

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis korelasi penelitian yang telah diuraikan pada bab III, penulis dapat menarik kesimpulan antara lain sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan yang bernilai positif dan searah antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan variabel minat beli (Y), yang artinya jika variabel kredibilitas komunikator meningkat maka minat beli juga akan semakin meningkat. Kategori korelasi masuk ke dalam kategori tingkat hubungan yang sedang, dengan nilai korelasi 0,594.
2. Terdapat hubungan yang bernilai positif dan searah antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan variabel minat beli (Y) dan dikontrol dengan variabel tingkat pendidikan (Z), yang artinya jika variabel kredibilitas komunikator meningkat maka minat beli juga akan semakin meningkat. Kategori korelasi masuk ke dalam kategori tingkat hubungan yang kuat, dengan nilai korelasi 0,601. Kemudian peran variabel tingkat pendidikan (Z) ialah melemahkan hubungan yang terjadi antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan variabel minat beli (Y).
3. Hasil perhitungan korelasi antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan minat beli (Y) menunjukkan angka koefisien korelasi $r_{hitung} 0,594 > r_{tabel} 0,216$, sehingga hipotesis nol yang menyatakan “Tidak ada korelasi antara tingkat kredibilitas komunikator program sosialisasi listrik pintar PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta dengan minat beli masyarakat Pedukuhan Sawah untuk menggunakan listrik pintar” dinyatakan ditolak atau dengan kata lain

ada korelasi antara tingkat kredibilitas komunikator program sosialisasi listrik pintar PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta dengan minat beli masyarakat Pedukuhan Sawah untuk menggunakan listrik pintar.

4. Hasil perhitungan korelasi antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan minat beli (Y) setelah dikontrol dengan variabel tingkat pendidikan (Z) menunjukkan angka koefisien korelasi 0,601. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya variabel control diantara kedua variabel tersebut membuat nilai korelasi menjadi meningkat dari sebelumnya.
5. Peran dari variabel pendidikan (Z) sebagai variabel control dalam penelitian ini adalah melemahkan hubungan antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan variabel minat beli (Y). Peneliti melihat bahwa tanpa adanya variabel kontrol yaitu variabel tingkat pendidikan (Z), korelasi yang terjadi antara variabel kredibilitas komunikator (X) dengan minat beli (Y) adalah 0,594 dengan nilai signifikansi 0,000, namun saat adanya variabel tingkat pendidikan (Z) sebagai variabel kontrol malah melemahkan hubungan yang terjadi antara variabel X dengan variabel Y, nilai korelasi berubah menjadi 0,601 dengan signifikansi 0,000. Sehingga penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan adanya variabel tingkat pendidikan menjadi perhatian yang penting bagi Humas PT. PLN (Persero) APJ Yogyakarta, hal ini dikarenakan peran pendidikan bisa melemahkan hubungan antara variabel kredibilitas komunikator dengan variabel minat beli.

B. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi antara tingkat kredibilitas komunikator program sosialisasi listrik pintar PT PLN (Persero) APJ Yogyakarta dengan minat beli masyarakat Pedukuhan Sawah untuk

menggunakan listrik pintar setelah dikontrol oleh tingkat pendidikan dengan nilai korelasi 0,601 maupun sebelum dikontrol oleh tingkat pendidikan dengan nilai korelasi 0,594, maka sebaiknya presentator atau komunikator yang mewakili PT. PLN (Persero) APJ Yogyakarta lebih melihat karakteristik komunikasi dari segi tingkat pendidikan, sehingga pemilihan kalimat saat sosialisasi bisa disesuaikan dengan kondisi dan tingkat pendidikan masyarakat Pedukuhan Sawah. Tingkat pendidikan menjadi perhatian, dikarenakan tingkat pendidikan yang melemahkan hubungan antara variabel kredibilitas komunikator dengan variabel minat beli, semakin tinggi tingkat pendidikan maka tingkat pengetahuan akan semakin tinggi. Hal ini akan berdampak besar terhadap minat beli dari komunikasi yang mendengar sosialisasi dari narasumber atau komunikator

