2	3	2					
2	2	4	2	4	2	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2					
2	2	4	2	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	3	6	3	3	3	6	3	4	2	6	3	2	2	4	2	2	3					
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	6	3	3	2	3	6	3	3	3					
3	3	6	3	3	2	5	2.5	4	4	8	4	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	4	2	6	3	3	2					
2	2	4	2	2	4	6	3	2	1	3	1.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	3					
2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	4	6	3	3	3					
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	4	4	8	4	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	3					
2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	2	2	4	2	2	2					
3	3	6	3	3	4	7	3.5	2	1	3	1.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	2	4	6	3	2	3					
2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	6	3	2	2	4	2	3	2					
2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	1	3	1.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	2	5	2.5	2	4	2	3	2	5	2.5	2	3	2					
2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2					
2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3		
2	4	6	3	3	3	6	3	4	2	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	2	
2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	4	2	2	2		
3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	4	6	3	3	2	5	2.5	3	3	3				
2	4	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	3	3			
3	3	6	3	3	4	7	3.5	2	4	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	3	3			
3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	1	3	1.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	6	3	2	2	4	2	2	2	2	2			
2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	3	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	3	3			
3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2		
2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	5	2.5	3	3		
2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	2	2		
3	3	6	3	4	4	8	4	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	2	
2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	4	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	4	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	
2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	4	2	2	2		
2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	
3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	4	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	
3	3	6	3	2	2	4	2	2	1	3	1.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	
3	2	5	2.5	4	2	6	3	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	3	3	3	3	3		
2	2	4	2	2	2	4	2	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	
3	2	5	2.5	2	2	4	2	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	
2	2	4	2	2	2	4	2	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	
2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	
2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	
2	2	4	2	2	4	3	3	3	5	2.5	2	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	2	3	2	5	2.5	2	3
4	4	8	4	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	3	6	3	2	2	4	2	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	2	
3	3	6	3	4	4	8	4	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	3	

2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	2	2	4	2	2	2
2	2	4	2	4	2	6	3	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3
3	2	5	2.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2
2	2	4	2	3	3	6	3	2	1	3	1.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	3
2	2	4	2	2	2	4	2	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	2	4	2	2	2
2	4	6	3	2	4	6	3	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	4	6	3	2	4
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	4	6	3	3	4
4	3	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	4	7	3.5	4	3	7	3.5	2	3	5	2.5	2	4
2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2
4	3	7	3.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	2	3
2	2	4	2	4	2	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2
4	2	6	3	4	2	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	4	2	6	3	4	3
3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	4	2
3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	2	4	2	3	3	6	3	3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	3	6	3	3	4	7	3.5	4	4
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	1	3	1.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2
2	2	4	2	2	2	4	2	2	4	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2	3	3



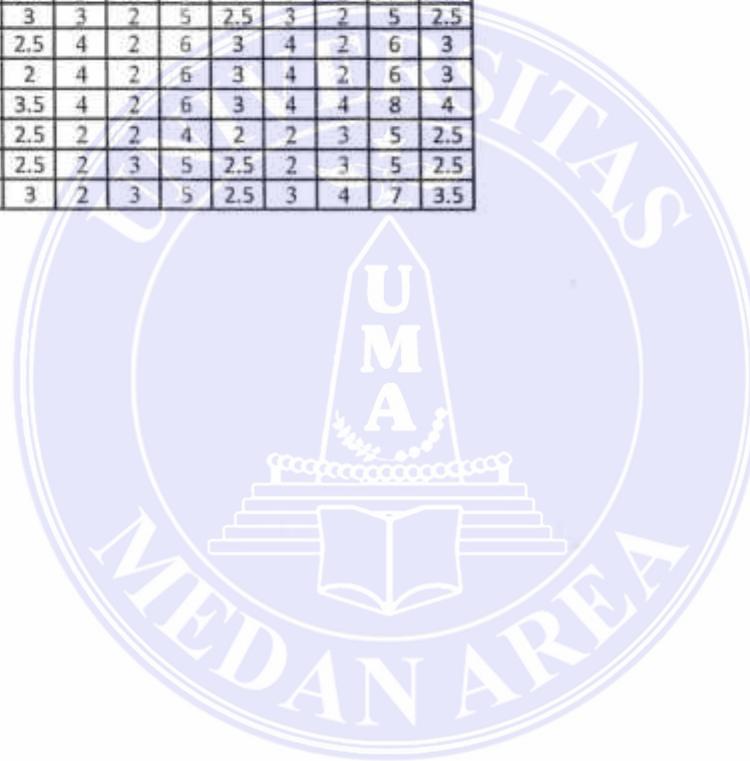
4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	2	4	2	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2
6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	4	3	7	3.5	2	2	4	2	3	4	7	3.5
4	2	3	2	5	2.5	2	2	4	2	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5
6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	2	3	5	2.5	4	2	6	3	2	3	5	2.5
4	2	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2
6	3	2	3	5	2.5	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3
7	3.5	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5
6	3	2	4	6	3	2	4	6	3	2	4	6	3	2	2	4	2	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2
4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5
5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	2	5	2.5	2	3	5	2.5
4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3
7	3.5	3	3	6	3	4	2	6	3	2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5
6	3	3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	3	6	3	4	2	6	3	4	2	6	3	2	3	5	2.5	4	2	6	3	2	2	4	2
8	4	4	4	8	4	4	4	8	4	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	4	7	3.5	4	2	6	3	3	4	7	3.5	4	3	7	3.5
4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5
4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2
6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	4	2	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5



