Abstrak

Lutviana Ismahani, B06207040, 2012. Komunikasi Persuasif Terkait Perilaku Konsumen di *home industry* "Bagus Konveksi".

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif Terkait Perilaku Konsumen

Ada dua persoalan yang hendak dikaji dalam penelitian ini, yaitu: 1. Bagaimana proses komunikasi persuasif home industri rumahan bagus konveksi untuk menarik minat konsumen. 2. Faktor-faktor apa saja yang menghambat komunikasi persuasif untuk menarik minat konsumen industri rumahan bagus konveksi.

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu penellitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata penulis, atau lisan dan perilaku orang-orang yang diamati pada latar individu secara holistic. Yang mempunyai tujuan agar dapat terjun langsung ke lapangan.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa (1). Proses komunikasi persuasif dimulai dengan pihak home industry bagus konveksi datang langsung menemui konsumen, untuk memberikan dan juga membangkitkan rasa perhatian kepada konsumen, dengan memberikan penjelasan yang bisa mempengaruhi konsumen sehingga konsumen bisa percaya dan terpengaruh dengan sendirinya, komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi antar pribadi, agar komunikasi persuasif lebih efektif, sedangkan pesan yang disampaikan adalah pesan yang bersifat persuasive dan informatif. (2). Faktor penghambat dalam proses komunikasi persuasif *home industry* "Bagus Konveksi" dalam menarik minat konsumen diantaranya adalah konsumen tidak memberikan respon yang baik terhadap orang yang baru dikenal. dalam menerima pesan juga konsumen tidak semata hanya dengan menggunakan pikiran, tetapi juga keinginan serta pilihan-pilihannya dalam mengambil suatu keputusan, konsumen lebih berpikir dua kali tentang harga produk yang ditawarkan, karena memikirkan untung dan ruginya. Selain itu Perbedaan latar belakang seperti pendidikan, pekerjaan dan jenis kelamin dan pengalaman yang menimbulkan terjadinya *miss comunication* antara komunikator dan komunikan.

Bertitik tolak dari penelitian ini, beberapa saran yang deperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peningkatan konsumen *home industri* "bagus konveksi" adalah menumbuhkan rasa kepercayaan terhadap konsumen adalah yang paling utama. *home industry* juga mempunyai bekal dan pengetahuan mengenai proses komunikasi persuasif terkait perilaku konsumen, untuk menarik minat calon konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id