

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOMUNIKATOR DAN KUALITAS PESAN  
MELALUI TELEMARKETING INDIHOME YOGYAKARTA DENGAN SIKAP  
PADA MEREK**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**FELIX LEONARDO HANTARA**

**160906044**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2023

**HALAMAN JUDUL**

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOMUNIKATOR DAN KUALITAS PESAN  
MELALUI TELEMARKETING INDIHOME YOGYAKARTA DENGAN SIKAP  
PADA MEREK**



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**FELIX LEONARDO HANTARA**

**160906044**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA  
2023

## HALAMAN PERSETUJUAN

Hubungan Antara Kualitas Komunikator Dan Kualitas Pesan Melalui Telemarketing  
Indihome Yogyakarta Dengan Sikap Pada Merek

### SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

Felix Leonardo Hantara

160906044

Disetujui oleh:



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M. Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA

2023

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kualitas Komunikator Dan Kualitas Pesan Melalui  
Telemarketing Indihome Yogyakarta Dengan Sikap Pada Merek

Penyusun : Felix Leonardo Hantara

NPM : 160906044

Telah di uji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Kamis, 12 Januari 2023

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : FISIP UAJY

### TIM PENGUJI

**Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M. Si.**

Penguji Utama

**Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, S. Sos, MA**

Penguji I

**Caecilia Santi P, S. Ikom, MA**

Penguji II



**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Felix Leonardo Hantara

NPM : 160906044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kualitas Komunikator Dan Kualitas Pesan Melalui  
*Telemarketing Dengan Sikap Pada Merek*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar – benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila dikemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa ada tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 28 November 2022

Saya yang menyatakan,



10000  
Rp 10.000  
METERAI  
TEMPEL  
89551AKX130915929

Felix Leonardo Hantara

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus Raja di atas Segala Raja atas penyertaan-Nya Selama Saya Menjalani Masa Kuliah Hingga Dapat Menyelesaikan Skripsi Saya Yang Berjudul “Hubungan Antara Kualitas Komunikator Dan Kualitas Pesan Melalui Telemarketing Indihome Yogyakarta Dengan Sikap Pada Merek.” Penyusunan Skripsi Ini Dimaksudkan Untuk Dapat Memenuhi Syarat Guna Mendapatkan Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Sebagai penulis, pada proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar karena dari dukungan dari orang terdekat dan terkasih penulis. Dukungan dan pesan semangat yang tak henti – hentinya diberikan oleh mereka semua supaya penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan Terimakasih kepada pihak – pihak yang telah membantu di dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang tidak henti – hentinya memberikan berkah anugerah dan juga tidak henti – hentinya memberikan penguatan kepada diri saya melalui ujian – ujian yang diberikan. Tuhan Yesus yang selalu ada disaat aku berada dibawah dalam hidup ku, yang selalu mendengar cerita dan keluh kesahku. Hingga akhirnya karena penguatan dan berkah mu yang terhingga, penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak dan Ibuk yang selalu sabar, tabah dan tidak henti – hentinya untuk menyemangati dan memberikan dukungan jasmani dan rohani kepada penulis dalam proses selama Kuliah hingga pada proses penulisan skripsi ini. Terimakasih untuk selalu ada untuk saya, walaupun saya terkadang tidak tahu diri.
3. Terimakasih kepada dosen pembimbing skripsi saya, Ibu dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M. Si. yang selalu membimbing saya dengan baik saat proses

pengerjaan skripsi hingga pada proses seminar proposal dan sidang skripsi.

Terimakasih ibu selalu mengingat saya sebagai anak bimbingannya.