M	N			M	N			M	N			M	N			M	N			
26	26	T	R	27	27	T	R	28	28	T	R	29	29	T	R	30	30	T	R	
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	4	2	6	3	2	3	5	2.5	
3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	
3	3	6	3	3	3	6	3	4	2	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	
3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	4	4	8	4	2	2	4	2	
2	2	4	2	3	4	7	3.5	3	3	6	3	4	2	6	3	3	2	5	2.5	
3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	4	4	8	4	3	4	7	3.5	
2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	2	6	3	
3	4	7	3.5	3	3	6	3	4	4	8	4	3	3	6	3	3	3	6	3	
3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	4	4	8	4	3	2	5	2.5	
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	4	6	3	2	3	5	2.5	
3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	
3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	
4	2	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5	
3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	
4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	4	4	8	4
3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	4	4	8	4	2	3	5	2.5	
2	3	5	2.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	
3	2	5	2.5	3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	4	3	7	3.5	
3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	
4	3	7	3.5	3	3	6	3	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	
2	2	4	2	3	3	6	3	3	3	6	3	4	3	7	3.5	2	3	5	2.5	
3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	4	2	6	3	3	4	7	3.5	
4	3	7	3.5	4	3	7	3.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	
2	2	4	2	2	2	4	2	2	3	5	2.5	2	4	6	3	2	2	4	2	
2	3	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	3	2	5	2.5	
4	3	7	3.5	3	4	7	3.5	3	3	6	3	2	4	6	3	2	4	6	3	
4	2	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	4	2	6	3	
3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	
2	2	4	2	2	3	5	2.5	3	3	6	3	4	2	6	3	2	2	4	2	
2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	2	4	6	3	2	3	5	2.5	
4	4	8	4	3	4	7	3.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5	
2	2	4	2	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	2	2	4	2	
3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	2	4	2	4	2	6	3	3	3	6	3	
4	3	7	3.5	4	4	8	4	3	3	6	3	2	4	6	3	4	3	7	3.5	
2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	3	5	2.5
2	3	5	2.5	3	3	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	3	3	6	3	
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	3	6	3	
4	2	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	4	2	6	3	
3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	
3	3	6	3	3	3	6	3	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	
3	4	7	3.5	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	3	2	5	2.5	



3	3	6	3	3	4	7	3.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5
3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	4	7	3.5
2	3	5	2.5	4	3	7	3.5	3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5
3	2	5	2.5	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2
3	2	5	2.5	2	4	6	3	3	3	6	3	2	2	4	2	2	2	4	2
3	3	6	3	3	4	7	3.5	3	3	6	3	4	4	8	4	3	4	7	3.5
3	3	6	3	2	4	6	3	2	2	4	2	2	4	6	3	4	4	8	4
3	4	7	3.5	3	4	7	3.5	3	4	7	3.5	4	4	8	4	3	4	7	3.5
3	2	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	2	4	2
3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5
3	4	7	3.5	3	3	6	3	3	3	6	3	3	2	5	2.5	3	2	5	2.5
3	2	5	2.5	4	2	6	3	3	2	5	2.5	4	2	6	3	4	2	6	3
3	2	5	2.5	3	3	6	3	2	2	4	2	4	2	6	3	4	2	6	3
4	3	7	3.5	4	4	8	4	4	3	7	3.5	4	2	6	3	4	4	8	4
2	3	5	2.5	3	3	6	3	2	3	5	2.5	2	2	4	2	2	3	5	2.5
2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5	2	3	5	2.5
3	3	6	3	2	4	6	3	2	4	6	3	2	3	5	2.5	3	4	7	3.5



The background features a large, light blue watermark of the Universitas Medan Area logo. The logo is circular and contains the text 'UNIVERSITAS' at the top and 'MEDAN AREA' at the bottom. In the center, there is a shield with a star above it, and below the shield is an open book resting on a stack of books.

LAMPIRAN B
KEPERCAYAAN DIRI DAN
KOMUNIKASI INTERPERSONAL

The image features a large, light blue watermark of the Universitas Medan Area logo in the background. The logo is circular and contains the text 'UNIVERSITAS' at the top and 'MEDAN AREA' at the bottom. In the center, there is a stylized emblem with a star above it and the letters 'M' and 'A' stacked vertically. Below the letters is a depiction of a building with a book in front of it.

LAMPIRAN B1
SKALA KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Kominkasi Interpersonal

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya menerima jika rekan kerja memberi pendapatnya kepada saya	SS	S	TS	STS
2	Saya siap mendengar keluhan yang disampaikan rekan kerja	SS	S	TS	STS
3	Saya akan memberi saran saran yang positif kepada rekan kerja yang sedang kesulitan dalam mengambil keputusan	SS	S	TS	STS
4	Saya memahami betul apa yang disampaikan atasan kepada saya	SS	S	TS	STS
5	Saya menilai bahwa saya dengan rekan kerya saling membutuhkan	SS	S	TS	STS
6	Saya bersikap jujur dalam memberikan penjelasan yang saya ketahui kepada atasan	SS	S	TS	STS
7	Saya ikut merasakan kesedihan yang tengah dialami rekan kerja yang sedang ada masalah	SS	S	TS	STS
8	Saya membantu mencari solusi jika rekan kerja membutuhkan	SS	S	TS	STS
9	Saya yakin tanpa bantuan rekan kerja saya akan berhasil	SS	S	TS	STS
10	Saya akan menyetujui keputusan yang diambil oleh	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	rekan kerja				
11	Berat bagi saya untuk menerima masukan dari rekan kerja	SS	S	TS	STS
12	Keluhan yang disampaikan rekan kerja hanya menambah beban	SS	S	TS	STS
13	Saya merasa tidak ada artinya memberikan pendapat karena rekan kerja saya orangnya keras kepala	SS	S	TS	STS
14	Saya merasa kesulitan untuk mengetahui apa yang diinginkan atasan	SS	S	TS	STS
15	Menurut saya, rekan kerja membutuhkan saya kalau ada perlunya saja	SS	S	TS	STS
16	Saya akan mencari cari alasan agar atasan tidak mengetahui kesalahan saya	SS	S	TS	STS
17	Masalah rekan kerja adalah menjadi tanggung jawabnya sendiri	SS	S	TS	STS
18	Saya bingung jika ada rekan kerja sedangada masalah	SS	S	TS	STS
19	Saya menyadari bahwa tanpa bantuan rekan kerja maka tidak mungkin saya akan berhasil	SS	S	TS	STS
20	Pada dasarnya keputusan yang diambil rekan kerja tidak sesuai dengan pendapat saya	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
21	Saya menerima masukan yang disampaikan rekan kerja	SS	S	TS	STS
22	Saya akan memberi bantuan agar kesulitan yang dialami rekan kerja dapat berkurang	SS	S	TS	STS
23	Saya rela mengorbankan waktu untuk mendampingi rekan kerja kemana saja	SS	S	TS	STS
24	Saya tidak tersinggung jika pendapat saya ditolak oleh rekan kerja	SS	S	TS	STS
25	Saya membicarakan pekerjaan kepada tim rekan kerja saya	SS	S	TS	STS
26	Malu rasanya jika menerima masukan dari rekan kerja	SS	S	TS	STS
27	Percuma saja rasanya peduli pada rekan kerja karena belum tentu dia bersikap sedemikian	SS	S	TS	STS
28	Saya keberatan jika diminta terus mendampingi rekan kerja	SS	S	TS	STS
29	Saya akan langsung marah jika apa yang saya sampaikan dibantah oleh rekan kerja	SS	S	TS	STS
30	Saya tidak pernah menganggap teman keda adalah bagian yang penting dalam pekerjaan saya	SS	S	TS	STS

