

ABSTRAK

FINKA KARTIKA, 1951048, Pengaruh Media Sosial WhatsApp Sebagai Sarana Komunikasi Terhadap Penjualan Di Dealer Astra Motor Baturaja. Skripsi S1 Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Baturaja. Dibawah Bimbingan Yunizir Djakfar, M.I.P Sebagai Pembimbing 1 dan Darwadi M.S,M.I.Kom Sebagai Pembimbing II.

Pada saat ini teknologi dan komunikasi setiap saat, setiap waktu yang bersamaan dengan ilmu pengetahuan selalu ada perkembangan yang baru. Dengan menggunakan teknologi khususnya media sosial akan mempermudah kita untuk mengetahui perkembangan atau berita yang ada di luaran sana. Disini peneliti meneliti aplikasi media sosial WhatsApp sebagai objek yang ingin diteliti, dengan rumusan masalah bagaimana pengaruh WhatsApp yang digunakan sebagai media penghubung antara para marketing Dealer Astra Motor Baturaja dengan para Konsumennya. Metode yang digunakan adalah wawancara, kuisioner. Jumlah populasi sebanyak 30 responden yang diambil dari karyawan dealer astra motor baturaja, dan sampel berjumlah 30 orang. Penulis menggunakan tehnik analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel *pengaruh Media Sosial WhatsApp Sebagai Sarana Komunikasi (x)* Berpengaruh terhadap *Penjualan Di Dealer Astra Motor Baturaja (Y)* adalah 98,27% dengan kriteria Baik sekali yang berarti adanya hubungan kuat antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan hasil uji t $6,798$

$>2,0484$ Maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y dan hasil uji F $46,210 >2,3779$ maka terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel X secara silmutan terhadap variabel Y.

Kata kunci : Media Sosial WhatsApps, Sarana Komunikasi Penjualan

ABSTRACT

FINKA KARTIKA, 1951048, The Effect of WhatsApp Social Media as a Means of Communication on Sales at Astra Motor Baturaja Dealers. Bachelor Thesis in Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Social and Political Sciences, Baturaja University. Under the guidance of Yunizir Djakfar, M.I.P as Advisor I and Darwadi M.S, M.I.Kom as Advisor II.

At this time, technology and communication keep up with the times, every time that science coincides, there are always new developments. Using technology, especially social media, will make it easier for us to find out about developments or news that are out there. Here the researcher examines the WhatsApp social media application as an object that wants to be examined, with the formulation of the problem how the influence of WhatsApp is used as a media liaison between marketing Astra Motor Baturaja Dealers and their consumers. The method used is interviews, questionnaires. The total population of 30 respondents who were taken from Astra Motor Baturaja dealer employees, and a sample of 30 people. The author uses quantitative analysis techniques. Based on the SPSS results, it can be concluded that the influence variable of WhatsApp Social Media as a Means of Communication (x) has an influence on Sales at Astra Motor Baturaja Dealers (Y) is 98.27% with Very Good criteria which means there is a strong relationship between the two variables. Based on the test results $t 6.798 > 2.0484$ So there is an effect of variable X on variable Y and the results of the F test are $46.210 > 2.3779$ so there is a significant effect on variable X simultaneously on variable Y.

Keywords: WhatsApps Social Media, Sales Communication Tool