4. Terimakasih kepada sobat Rona Creative, sobat Kos Bima, sobat kos Baron, sobat Manteb Jaya, sobat Para Mucikari, Kontrakan Tajem, dan Sasha yang tanpa disadari turut serta dalam memberikan dukungan dan “beban” selama proses Kuliah dan memberikan semangat untuk terus berjuang sampai pada proses penulisan skripsi ini,
5. Terimakasih kepada sobat Gito Gati yang selalu menampung keluh kesah saya di kala saat merasa penat dan merasa sedang dibawah. Terimakasih karena kalian saya mampu untuk berjuang dan terus bangkit.
6. Terimakasih kepada Wundri, Surya, dan Keri yang mendengarkan keluh kesah skripsi dan membantu mengarahkan kemana skripsi ini seharusnya.
7. Terakhir, saya berterimakasih kepada diri saya sendiri. Terimakasih kepada diriku sendiri yang selalu percaya bahwa aku bisa melakukan ini, aku bisa kembali lagi, bisa bangkit dari keterpurukan ini, bisa move on dari apa yang terjadi. Terimakasih kepada diriku sendiri yang tidak pernah menyerah, terimakasih kepada diriku yang selalu belajar dari kesalahan dan berubah sedikit menjadi lebih baik. Terimakasih kepada diriku yang selalu ada buat diriku disaat berada di titik terendahku, Terimakasih Felix Leonardo Hantara, I’am doing great, I’m proud of myself!

Peneliti,

Felix Leonardo Hantara

FELIX LEONARDO HANTARA

No. Mhs: 160906044 / KOM

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS KOMUNIKATOR DAN KUALITAS PESAN  
MELALUI TELEMARKETING INDIHOME YOGYAKARTA DENGAN SIKAP  
PADA MEREK**

**ABSTRAK**

Telemarketing merupakan salah satu cara pemasaran yang dilakukan oleh berbagai perusahaan. Telemarketing dilakukan dengan menghubungi audiens melalui media telepon dan mempersuasi audiens dengan produk dari IndiHome. Sebelum audiens menentukan tindakan selanjutnya, audiens akan mengubah sikapnya terlebih dahulu, terutama pada merek yang menghubungi melalui telemarketing. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan dari kualitas komunikator dan pesan dengan sikap audiens terhadap merek. Teori yang digunakan dalam penelitian ini *Instrumental Model of Persuasion*, yang memperhitungkan faktor – faktor komunikator dan pesan, *intervening process* dan perubahan sikap.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan tujuan untuk melihat hubungan kualitas komunikator dan kualitas pesan dengan sikap audiens terhadap merek. Melalui survei yang dilakukan dapat diketahui apakah ada hubungan dan seberapa besar hubungan dari kualitas komunikator dan kualitas pesan dengan sikap audiens terhadap merek.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas komunikator dan kualitas pesan secara bersama – sama memiliki hubungan dengan sikap audiens terhadap merek. Nilai koefisien regresi dari variabel kualitas komunikator dan kualitas pesan adalah sebesar 0.776 yang berarti ketika kualitas komunikator dan kualitas pesan terdapat peningkatan, maka semakin berhubungan dengan sikap positif audiens terhadap merek juga.

Kata Kunci: Telemarketing, Komunikasi Persuasi, Instrumental Model of Persuasion, kualitas komunikator, kualitas pesan, sikap terhadap merek

## DAFTAR ISI

|                                                |      |
|------------------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL .....                            | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                       | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                       | iii  |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....               | iv   |
| KATA PENGANTAR .....                           | v    |
| ABSTRAK.....                                   | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                | viii |
| DAFTAR TABEL.....                              | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                           | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                         | 1    |
| A. Latar Belakang .....                        | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                       | 10   |
| C. Tujuan Penelitian .....                     | 10   |
| D. Manfaat Penelitian .....                    | 10   |
| 1. Manfaat Akademis .....                      | 10   |
| 2. Manfaat Praktis .....                       | 11   |
| E. Kerangka Teori.....                         | 11   |
| 1. Komunikasi Persuasif.....                   | 12   |
| 2. Teori Instrumental Model of Persuasion..... | 19   |
| 3. Sikap Merek (Brand Attitudes) .....         | 23   |
| F. Kerangka Konsep .....                       | 27   |
| G. Hipotesis.....                              | 33   |
| H. Definisi Operasional.....                   | 34   |
| I. Metodologi Penelitian .....                 | 37   |
| 1. Jenis Penelitian.....                       | 37   |
| 2. Metode Penelitian.....                      | 38   |
| 3. Objek dan Subjek Penelitian .....           | 38   |
| 4. Populasi .....                              | 39   |
| 5. Sampel dan Teknik Sampling .....            | 39   |
| 6. Sumber Data.....                            | 40   |
| 7. Teknik Pengumpulan Data .....               | 41   |