Komunikasi Interpersonal Nasabah

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Staff marketing dapat memberikan penjelasan dengan baik kepada saya	SS	S	TS	STS
2	Staff marketing dapat menjelaskan produknya kembali jika saya kurang memahaminya	SS	S	TS	STS
3	Staff marketing dapat memberikan saran-saran yang positif kepada saya	SS	S	TS	STS
4	Staff marketing dapat menghargai masukan yang saya berikan	SS	S	TS	STS
5	Staff marketing dapat membuat saya tertarik dengan produknya yang ditawarkan	SS	S	TS	STS
6	Staff marketing dapat memahami jika saya kebingungan dengan penjelasan yang ia berikan	SS	S	TS	STS
7	Staff marketing dapat memberikan solusi jika saya kurang yakin	SS	S	TS	STS
8	Staff marketing dapat menerima jika penjelasan tentang produknya saya kritik	SS	S	TS	STS
9	Staff marketing dapat memberikan ulang penjelasan tentang produknya jika saya tidak memahaminya	SS	S	TS	STS
10	Staff marketing tidak dapat memberikan penjelasan dengan baik	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
11	Staff marketing tidak dapat menjelaskan kembali tentang produknya	SS	S	TS	STS
12	Staff marketing tidak dapat memberikan saran kepada saya	SS	S	TS	STS
13	Staff marketing dapat menghargai pendapat saya dalam penjelasan produknya	SS	S	TS	STS
14	Staff marketing dapat menerima masukan yang saya berikan	SS	S	TS	STS
15	Staff marketing dapat membantu saya saat saya kesulitan dalam penjelasan yang ia berikan	SS	S	TS	STS
16	Staff marketing dapat memberikan penjelasan tentang produknya dan menerima kritikan	SS	S	TS	STS
17	Staff marketing dapat memberikan pendapat kepada saya tentang produknya	SS	S	TS	STS
18	Staff marketing tidak dapat membuat saya tertarik terhadap produknya	SS	S	TS	STS
19	Staff marketing tidak dapat memahami jika saya kebingungan	SS	S	TS	STS
20	Staff marketing tidak dapat memberikan solusi kepada saya	SS	S	TS	STS
21	Staff marketing tidak dapat menerima jika	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
	penjelasannya saya kritik				
22	Staff marketing tidak dapat memberikan ulang penjelasannya kepada saya	SS	S	TS	STS
23	Staff marketing tidak dapat menerima masukan dari saya	SS	S	TS	STS
24	Staff marketing tidak dapat membantu saya saat saya kesulitan dalam penjelasan yang ia berikan	SS	S	TS	STS
25	Staff marketing tidak dapat menerima kritikan dari saya	SS	S	TS	STS
26	Staff marketing tidak dapat menghargai pendapat saya	SS	S	TS	STS
27	Staff marketing tidak dapat memberikan pendapatnya kepada saya	SS	S	TS	STS
28	Staff marketing dapat mengerti jelas dengan apa yang saya sampaikan kepadanya terhadap produknya	SS	S	TS	STS
29	Staff marketing tidak dapat menerima masukan yang saya berikan	SS	S	TS	STS
30	Staff marketing tidak mngerti dengan apa yang saya sampaikan	SS	S	TS	STS



LAMPIRAN B2
SKALA KEPERCAYAAN DIRI

Kepercayaan Diri

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya dapat melakukan pekerjaan dengan cepat	SS	S	TS	STS
2	Apabila saya mendapatkan tanggung jawab, saya menyelesaikannya tanpa bantuan orang lain	SS	S	TS	STS
3	Saya merasa yakin dapat menyelesaikan tugas dengan baik dan benar meskipun itu sulit	SS	S	TS	STS
4	Saya siap menerima resiko bila pekerjaan yang saya kerjakan tidak membuahkan hasil	SS	S	TS	STS
5	Saya bangga dengan prestasi kerja yang saya miliki sekarang	SS	S	TS	STS
6	Hasil kerja yang saya tunjukkan dihargai orang lain	SS	S	TS	STS
7	Saya dapat bertindak mandiri dalam mengambil keputusan saat memiliki masalah	SS	S	TS	STS
8	Saya merasa diri saya dapat diandalkan dalam setiap pekerjaan	SS	S	TS	STS
9	Saya akan bertanggung jawab dalam setiap pekerjaan yang saya lakukan	SS	S	TS	STS
10	Saya merasa sanggup menjalani setiap pekerjaan tanpa bantuan dari orang lain	SS	S	TS	STS
11	Saya tidak yakin dengan pekerjaan yang saya lakukan	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
12	Saya suka meminta bantuan orang lain untuk menyelesaikan pekerjaan saya	SS	S	TS	STS
13	Jika saya diberi suatu tugas, saya merasa tidak yakin mampu menyelesaikannya	SS	S	TS	STS
14	Bila saya diberi tanggung jawab, maka saya tidak dapat menjalankannya dengan baik	SS	S	TS	STS
15	Saya merasa kesulitan dalam mengatasi masalah pekerjaan saya	SS	S	TS	STS
16	Saya tetap berusaha bekerja seperti biasa, walaupun hasilnya kurang memuaskan	SS	S	TS	STS
17	Saya bergantung pada orang lain sehingga kerap kali saya memiliki masalah meminta bantuan teman	SS	S	TS	STS
18	Saya merasa khawatir bila saat ditunjuk menjadi pemimpin dalam kelompok kerja	SS	S	TS	STS
19	Lebih baik saya menghindar dari suatu permasalahan daripada menanggung beban yang besar	SS	S	TS	STS
20	Saya merasa tidak puas dengan kemampuan yang saya miliki	SS	S	TS	STS
21	Saya menghadapi tantangan pekerjaan hingga tuntas saya selesaikan	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
22	Sesulit apapun pekerjaan yang saya hadapi, saya akan lakukan dengan semaksimal mungkin	SS	S	TS	STS
23	Saya yakin dapat bersaing dengan orang lain dalam setiap pekerjaan	SS	S	TS	STS
24	saya menerima kritikan atas kelemahan yang saya miliki	SS	S	TS	STS
25	Kepercayaan yang kuat membuat saya yakin bahwa saya mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan tepat	SS	S	TS	STS
26	Saya memilih menghindari tantangan pekerjaan yang membuat saya mendapatkan masalah	SS	S	TS	STS
27	Saya membutuhkan bantuan dari teman untuk menyelesaikan pekerjaan saya	SS	S	TS	STS
28	Saya merasa kurang yakin untuk dapat menghadapi permasalahan yang sedang saya hadapi dengan hasil yang memuaskan	SS	S	TS	STS
29	Saya takut menghadapi tantangan pekerjaan yang diberikan pada saya.	SS	S	TS	STS
30	Ketika saya gagal, saya merasa bahwa saya tidak mampu lagi untuk melakukan pekerjaan saya	SS	S	TS	STS

