

# Efektivitas Komunikasi Interpersonal Konsultan dan Motivasi Diri Terhadap Keputusan Memilih EF Adults

Oleh :

Abdillah Robby Al-Fatihah, Ainur Rochmaniah

Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Januari 2024

# Pendahuluan



English First for Adults merupakan lembaga kursus bahasa inggris dengan skala Internasional yang berbasis di Swedia dan memiliki jaringan pusat di berbagai negara. EF Adults diperuntukkan bagi siapa saja dengan usia minimal 18 tahun (<https://www.ef.co.id/englishfirst/adults/>). Menurut Putu Kreshnamurti J. J. Selaku Manager Brand Partnership, untuk EF Adults yang berada di Surabaya sudah memiliki jumlah murid sebanyak 141 sejak bulan Juli hingga Desember 2022 dan 169 murid sejak bulan Januari hingga Juni 2023.

# Fenomena

Saat ini dengan berbagai macam kursus bahasa inggris, seseorang sering dihadapkan dengan beragam pilihan ketika memutuskan untuk mengikuti kursus bahasa inggris. Keputusan untuk memilih brand tertentu sering dipengaruhi oleh banyak faktor. Komunikasi interpersonal konsultan menjadi salah satu faktor seseorang ketika memilih kursus. Dalam komunikasi customer service dan konsultan terdapat hubungan yang kuat antara dengan konsumen (Lumbantobing 2015).



# Teori & Tujuan

- Komunikasi Interpersonal yaitu komunikasi dua arah, yang memungkinkan seseorang mendapatkan reaksi secara langsung baik. Cirinya, keterbukaan, empati, sikap positif, dua arah, umpan balik. (Mulyana. 2016).
- Motivasi diri yaitu faktor internal yang mendorong seseorang untuk mengapai tujuannya. Motivasi terbagi menjadi dua klasifikasi yaitu motivasi rasional dan motivasi emosional (Setiadi. 2003).
- Keputusan pembelian yaitu aktivitas dari customer untuk ingin atau tidak membeli suatu produk. Terdapat proses pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. (Kotler. 2008).

## TUJUAN :

- Menganalisis pengaruh variabel X1 & X2 terhadap Y1
- Menguji hipotesis yang ada
- Memberikan pemahaman perilaku konsumen di EF Adults



# Metode Penelitian

Kuantitatif  
Deskriptif

Populasi : 169  
Sampel : 118

Teknik  
Random  
Sampling

Observasi,  
Dokumentasi,  
& Kuesioner

Teknik  
Analisis Data  
Regresi  
Berganda

# Hasil dan Pembahasan

- Adanya efektivitas komunikasi interpersonal konsultan dan motivasi diri terhadap keputusan memilih seorang murid di EF Adults cabang Surabaya.
- Terdapat efektivitas komunikasi interpersonal konsultan dan motivasi diri secara simultan signifikan terhadap keputusan memilih seseorang untuk kursus di EF Adults.
- Adapun efektivitas dari motivasi diri secara parsial yang signifikan terhadap keputusan memilih seseorang untuk kursus di EF Adults. Serta tidak ada pengaruh secara parsial dari komunikasi interpersonal konsultan yang signifikan terhadap keputusan memilih seseorang.
- Besar persentase kekuatan variabel komunikasi interpersonal konsultan yaitu 85%, variabel motivasi diri 90%, dan variabel keputusan pembelian 83%

# Kesimpulan

Keputusan memilih seorang murid EF Adults dipengaruhi oleh efektivitas komunikasi interpersonal seorang konsultan dan motivasi diri dari seorang murid itu sendiri untuk menguasai bahasa Inggris bersama EF Adults Indonesia cabang Surabaya.

# Referensi

- [1] R. F. Y. Amirudin M Amin, "The Effect Of Brand Ambassador, E-WOM, Lifestyle, Country Of Origin And Motivation On The Decision To Purchase Korean Skincare Products Nature Republic," INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi, pp. 1-14, 2021.
- [2] R. N. K. Andri Mei Saputro, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Salesman, Harga, dan Produk Kompetitor terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopiko di Costumer Base Retail," ASSET: JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO, pp. 1-10, 2023.
- [3] A. S. Elia Agustiana, "Analysis of Customer Service Interpersonal Communication in Improving Customer Satisfaction (Study of Pt. Syariah People's Financing Bank Mitra Agro Usaha Bandar Lampung)," Formosa Journal of Multidisciplinary Research (FJMR), pp. 1-16, 2022.
- [4] V. M. Lumbantobing, "PERANAN KOMUNIKASI CUSTOMER SERVICE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LINTAS SEMESTA SURABAYA," Jurnal Komunikasi, pp. 1-14, 2015.
- [5] G. Zebua, "TEORI MOTIVASI ABRAHAM H. MASLOW DAN IMPLIKASINYA DALAM KEGIATAN BELAJAR MATEMATIKA," Range : Jurnal Pendidikan Matematika, pp. 1-9, 2021.
- [6] P. D. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: ALFABETA, cv, 2022.
- [7] A. R. Moch Yusuf Rizaldi Almuhtadibillah, "Service Quality and Word Of Mouth (WOM) Communication on Data Package Purchase Decisions," Academia Open, pp. 1-11, 2022.
- [8] N. Setiadi, Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran (Edisi Pertama), Bandung: Prenada Media, 2003.
- [9] E. W. Putri, "Elderly Motivation in Smartphone Purchase," Athens Journal of Mass Media and Communications, pp. 1-3, 2021.
- [1 D. Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016.  
0]
- [1 P. d. K. L. K. Kotler, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua belas, PT Indeks, 2008.  
1]
- [1 Admin, "English First for Adults," 11 Januari 2024. [Online]. Available: <https://www.ef.co.id/englishfirst/adults/>.  
2]



