

ABSTRAK

Fiqqi Ismah. B07208096. 2012. Hubungan antara komunikasi interpersonal dengan *Self-Efficacy* karyawan marketing. Skripsi, Prodi Psikologi, Fakultas Dakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel Suraabaya.

Dalam suatu perusahaan pemasaran dilakukan oleh bagian marketing. Karyawan marketing diharapkan mampu menjalankan strategi pemasaran dengan baik untuk mempromosikan atau menawarkan produk agar konsumen berminat untuk menggunakan produk yang ditawarkan tersebut. Komunikasi interpersonal berlangsung diantara individu, bersifat mempribadi dan dibangun atas sendi-sendi pengakuan dan penghargaan yang tinggi atas martabat manusiawi. Komunikasi penting dalam melakukan pekerjaan pemasaran agar dapat menarik konsumen untuk menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain komunikasi yang baik juga diperlukan *Self-Efficacy* yang tinggi dalam menjalankan pekerjaan ini yang berhubungan dengan orang banyak secara langsung.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan komunikasi interpersonal dengan *Self-Efficacy* pada karyawan marketing.

Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan *random sampling*. Sampel penelitian ini adalah 35 karyawan marketing Dealer Fortuna Motorindo.

Penelitian ini menggunakan dua buah skala sebagai alat ukur, yaitu skala komunikasi interpersonal dan *Self-Efficacy*. berdasarkan hasil uji korelasi *Sperman's Rho* diperoleh 0,586 dengan signya 0,000, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan *Self-Efficacy*.

Penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif dapat menumbuhkan *Self-Efficacy* yang tinggi pada karyawan marketing.

Kata kunci : komunikasi interpersonal, Self-Efficacy