



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**Komunikasi Persuasif Pedagang Terkait Minat
Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Pada
Pedagang Baju Impor Di Pasar Loak Gembong
Tebasan Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**Bandung Bagaskara
NIM. B06216009**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2023**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : Bandung Bagaskara

Nim : B06216009

Prodi : Ilmu Komunikasi

Saya dengan jujur menyatakan bahwa judul skripsi ini adalah "**Komunikasi Persuasif Pedagang Terkait Minat Konsumen**" (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pedagang Baju Impor di Pasar Loak Gembong Tebasan Surabaya)," dan belum pernah diajukan ke lembaga pendidikan tinggi manapun untuk memperoleh gelar akademik apapun sebelumnya. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya. Segala hal yang bukan merupakan karya saya, telah disitasi dan dijelaskan dalam daftar pustaka.

Jika di masa mendatang terbukti bahwa pernyataan saya tidak benar dan terdapat pelanggaran terhadap karya skripsi ini, saya siap menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang telah saya peroleh melalui skripsi tersebut.

Surabaya, 21 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



Bandung Bagaskara
B06216009

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Bandung Bagaskara
NIM : B06216009
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif Pedagang
Terkait Minat Konsumen (Studi
Deskriptif Kualitatif Pada Pedagang
Baju
Impor Di Pasar Loak Gembong
Tebasan Surabaya)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 21 Juni 2023
Menyetujui
Pembimbing,



Muchlis, S.Sos.I, M.Si
NIP. 197911242009121001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KOMUNIKASI PERSUASIF PEDAGANG TERKAIT
MINAT KONSUMEN (STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF
PADA PEDAGANG BAJU IMPOR DI PASAR LOAK
GEMBONG TEBASAN SURABAYA).

SKRIPSI

Disusun Oleh
Bandung Bagaskara
B06216009

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 6 Juli 2023
Tim Penguji

Penguji I

Muchlis, M.S.Sos.I,M.Si
NIP. 197911242009121001

Penguji II

Dr. Hj. Lilik Hamidah, S.Ag,
M.Si
NIP. 197312171998032002

Penguji III

Dr. Nikmah Hadiati Salisah,
S.IP, M.Si
NIP. 197301141999032004

Penguji IV

Imam Maksum, S.Ag., M.Ag
NIP. 197306202006041001



Dr. Muchlis Purwanto, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197306202006041001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Bandung Bagaskara
NIM : B06216009
Fakultas/Jurusan : Dakwah & Komunikasi/Ilmu Komunikasi
E-mail address : Bandung.bagask@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Komunikasi Persuasif Pedagang Terkait Minat Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Pada

Pedagang Baju Impor Di Pasar Loak Gembong Tebasan Surabaya).

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Februari 2024

Penulis

(Bandung Bagaskara)

ABSTRAK

Bandung Bagaskara, 2023. *Komunikasi Persuasif Pedagang Terkait Minat Konsumen. (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Pedagang Baju Impor Di Pasar Loak Gembong Tebasan Surabaya).*

Dalam skripsi ini, terdapat dua permasalahan yang dianalisis, yakni:

Bagaimana cara pedagang baju impor di Pasar Gembong Tebasan Surabaya melakukan proses komunikasi persuasif untuk menarik minat pembeli dan apa saja kendala yang dihadapi dalam upaya tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan proses komunikasi persuasif yang digunakan oleh pedagang baju impor di Pasar Gembong Tebasan Surabaya untuk menarik minat pembeli, serta mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin timbul dalam komunikasi persuasif untuk menarik minat calon pembeli.

Dalam rangka itu, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menyediakan fakta dan data mengenai proses serta kendala dalam komunikasi persuasif yang dihadapi oleh pedagang dalam upaya menarik minat pembeli.