|                                         |     |
|-----------------------------------------|-----|
| 8. Teknik Pengukuran Data.....          | 41  |
| 9. Teknik Analisis Data.....            | 46  |
| BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....  | 52  |
| A. PT Telekomunikasi Indonesia TBK..... | 52  |
| B. IndiHome .....                       | 54  |
| C. Telemarketing Indihome .....         | 55  |
| BAB III PEMBAHASAN.....                 | 56  |
| A. Temuan Data .....                    | 56  |
| 1. Deskripsi Responden.....             | 56  |
| 2. Distribusi Frekuensi .....           | 57  |
| 3. Uji Asumsi Klasik.....               | 92  |
| 4. Uji Hipotesis.....                   | 95  |
| B. Analisis Data.....                   | 101 |
| BAB IV PENUTUP.....                     | 112 |
| A. Kesimpulan .....                     | 112 |
| B. Saran.....                           | 114 |
| 1. Akademis.....                        | 114 |
| 2. Praktis.....                         | 114 |
| DAFTAR PUSTAKA .....                    | 116 |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | 120 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. Definisi Operasional .....                                                  | 34 |
| Tabel 2 Hasil uji validitas pada indikator variabel kualitas komunikator .....       | 42 |
| Tabel 3 Hasil uji validitas pada indikator variabel kualitas pesan telemarketer..... | 43 |
| Tabel 4 Hasil uji validitas pada indikator variabel sikap konsumen pada merek.....   | 44 |
| Tabel 5. Distribusi responden berdasarkan pada domisili tempat tinggal .....         | 57 |
| Tabel 6. Tabel kriteria kelas interval .....                                         | 58 |
| Tabel 7. Komunikator mempunyai sikap yang tegas.....                                 | 59 |
| Tabel 8. Komunikator merupakan orang yang memiliki sikap hangat.....                 | 60 |
| Tabel 9. Komunikator merupakan orang yang bersahabat .....                           | 60 |
| Tabel 10. Komunikator menunjukan sikap sebagai orang yang jujur .....                | 61 |
| Tabel 11. Komunikator adalah orang yang adil dalam memberikan pesan.....             | 62 |
| Tabel 12. Komunikator menunjukan rasa hormat.....                                    | 62 |
| Tabel 13. Komunikator merupakan orang yang ramah .....                               | 63 |
| Tabel 14. Komunikator merupakan orang yang berani .....                              | 64 |
| Tabel 15. Komunikator menyampaikan pesan dengan semangat.....                        | 64 |
| Tabel 16. Komunikator adalah orang yang kuat.....                                    | 65 |
| Tabel 17. Komunikator mempunyai rasa empati.....                                     | 66 |
| Tabel 18. Komunikator menggunakan bahasa yang sama dengan audiens .....              | 67 |
| Tabel 19. Komunikator memperkenalkan asal usulnya.....                               | 67 |
| Tabel 20. Komunikator memperkenalkan diri sebelum berbicara.....                     | 68 |
| Tabel 21. Komunikator disukai oleh audiens .....                                     | 69 |
| Tabel 22. Komunikator memiliki suara yang baik dan jelas .....                       | 69 |
| Tabel 23. Komunikator mempunyai rasa percaya diri dalam menyampaikan pesan .....     | 70 |
| Tabel 24. Komunikator mempunyai rasa percaya diri dalam menyampaikan pesan .....     | 71 |
| Tabel 25. Rentang Kriteria Variabel X1 .....                                         | 72 |
| Tabel 26. Tabel total skor variabel kualitas komunikator.....                        | 72 |
| Tabel 27. Pesan disampaikan secara spesifik .....                                    | 73 |
| Tabel 28. Pesan mempunyai arti/bermakna untuk audiens.....                           | 73 |
| Tabel 29. Pesan mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi .....                      | 74 |
| Tabel 30. Pesan disampaikan secara unik.....                                         | 75 |
| Tabel 31. Pesan persuasi disampaikan dengan menggunakan.....                         | 76 |
| Tabel 32. Pesan persuasi disampaikan dengan sederhana .....                          | 76 |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 33. Pesan persuasi disampaikan dengan jelas.....                               | 77 |
| Tabel 34. Pesan dapat memberikan informasi sesuai apa yang diinginkan komunikan..... | 78 |
| Tabel 35. Pesan membangun kepercayaan komunikan .....                                | 78 |
| Tabel 36. Pesan yang disampaikan sesuai dengan sistem nilai komunikan .....          | 79 |
| Tabel 37. Pesan yang disampaikan sesuai dengan situasi yang dihadapi komunikan ..... | 80 |
| Tabel 38. Pesan yang disampaikan sesuai dengan situasi yang dihadapi komunikan ..... | 80 |
| Tabel 39. Pesan persuasi dapat menggerakkan audiens untuk memberikan tanggapan ..... | 81 |
