

ABSTRAK

Oktarina Trissanty (2005). “Hubungan Antara Persepsi Terhadap Penampilan Fisik Dan Kemampuan Komunikasi *Sales Promotion Girl* Dengan Sikap Konsumen terhadap produk”. Skripsi Sarjana Strata 1: Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

Sarana promosi merupakan sarana yang sangat bermanfaat bagi kemajuan suatu perusahaan. Perusahaan memakai media promosi sebagai alat bantu untuk memperkenalkan produk dan menjual produk perusahaan. Salah satunya adalah *Sales Promotion Girl* yang dipakai sebagai sarana yang bisa memperlancar proses penjualan suatu produk. Faktor penunjang keberhasilan *Sales Promotion Girl* adalah kemampuan komunikasi dan penampilan fisik, karena *Sales Promotion Girl* bertugas langsung terjun ke lapangan berhadapan dengan konsumen. Di sini kemampuan komunikasi menjadi syarat penting yang harus dimiliki untuk mempengaruhi sikap konsumen yang tadinya bersikap negatif terhadap produk menjadi bersikap positif terhadap produk, selain itu agar tujuan dari perusahaan untuk menjual produk berhasil. Kemampuan komunikasi juga harus ditunjang dengan penampilan fisik yang menarik, terutama bagi *Sales Promotion Girl* produk kecantikan.

Penelitian ini dilakukan di PT. Interkos Jaya Bakti Surabaya, yang menjadi distributor tunggal penjualan produk kosmetik bermerek Etude untuk wilayah Asia. Subyek penelitian yang digunakan total sebanyak 27 orang konsumen Etude yang tersebar di beberapa counter di pusat-pusat perbelanjaan di Surabaya, dengan teknik pengambilan data *Quota sampling*. Metode pengambilan data menggunakan metode angket dengan skala likert.

Hasil uji hipotesis menggunakan analisis regresi, diperoleh hasil $R=0.487$, $p=0.038$ dan $F=3.731$ yang berarti hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa ada hubungan positif antara persepsi terhadap penampilan fisik dan kemampuan komunikasi *Sales Promotion Girl* dengan sikap konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Dari hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran bagi PT. Interkos Jaya Bakti antara lain agar perusahaan lebih memberikan perhatian kepada *Sales Promotion Girl*, dengan memberikan training komunikasi kepada *Sales Promotion Girl* secara intensif, agar *Sales Promotion Girl* dapat berkomunikasi seefektif mungkin untuk mencapai tujuan dari perusahaan.

Kata Kunci : Persepsi , penampilan fisik, kemampuan komunikasi dan sikap konsumen