Kepercayaan Diri Nasabah

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Staff marketing dapat melakukan pekerjaan dengan cepat	SS	S	TS	STS
2	Staff marketing dapat menjelaskan produknya tanpa bantuan orang lain	SS	S	TS	STS
3	Staff marketing dapat merasa yakin dalam menyelesaikan tugasnya	SS	S	TS	STS
4	Staff marketing dapat bertanggung jawab dalam setiap penjelasan yang ia sampaikan	SS	S	TS	STS
5	Staff marketing dapat memiliki keyakinan yang kuat dalam menyelesaikan pekerjaannya sendiri	SS	S	TS	STS
6	Staff marketing dapat menjelaskan produknya dengan baik kepada saya	SS	S	TS	STS
7	Staff marketing dapat melakukan pekerjaannya dengan semaksimal mungkin	SS	S	TS	STS
8	Staff marketing dapat berusaha menjelaskan produknya dengan baik	SS	S	TS	STS
9	Staff marketing dapat bertanggung jawab dengan pekerjaan yang ia lakukan	SS	S	TS	STS
10	Staff marketing dapat menjelaskan produknya dengan sendirinya	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
11	Staff marketing tidak dapat melakukan pekerjaannya dengan cepat	SS	S	TS	STS
12	Staff marketing meminta bantuan orang lain dalam pekerjaannya	SS	S	TS	STS
13	Staff marketing tidak merasa yakin dengan tugas yang ia punya	SS	S	TS	STS
14	Staff marketing tidak dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan baik	SS	S	TS	STS
15	Staff marketing tidak mampu melaksanakan pekerjaannya	SS	S	TS	STS
16	Staff marketing dapat menghadapi tantangan dalam setiap pekerjaan	SS	S	TS	STS
17	Staff marketing dapat bertindak mandiri dalam	SS	S	TS	STS
18	Staff marketing dapat memberikan jawaban dari setiap pertanyaan saya	SS	S	TS	STS
19	Staff marketing dapat menjalankan dengan baik jika diberi kepercayaan	SS	S	TS	STS
20	Staff marketing yakin akan kemampuan sendiri dalam melaksanakan pekerjaannya	SS	S	TS	STS
21	Staff marketing selalu menghindar dalam setiap pekerjaannya	SS	S	TS	STS

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
22	Staff marketing tidak menjelaskan dengan baik	SS	S	TS	STS
23	Staff marketing membutuhkan orang lain untuk menyelesaikan pekerjaannya	SS	S	TS	STS
24	Staff marketing tidak dapat menyelesaikan pekerjaannya dengan baik	SS	S	TS	STS
25	Staff marketing selalu menghindar dari suatu permasalahan dalam pekerjaannya	SS	S	TS	STS
26	Staff marketing tidak dapat menjelaskan produknya dengan sendiri	SS	S	TS	STS
27	Staff marketing selalu bergantung kepada orang lain dalam mengambil keputusan	SS	S	TS	STS
28	Staff marketing tidak yakin akan jawabn yang ia sampaikan	SS	S	TS	STS
29	Staff marketing takut menjalankan pekerjaannya bila diberi kepercayaan	SS	S	TS	STS
30	Staff marketing tidak yakin akan kemampuan yang ia miliki	SS	S	TS	STS



LAMPIRAN C
ANALISIS VALIDITAS DAN REABILITAS
SKALA KEPERCAYAAN DIRI DAN
KOMUNIKASI INTERPERSONAL

```

DATASET ACTIVATE DataSet0. RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002
VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010
VAR00011 VAR00012 VAR00013 VA R00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018
VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026
VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 /SCALE('KEPERCAYAAN DIRI') ALL
/MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE /SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes		
	Output Created	15-Jun-2017 23:51:20
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 /SCALE('KEPERCAYAAN DIRI') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	0:00:00.000
	Elapsed Time	0:00:00.020

[DataSet0]

Scale: KEPERCAYAAN DIRI

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	78.23	67.877	.315	.864
VAR00002	78.27	67.250	.379	.862
VAR00003	78.12	64.884	.522	.858
VAR00004	78.48	67.779	.233	.866
VAR00005	78.20	64.773	.530	.858
VAR00006	78.32	66.830	.312	.864
VAR00007	78.33	65.650	.406	.861
VAR00008	78.53	66.524	.361	.862
VAR00009	78.28	65.698	.398	.862
VAR00010	78.58	67.908	.247	.865
VAR00011	78.50	66.559	.341	.863
VAR00012	78.43	66.250	.329	.864
VAR00013	78.48	65.644	.437	.861
VAR00014	78.43	66.114	.396	.862
VAR00015	78.28	65.325	.456	.860
VAR00016	78.25	64.597	.520	.858
VAR00017	78.28	69.393	.062	.870
VAR00018	78.25	64.631	.573	.857
VAR00019	78.37	67.524	.280	.864
VAR00020	78.43	67.301	.310	.864
VAR00021	78.42	65.840	.354	.863
VAR00022	78.45	65.167	.468	.860
VAR00023	78.42	66.044	.386	.862
VAR00024	78.43	65.436	.467	.860
VAR00025	78.42	64.620	.531	.858
VAR00026	78.33	65.548	.397	.862

VAR00027	78.50	67.339	.262	.865
VAR00028	78.38	63.562	.494	.859
VAR00029	78.55	64.625	.536	.858
VAR00030	78.45	65.506	.413	.861

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
81.08	70.383	8.389	30



```

RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005
VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VA
R00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022
VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030
/SCALE('KOMUNIKASI INTERPERSONAL') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes		
	Output Created	15-Jun-2017 23:51:50
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
	Syntax	<pre> RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 /SCALE('KOMUNIKASI INTERPERSONAL') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=SCALE /SUMMARY=TOTAL. </pre>
Resources	Processor Time	0:00:00.015
	Elapsed Time	0:00:00.014

[DataSet1]