| Tabel 40. Pesan memberikan keyakinan kepada komunikan untuk menggunakan produk ....  | 82 |
| Tabel 41. Pesan membangun kecenderungan untuk bertindak.....                         | 83 |
| Tabel 42. Pesan membangun kepercayaan komunikan pada produk .....                    | 83 |
| Tabel 43. Rentang Kriteria Variabel X1 .....                                         | 85 |
| Tabel 44. Rentang Kriteria Variabel X1 .....                                         | 85 |
| Tabel 45. Konsumen tertarik untuk memakai produk dari merek Indihome .....           | 86 |
| Tabel 46. Konsumen menyukai paket internet provider merek .....                      | 86 |
| Tabel 47. Konsumen menyukai paket internet provider merek .....                      | 87 |
| Tabel 48. Konsumen mempunyai keyakinan.....                                          | 88 |
| Tabel 49. Konsumen percaya pada produk dan .....                                     | 88 |
| Tabel 50. Konsumen yakin menggunakan (memilih).....                                  | 89 |
| Tabel 51. Konsumen memilih menggunakan produk dari Indihome .....                    | 90 |
| Tabel 52. Rentang Kriteria Variabel Y .....                                          | 91 |
| Tabel 53. Tabel deskripsi total skor .....                                           | 91 |
| Tabel 54. Tabel Hasil Uji Normalitas .....                                           | 92 |
| Tabel 55. Hasil Uji Multikolinieritas .....                                          | 93 |
| Tabel 56. Bagan Scatterplot.....                                                     | 94 |
| Tabel 57. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....                              | 96 |
| Tabel 58. Hasil Uji Korelasi Spearman .....                                          | 97 |
| Tabel 59. Hasil Uji Korelasi Berganda .....                                          | 99 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                                                                                              |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1. Kusioner Penelitian .....                                                                                                        | 120 |
| Lampiran 2. Data statistik Validitas Kualitas Komunikator Telemarketer IndiHome .....                                                        | 124 |
| Lampiran 3. Data statistik Validitas Kualitas Pesan Telemarketer IndiHome .....                                                              | 127 |
| Lampiran 4. Data statistik Validitas Sikap Audiens pada Merek Indihome.....                                                                  | 130 |
| Lampiran 5. Data Statistik Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....                                                                        | 131 |
| Lampiran 6. Distribusi berdasarkan pada domisili responden.....                                                                              | 131 |
| Lampiran 7. Distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pertanyaan kuesioner<br>tentang kualitas komunikator IndiHome.....       | 131 |
| Lampiran 8. Tabel total skor kualitas komunikator Telemarketer IndiHome .....                                                                | 136 |
| Lampiran 9. Distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pertanyaan kuesioner<br>tentang kualitas pesan komunikator IndiHome..... | 136 |
| Lampiran 10. Tabel total skor kualitas pesan Telemarkter IndiHome.....                                                                       | 140 |
| Lampiran 11. Distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap item pertanyaan kuesioner<br>tentang sikap audiens pada merek IndiHome ..... | 140 |
| Lampiran 12. Tabel total skor kualitas pesan Telemarkter IndiHome.....                                                                       | 142 |
| Lampiran 13. Tabel hasil uji multikolinieritas dan uji korelasi parsial dengan SPSS 25.....                                                  | 142 |
| Lampiran 14. Tabel data statistic uji Heteroskedastisitas.....                                                                               | 142 |
| Lampiran 15. Tabel data statistic Model Summary (korelasi simultan .....                                                                     | 143 |
| Lampiran 16. Tabel data statistic hasil uji SPSS untuk uji korelasi pada setiap variabel<br>penelitian.....                                  | 143 |
| Lampiran 17. Tabel Uji R.....                                                                                                                | 144 |
| Lampiran 18. Tabel Uji T .....                                                                                                               | 147 |
| Lampiran 19. Tabel Uji F.....                                                                                                                | 149 |