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta: Yogyakarta.
- Azwar, Saiffudin. B, 1992. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- _____ 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- _____ 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- _____ 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi ke 2*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Dainton, Mariane and Zelle, Elaine D. 2011. *Applying Communication Theory for Professional Life; a Practical Introduction. 2nd Edition*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Dharmmesta, B.S., 1992. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti: Bandung
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Airlangga: Jakarta
- Hardjana, 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*. Penerbit Kanisius: Yogyakarta
- Hosein, Z.N. 2011. Measuring the Purchasing Intention of Visitor to the Autoshow. *Jurnal of Management and Marketing Research*: Nortwood University.
- Howard, Jhon, 1985, *Consumer Behavioral in Marketing Strategi, Englewood Cliffs, Prentice Hall*: Newyork.
- Kasali, Renald, 1992. *Manajemen Periklan-an*. PAU, Fakultas Ekonomi-UI: Jakarta.
- Kotler, Philip, 2004. *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium*. Penerbit PT. Prenhallinda: Jakarta.
- _____ dan Gary Armstrong. 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Erlangga: Jakarta.
- _____ 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, jilid 2, edisi

- ke-8. Penerbit Erlangga: Jakarta
- _____2000, *Dasar dasar pemasaran, Jilid 1*. Penerbit PT. Prenhalindo: Jakarta
- _____2000, *Manajemen Pemasaran, Milenium, Edisi Kedelapan*. Penerbit PT. Prenhalindo: Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kharisma Putra: Jakarta
- _____ 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana : Jakarta
- Kussujaniatun, S. 2001. *Analisis Minat Konsumen Briket Batubara: Suatu Studi Empiris*, "STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis, No 24, September – Desember, h.107 – 123.
- Littlejohn, Stephen W. & Karen A. Foss. 2008. *Teori Komunikasi: Theories of Human Communication*. Terjemahan oleh Mohammad Yusuf Hamdan. Salemba Humanika: Jakarta
- _____ 2005. *Theories of Human Communication*, (terj.). Salemba Humanika: Jakarta.
- Malik, Deddy Djameluddin. 1994. *Komunikasi Persuasif*. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Marianne and Zelley, Elaine D, Dainton. 2011. *Applying Communication Theory for Professional Life; a Pratical Introduction*. 2nd Edition. Thousand Oaks : SAGE Publications, Inc.
- Masri Singarimbun & Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES : Jakarta
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*: PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Noer, Muhammad. 2012. *Presentasi Memukau (bagaimana menciptakan presentasi luar biasa)*. Diakses dari www.presentasi.net tanggal 11 november 2014.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Nuradi, dkk. 1996. *Kamus Istilah Periklan Indonesia*. Pt. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Ohanian, R. 1990. *Construction and Validation of A Scale to Measure Credibility Endorser's Perceived Expertise, Trustworthiness, and Attractiveness*. Journal of Advertising Vol 19, No3.

- Wasesa, Silih A. 2011. *Political Branding & Public Relation*. Penerbit Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Paristo, Arif. 2009. *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Petty, R. E., & Priester, J. R. (1986). "Mass Media Attitude Change : Implications of the Elaboration Likelihood Model of Persuasion" dalam *Media Effects : Advances in Theory and Research*. Bryant & Zillman (Eds) ,2005 : 91-117.
- Perloff, Richard M. 2010. *The Dynamics of Persuasion: Communication and Attitudes in the 21st Century*. Routledge: New York
- Riduwan dan Sunarto. 2009. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Alfabeta: Bandung
- Sarjono, Haryadi dan Juliana, Winda. *SPSS VS LISREL (Sebuah Pegantar, Aplikasi untuk Riset)*. Salemba Empat: Jakarta.
- Santoso, Singgih. 2002. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo: Jakarta
- Shimp, Terence A. 2000/2003. *Advertising Promotion and Supplement Aspect of Intregrated Marketing Communication 5th Edition; Alih Bahasa: Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Edisi Kelima, Terjemahan: Reyvani Syahrial*. Erlangga: Jakarta
- Singarimbun, Masri.1995. *Metode Penelititan Survei*. LP3S: Jakarta
- Sugiyono. 2008. *Statistika untuk Penelitian*. Alpha Betha Temporal: Bandung
- Thoah, Miftah. 1983. *Perilaku Organisasi*. Radjawali Pers: Jakarta
- Umar, Husein. 1998. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Wardiyana. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Andi: Yogyakarta

Skripsi :

- Anjasari Resmaningrum (2012). *Pengaruh Kredibilitas Komunikator dan Kredibilitas Pesan Komunikasi Word Of Mouth Terhadap Motivasi Membeli Produk*. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dapat diakses di: <http://e-journal.uajy.ac.id/>

Web :

www.pln.co.id