Scale: KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	77.43	65.673	.364	.825
VAR00002	77.53	64.084	.464	.822
VAR00003	77.88	66.071	.411	.825
VAR00004	77.60	63.329	.484	.820
VAR00005	77.80	66.197	.335	.826
VAR00006	77.65	65.147	.339	.826
VAR00007	77.97	65.931	.346	.826
VAR00008	77.93	64.741	.409	.824
VAR00009	77.95	64.862	.397	.824
VAR00010	77.80	64.502	.353	.826
VAR00011	77.82	68.559	.016	.841
VAR00012	77.87	64.829	.472	.822
VAR00013	77.92	66.451	.360	.826
VAR00014	77.75	64.835	.389	.824
VAR00015	77.73	64.775	.367	.825
VAR00016	78.00	64.203	.460	.822
VAR00017	77.90	65.142	.411	.824
VAR00018	77.93	65.148	.408	.824
VAR00019	77.95	64.455	.401	.824
VAR00020	77.77	66.216	.182	.834
VAR00021	78.02	65.847	.379	.825
VAR00022	77.78	64.884	.435	.823
VAR00023	77.77	70.318	-.103	.839
VAR00024	77.88	65.935	.314	.827
VAR00025	77.67	68.090	.103	.834
VAR00026	77.68	64.966	.413	.824

VAR00027	77.48	64.423	.459	.822
VAR00028	77.70	66.146	.308	.827
VAR00029	77.73	64.097	.383	.824
VAR00030	77.63	63.863	.442	.822

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
80.47	69.643	8.345	30





LAMPIRAN D

UJI NORMALITAS SEBARAN

NPar Tests

Notes		
	Output Created	16-Jun-2017 00:28:39
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	60
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
	Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=X Y /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.011
	Number of Cases Allowed ^a	157286

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet.0]

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
KEPERCAYAAN DIRI	60	67.88	7.669	53	89
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	60	69.62	8.019	55	90

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KEPERCAYAAN DIRI	KOMUNIKASI INTERPERSONAL
Normal Parameters ^{a,b}	N	60	60
	Mean	67.88	69.62
	Std. Deviation	7.669	8.019
Most Extreme Differences	Absolute	.159	.132
	Positive	.159	.132
	Negative	-.073	-.076
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.231	1.019
Asymp. Sig. (2-tailed)		.097	.250

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

```
EXAMINE VARIABLES=Y X /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT /COMPARE GROUP
/STATISTICS DESCRIPTIVES /CINTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
```

Explore

Notes

	Output Created	16-Jun-2017 00:29:01
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	60
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
	Syntax	EXAMINE VARIABLES=Y X /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT /COMPARE GROUP /STATISTICS DESCRIPTIVES /CINTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Resources	Processor Time	0:00:03.198
	Elapsed Time	0:00:03.781

[DataSet0]

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	60	100.0%	0	.0%	60	100.0%
KEPERCAYAAN DIRI	60	100.0%	0	.0%	60	100.0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error	
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	Mean	69.62	1.035	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	67.55	
		Upper Bound	71.69	
	5% Trimmed Mean	69.15		
	Median	69.00		
	Variance	64.308		
	Std. Deviation	8.019		
	Minimum	55		
	Maximum	90		
	Range	35		
	Interquartile Range	9		
	Skewness	1.002	.309	
	Kurtosis	.865	.608	
	KEPERCAYAAN DIRI	Mean	67.88	.990
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	65.90	
		Upper Bound	69.86	
5% Trimmed Mean		67.46		
Median		67.00		
Variance		58.817		
Std. Deviation		7.669		

	Minimum	53	
	Maximum	89	
	Range	38	
	Interquartile Range	8	
	Skewness	1.037	.309
	Kurtosis	.978	.608

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

KOMUNIKASI INTERPERSONAL Stem-and-Leaf Plot

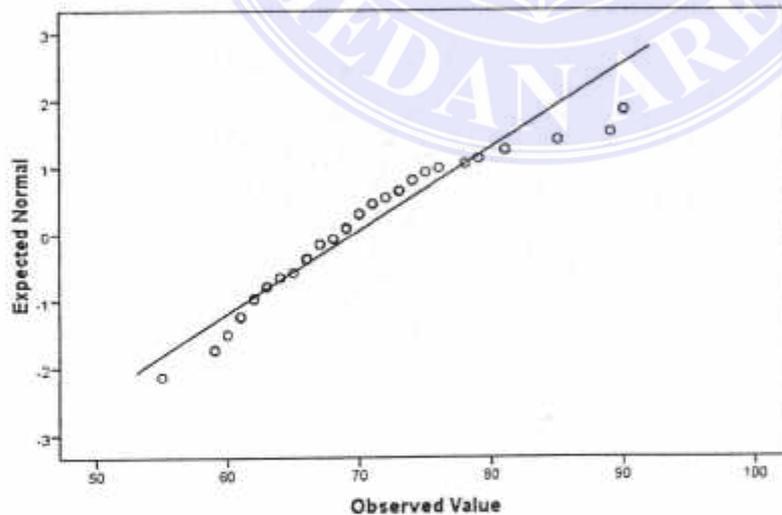
```

Frequency      Stem & Leaf
.00           5 .
3.00          5 . 599
13.00         6 . 0111122233344
19.00         6 . 5666666667788999999
14.00         7 . 00001112333444
4.00          7 . 5689
2.00          8 . 11
1.00          8 . 5
4.00 Extremes (>=89)

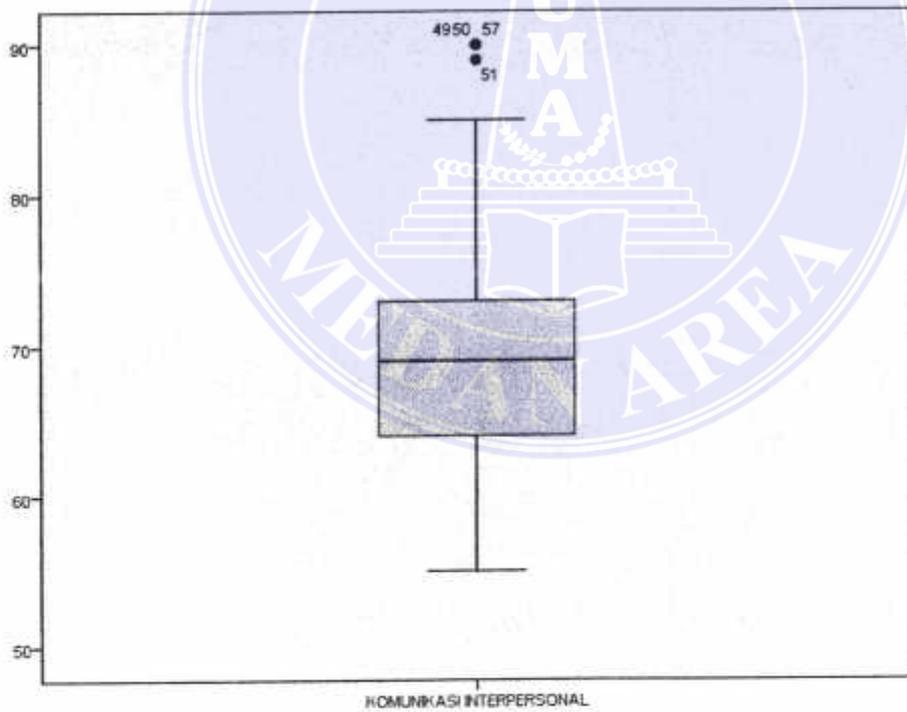
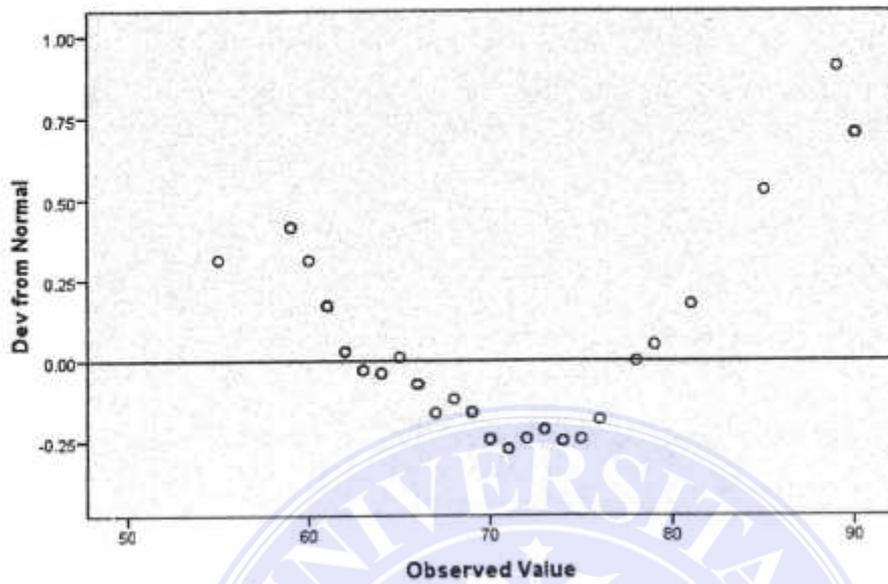
Stem width:    10
Each leaf:     1 case(s)

