

**PENGARUH REFERENSI ORANGTUA TERHADAP SIKAP PEMILIHAN  
MEREK SEPEDA MOTOR (Survei Pada Siswa MAN 2 Kota Bogor)**

**Galih Adrikni Noor**

**ABSTRAK**

Komunikasi memiliki peranan yang penting yang dapat mengatur kehidupan manusia. Proses komunikasi manusia dimulai dari lingkungan yang paling dekat dan intim, yaitu keluarga yang termasuk ke dalam komunikasi interpersonal. Menurut Effendy, komunikasi interpersonal sangat penting karena memungkinkan berlangsung secara dialogis, komunikasi interpersonal pula dinilai paling efektif dalam melancarkan komunikasi persuasif. Komunikasi yang terjadi didalam keluarga seringkali berbentuk persuasif, dimana orangtua berusaha megubah pemikiran atau sikap anaknya agar sesuai yang diharapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor dan seberapa besar pengaruh dari referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Populasi penelitian ini adalah siswa-siswi MAN 2 Kota Bogor dengan jumlah sampel sebanyak 92 orang. Teknik pengujian data menggunakan *SPSS* versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari vairabel X dengan variabel Y sebesar 0,534. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 28,5%, sedangkan sisanya 71,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang sedang antara pengaruh referensi orang tua terhadap sikap pemilihan merek sepeda motor.

**Kata Kunci :** Komunikasi interpersonal, pelanggaran harapan, persuasif, referensi orangtua, sikap pemilihan merek,.

***THE INFLUENCE OF PARENTS REFERENCE ON CHOOSING ACTION OF  
MOTORCYCLE BRAND (Survey on Bogor 2<sup>nd</sup> Madrasah Aliyah Students)***

**Galih Adrikni Noor**

***ABSTRACT***

*Communication has an important role which can manage humans life. Humans communications process starting from the nearest circle and intimate, that is family who's include in interpersonal communication. According to Effendi, interpersonal communications is very important because enable to occur dialogically, interpersonal communications also rated to the most effective communications to launch persuasive communication. The communications which happen in a family, frequently is persuasive which is parents tried to changes his son's ideas or manners which parent's expected. This study aims to determine is there any influence of parents reference on choosing action of motorcycle brand and how much influence of parents reference on choosing action of motorcycle brand. This research was conducted using a quantitative approach. The research method used is a survey. The population of this study was students of Bogor 2<sup>nd</sup> Madrasah Aliyah with a total sample of 92 respondents. Data testing techniques using the SPSS version 20. The results of this study indicate that the correlation of variable X with Y variable is 0,534. Based on the results of the calculation of determination coefficient, the results of the influence of variable X on variable Y are 28,5%. while the remaining 71,5% was caused by other factors not examined in this study. Thus it can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted, so that there is a middle influence between influence of parents reference on choosing action of motorcycle brand.*

**Keywords:** *Brand choosing action, expectancy violations, interpersonal communications, parents reference, persuasive.*