Berdasarkan uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pedagang dalam menyampaikan pesan kepada calon pembeli untuk menarik minat dapat dikategorikan menjadi empat tahap, yaitu: tahap permulaan, tahap memaparkan ide secara persuasif, tahap menangani bantahan, dan tahap pengambilan keputusan. (2) Terdapat beberapa hambatan dalam komunikasi persuasif yang dihadapi oleh pedagang dalam usahanya untuk menarik minat calon pembeli. Hambatan-hambatan tersebut meliputi: a) Faktor kebisingan (*noise*) di lingkungan pasar. b) Faktor semantik yang terkait dengan penggunaan kata-kata yang dapat menimbulkan kesalahpahaman. c) Perbedaan kepentingan antara pedagang dan pembeli. d) Kurangnya motivasi dari para pembeli untuk memberikan umpan balik (*feedback*). e) Adanya prasangka (prasangka) yang berlebihan dan menyebabkan perbedaan persepsi.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasi, Menarik Minat

ABSTRAK

Bandung Bagaskara, 2023: *Merchants' persuasive communication regarding consumer interests (Qualitative Descriptive Study on Imported Clothes Traders at the flea market Gembong Tebasan Surabaya)*

In this thesis, there are two problems analyzed, namely:

How do imported clothing traders in Pasar Gembong Tebasan Surabaya carry out a persuasive communication process to attract buyers and what are the obstacles faced in this effort. This study aims to understand and explain the persuasive communication process used by imported clothing traders in Pasar Gembong Tebasan Surabaya to attract buyers, as well as identify obstacles that may arise in persuasive communication to attract potential buyers.

In that order, this study uses qualitative research methods with a descriptive approach that aims to provide facts and data regarding the process and obstacles in persuasive communication faced by merchants in an effort to attract buyers.

Based on the description above, the following conclusions can be drawn: (1) The persuasive communication process carried out by traders in conveying messages to prospective buyers to attract interest can be categorized into four stages, namely: the initial stage, the stage of presenting ideas persuasively, the stage of handling objections, and the stage of decision making. (2) There are several barriers to persuasive communication faced by merchants in their efforts to attract potential buyers. These barriers include: a) Noise factor in the market environment. b) Semantic factors associated with the use of words that may give rise to misunderstandings. c) Differences in interests between merchants and buyers. d) Lack of motivation from buyers to provide feedback. e) The existence of prejudice (prejudice) that is excessive and causes differences in perception.

Keywords: Communication Persuasion, Attracting Interest

ABSTRAK

باندونغ باجاسكارا ، 2023. التواصل المقنع للتجار فيما يتعلق بمصالح المستهلكين. (دراسة وصفية نوعية على تجار الملابس المستوردة في سوق (سورابايا بانغونغ كينغين للسلع المستعملة

في هذه الأطروحة ، هناك مشكلتان تم تحليلهما ، وهما

كيف يقوم تجار الملابس المستوردة في باسار جيمبونج تيباسان سورابايا بعملية اتصال مقنعة لجذب المشترين وما هي العقبات التي تواجه هذا الجهد. تهدف هذه الدراسة إلى فهم وشرح عملية الاتصال المقنع التي يستخدمها تجار الملابس المستوردة في باسار جيمبونج تيباسان سورابايا لجذب المشترين ، وكذلك تحديد العقبات التي قد تنشأ في التواصل المقنع لجذب المشترين المحتملين

وبهذا الترتيب تستخدم هذه الدراسة مناهج البحث النوعي ذات المنهج الوصفي الذي يهدف إلى توفير الحقائق والبيانات المتعلقة بالعملية والمعوقات في التواصل المقنع الذي يواجهه التجار سعياً لجذب المشترين

بناء على الوصف أعلاه ، يمكن استخلاص الاستنتاجات التالية: (1) يمكن تصنيف عملية الاتصال المقنعة التي يقوم بها التجار في نقل الرسائل إلى المشترين المحتملين لجذب الاهتمام إلى أربع مراحل ، وهي: المرحلة الأولية ، ومرحلة تقديم الأفكار بشكل مقنع ، ومرحلة التعامل مع الاعتراضات ، ومرحلة اتخاذ القرار. (2) هناك العديد من الحواجز التي تحول دون التواصل المقنع الذي يواجهه التجار في جهودهم لجذب المشترين المحتملين. وتشمل هذه الحواجز: (أ) عامل الضوضاء في بيئة السوق. (ب) العوامل الدلالية المرتبطة باستخدام الكلمات التي قد تؤدي إلى سوء الفهم. (ج) الاختلافات في المصالح بين التجار والمشترين. (د) عدم وجود حافز من المشترين لتقديم ردود الفعل. (هـ) وجود تحيز (تحيز) مفرط ويسبب اختلافات في الإدراك

الكلمات المفتاحية: إقناع التواصل ، جذب الاهتمام

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Pembimbing	ii
Lembar Pengesahan Ujian Skripsi	iii
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi	iv
Motto Dan Persembahan	v
Pernyataan Otentitsitas Skripsi	vi
Abstrak	x
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi	xii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Definisi Konsep	6
1. Komunikasi Persuasi	6
2. Minat Konsumen	8
F. Sistematikan Pembahasan	8