```

Normal Q-Q Plot of KOMUNIKASI INTERPERSONAL



Detrended Normal Q-Q Plot of KOMUNIKASI INTERPERSONAL

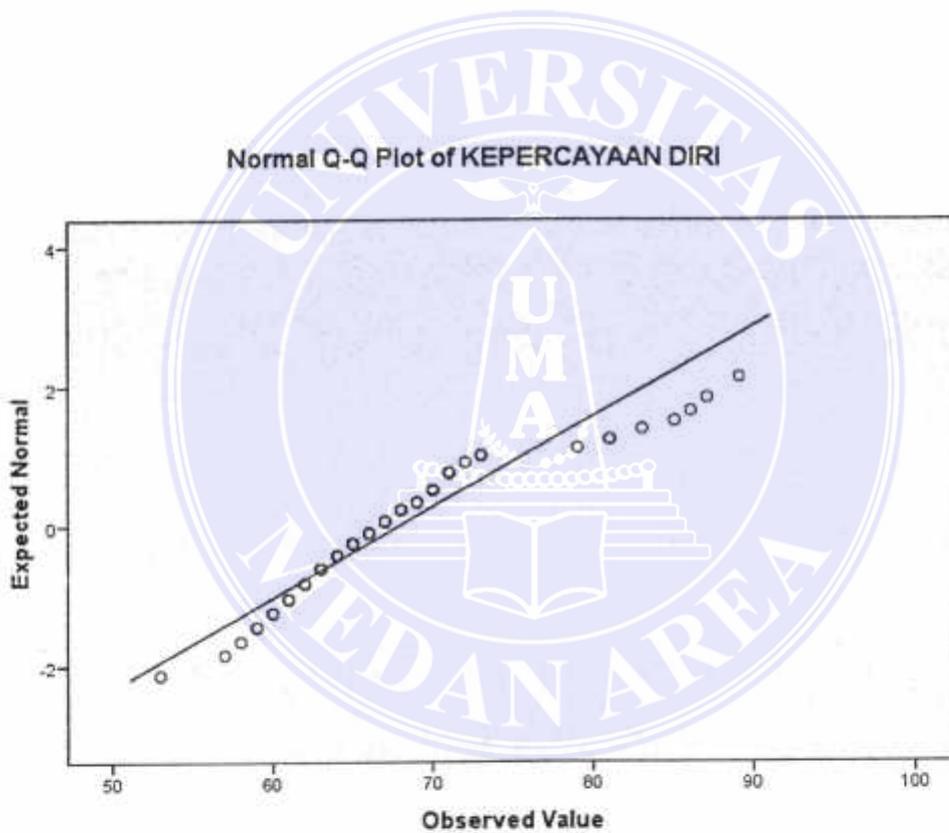


KEPERCAYAAN DIRI

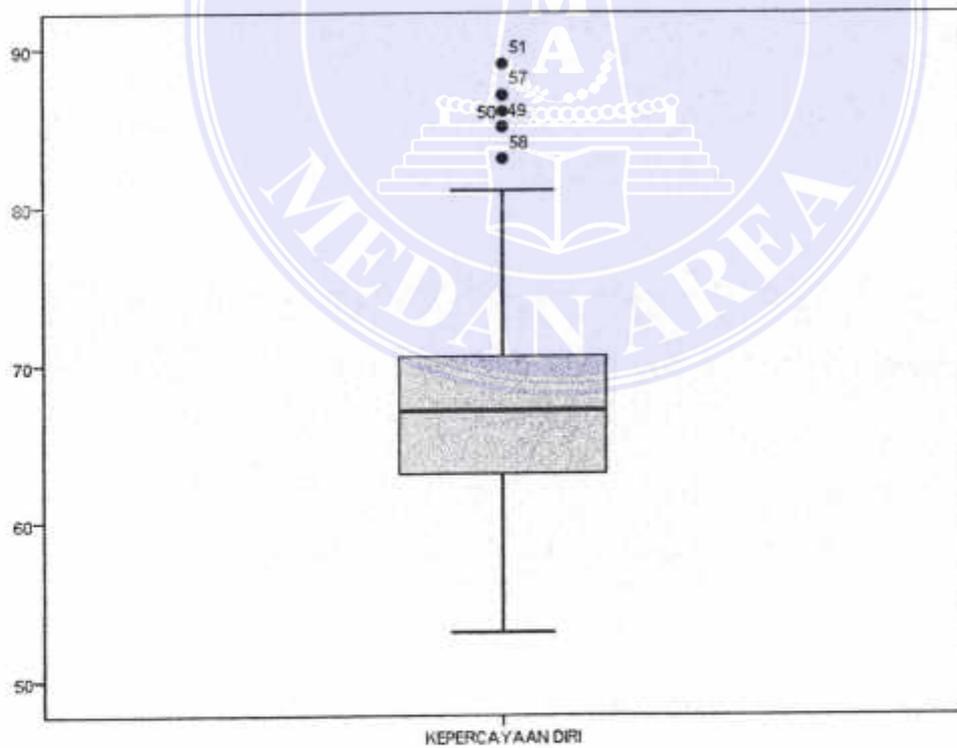
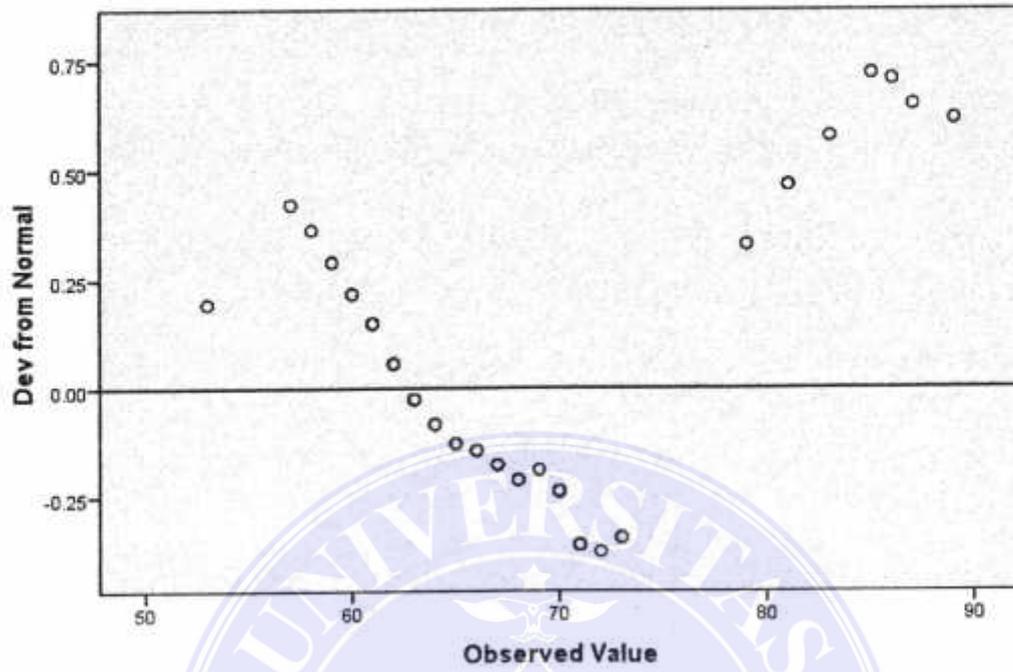
KEPERCAYAAN DIRI Stem-and-Leaf Plot

Frequency	Stem &	Leaf
1.00	5 .	3
4.00	5 .	7899
17.00	6 .	00111222233334444
17.00	6 .	55556667777788899
13.00	7 .	000001111233
1.00	7 .	9
2.00	8 .	11
5.00	Extremes	(>=83)

Stem width: 10
Each leaf: 1 case(s)



Detrended Normal Q-Q Plot of KEPERCAYAAN DIRI





LAMPIRAN E
UJI LINEARITAS

* Curve Estimation. TSET NEWVAR=NONE. CURVEFIT /VARIABLES=Y WITH X
 /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.

Curve Fit

Notes

	Output Created	16-Jun-2017 00:29:46
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	60
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Cases with a missing value in any variable are not used in the analysis.
	Syntax	CURVEFIT /VARIABLES=Y WITH X /CONSTANT /MODEL=LINEAR /PRINT ANOVA /PLOT FIT.
Resources	Processor Time	0:00:00.312
	Elapsed Time	0:00:00.323
Use	From	First observation
	To	Last observation
Predict	From	First Observation following the use period
	To	Last observation
Time Series Settings (TSET)	Amount of Output	PRINT = DEFAULT
	Saving New Variables	NEWVAR = NONE

Maximum Number of Lags in Autocorrelation or Partial Autocorrelation Plots	MXAUTO = 16
Maximum Number of Lags Per Cross-Correlation Plots	MXCROSS = 7
Maximum Number of New Variables Generated Per Procedure	MXNEWVAR = 60
Maximum Number of New Cases Per Procedure	MPREDICT = 1000
Treatment of User-Missing Values	MISSING = EXCLUDE
Confidence Interval Percentage Value	CIN = 95
Tolerance for Entering Variables in Regression Equations	TOLER = .0001
Maximum Iterative Parameter Change	CNVERGE = .001
Method of Calculating Std. Errors for Autocorrelations	ACFSE = IND
Length of Seasonal Period	Unspecified
Variable Whose Values Label Observations in Plots	Unspecified
Equations Include	CONSTANT

Model Description

Model Name	MOD_1
Dependent Variable	1 KOMUNIKASI INTERPERSONAL
Equation	1 Linear
Independent Variable	KEPERCAYAAN DIRI
Constant	Included
Variable Whose Values Label	Unspecified
Observations in Plots	

Case Processing Summary

	N
Total Cases	60
Excluded Cases ^a	0
Forecasted Cases	0
Newly Created Cases	0

a. Cases with a missing value in any variable are excluded from the analysis.

Variable Processing Summary

		Variables	
		Dependent	Independent
		KOMUNIKASI INTERPERSONAL	KEPERCAYAAN DIRI
Number of Positive Values		60	60
Number of Zeros		0	0
Number of Negative Values		0	0
Number of Missing Values	User-Missing	0	0
	System-Missing	0	0

KOMUNIKASI INTERPERSONAL

Linear

Model Summary

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.732	.535	.527	5.515

The independent variable is KEPERCAYAAN DIRI.