BAB II : KAJIAN TEORITIK

A. KAJIAN PUSTAKA	10
1. Komunikasi Persuasi	10
a. Konsep Dasar	10
b. Pesan Persuasi	15
c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Penerimaan Pesan	18
d. Proses Komunikasi Persuasi	19
e. Teknik Komunikasi Persuasi	22
f. Prinsip-Prinsip Persuasi	25

g. Hambatan-Hambatan Di Dalam Komunikasi Persuasi	26
2. Minat.....	28
a. Konsep Dasar	28
b. Macam-Macam Minat	29
c. Kriteria Minat	30
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Seseorang	30
3. Sub Prespektif Islam	32
B. Kajian Teoritik	34
1. Teori Rank's Model	34
2. Teori Penguatan	35
C. Kerangka Pikir Penelitian	36
D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	37
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	40
C. Jenis Dan Sumber Data	41
D. Tahap-Tahap Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data	44
F. Teknik Validitas Data	45
G. Teknik Analisis Data	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	48
1. Kondisi Umum Pasar Loak Gembong Surabaya	48
2. Lokasi Penelitian	51
3. Jam Buka Dari Pasar Gembong	52
4. Sejarah Pasar Gembong	52

5. Kedudukan Dan Fungsi Pasar Loak	53
B. Penyajian Data	54
C. Temuan Penelitian	64
1. Proses Komunikasi Persuasif Pedagang	64
2. Faktor Penghambat Komunikasi Persuasif Pedagang	67
3. Solusi Hambatan Komunikasi Persuasif	71
D. Analisis Data	72
1. Prespektif Teori	72
2. Prespektif Islam	78
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran Dan Rekomendasi	82
C. Keterbatasan Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	84
Lampiran-lampiran	86
Biodata Penulis	92

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Ha'iri Fadhlullah Syaikh, *Tanyalah AKU Sebelum KAU Kehilangan AKU*, Bandung: Pustaka Hidayah, 2004
- Ali, Muhammad. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Modern.*, Jakarta: Pustaka Amani, 1995
- Anwar Prabu Mangku Negara, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Refika Aditama, 2009
- Cangara Havied, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006
- Deddy Mulyana, *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1996
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008
- Effendy Uchyana, Onong. *Hubungan Insani*. Bandung: Remaja Karya, 1988
- Forsyt Patrick, *Komunikasi Persuasi Yang Berhasil*, Jakarta: Arcan, 1993
- Hidayat, *Public Speaking & Tehnik Presentasi*, Yogyakarta: Graha Il, 2006
- Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Pribadi*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1991
- Malik Dedy Djamaluddin, *Komunikasi Persuasif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1994
- Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1995
- Moelong J Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitaif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002

- Muhammad Ibrahim Amin “*Komunikasi Pedagang Secondhand Di Pasar Maling Wonokromo Surabaya*”.
- Nasir Moch, *Metode Penelitian*, Jakarta: PT. Ghalia Indonesia, 1998
- Nasution S, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996
- Ngurahrai I Gusti, *Manajemen Hubungan Masyarakat*, Yogyakarta: Pesona Merapi Timur, 1999
- Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosda Karya
- Rahmad Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007
- Ritonga M Jamiluddin, *Tipologi Pesan Persuasif*, Jakarta: PT. Indeks, 2005
- Slameto, *Belajar Dan Factor- Factor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta, 2008
- Sunarjo, *Komunikasi Persuasi Dan Retorika*, Yogyakarta: LIBERT, 1993
- Yusup Pawit M, *Ilmu Komunikasi, Dan Kepustakaan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009

Internet :

- <http://uin-suka.info/ejurnal/index>
- <https://tafsirweb.com/1595-surat-an-nisa-ayat-63.html>
- <https://www.merdeka.com/travel/pasar-loak-gembong-surganya-barang-bekas-di-surabaya.html>

Jurnal :

- Hovland, C.I., Janis, I.L., & Kelley, H.H. *Communication and persuasion*. Yale University Press. (1953)
- Richard M. Perloff, Richard M. Perloff *The Dynamics of Persuasion*. Communication and Attitudes in the 21st Century
- Peter F. Jorgensen *Chapter 15 - Affect, persuasion, and communication processes*. 1996