ANOVA

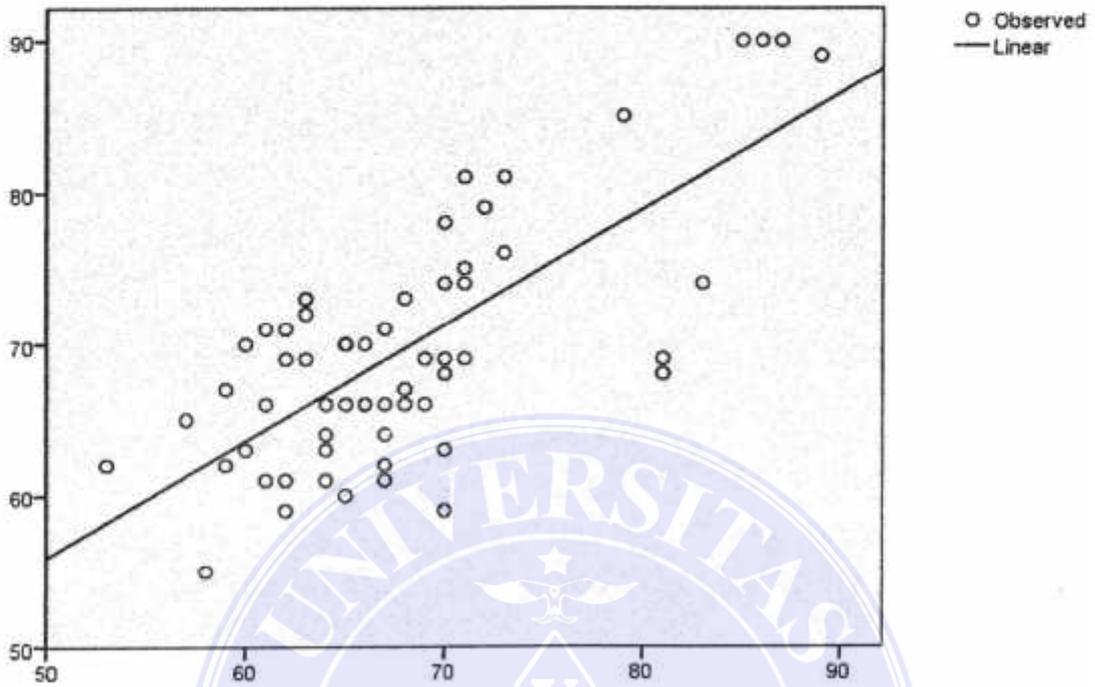
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2030.266	1	2030.266	66.758	.000
Residual	1763.917	58	30.412		
Total	3794.183	59			

The independent variable is KEPERCAYAAN DIRI.

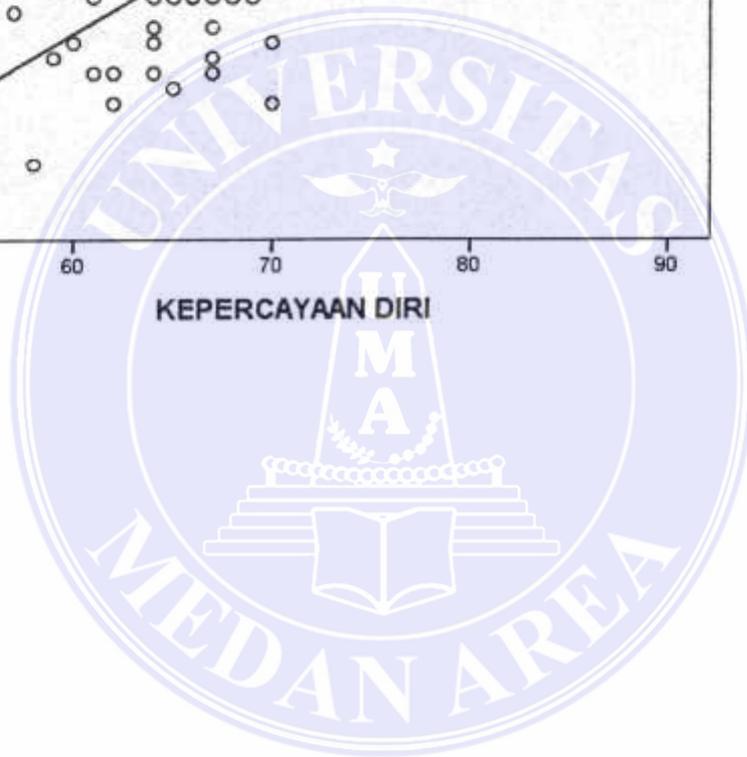
Coefficients

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
KEPERCAYAAN DIRI	.765	.094	.732	8.171	.000
(Constant)	17.693	6.395		2.767	.008

KOMUNIKASI INTERPERSONAL



KEPERCAYAAN DIRI





CORRELATIONS /VARIABLES=X Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS
 DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

	Output Created	16-Jun-2017 00:30:20
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	60
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=X Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	0:00:00.031
	Elapsed Time	0:00:00.089

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KEPERCAYAAN DIRI	67.88	7.669	60
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	69.62	8.019	60

Correlations

		KEPERCAYAAN DIRI	KOMUNIKASI INTERPERSONAL
KEPERCAYAAN DIRI	Pearson Correlation	1	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	60	60
KOMUNIKASI INTERPERSONAL	Pearson Correlation	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

The logo of Universitas Medan Area is a circular emblem. It features a central shield with a book and a lamp, surrounded by a laurel wreath. Above the shield is a star. The shield is set against a background of a building facade. The entire emblem is enclosed in a circular border with the text 'UNIVERSITAS MEDAN AREA' written around it.

LAMPIRAN F
SURAT PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I: Jl. Kolam No. 1 Medan Estate, Telp. (061)7366878, 7360168, 7364848, 7366781. Fax. (061)73 66998
Kampus II: Jl. Sei Serayu No. 70 A / Jl. Setia Budi No. 70 B Telp. (061) 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website: uma.ac.id

Nomor : 501 /FPSI/01.10/IV/2017
Lampiran : -
Hal : **Pengambilan Data**

Medan, 20 April 2017

Yth, Kepala Bagian HRD PT. Starpeak Equity futures
Jl. Listrik No.2 Medan
Di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Kiki Puspita Dewi
NPM : 12 860 0088
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di PT. Starpeak Equity futures Jl. Listrik No.2 Medan guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Staff Marketing PT. Victory International Futures*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di **Perusahaan** yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Zuhdi Budhyan, S.Psi. M.Psi

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip