

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KEPERCAYAAN DIRI
TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA
PELAJARAN *MARKETING* KELAS XI JURUSAN
PEMASARAN DI SMK NEGERI 7 MEDAN
TAHUN AJARAN 2024/2025**

Cristi Rahmana G¹, Aurora Elise Putriku²

^{1,2} Universitas Negeri Medan

Alamat e-mail : cristirahmana07@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of interpersonal communication and self-confidence on students' learning outcomes in the Marketing subject of Grade XI Marketing Department at SMK Negeri 7 Medan in the 2024/2025 academic year. The research employed a quantitative approach using an ex post facto method. The sample consisted of the entire population, totaling 65 students, who were all selected as respondents through total sampling. The research instruments included questionnaires on interpersonal communication and self-confidence, as well as documentation of students' learning outcomes. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27. The results showed that interpersonal communication had a positive and significant effect on students' learning outcomes ($\text{sig.} < 0.05$). Self-confidence also had a positive and significant effect on learning outcomes ($\text{sig.} < 0.05$). Simultaneously, interpersonal communication and self-confidence had a positive and significant effect on students' learning outcomes, with a coefficient of determination (R^2) of 0.57. This indicates that 57% of the variation in students' learning outcomes can be explained by interpersonal communication and self-confidence, while the remaining 43% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: interpersonal communication, self-confidence, learning outcomes, marketing.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran Marketing kelas XI Jurusan Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan Tahun Ajaran 2024/2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *ex post facto*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 65 siswa dan seluruhnya dijadikan sebagai sampel (*total sampling*). Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner untuk variabel komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri, serta dokumentasi nilai hasil belajar. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi

interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil belajar siswa. Kepercayaan diri juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil belajar siswa. Secara simultan, komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil belajar. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,57 menunjukkan bahwa 57% variasi hasil belajar siswa dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri, sedangkan 43% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri memiliki peran penting dalam meningkatkan hasil belajar siswa pada mata pelajaran Marketing.

Kata Kunci: komunikasi interpersonal, kepercayaan diri, hasil belajar, marketing.

A. Pendahuluan

Belajar dan pembelajaran dalam proses pendidikan adalah dua elemen yang saling terkait dalam mencapai tujuan akademik. Pembelajaran tidak hanya mencakup aspek penguasaan materi, tetapi juga kemampuan siswa untuk mengembangkan keterampilan sosial, berpikir kritis, dan mengelola emosi mereka. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa meskipun materi pembelajaran telah dirancang dengan baik, sebagian siswa belum mampu mencapai hasil belajar yang optimal. Fatoni (2024) menyatakan beberapa faktor seperti kurangnya motivasi, keterbatasan dalam memahami materi, atau kurangnya interaksi yang mendalam dalam kegiatan belajar, dapat menghambat perkembangan siswa. Menurut Insani (2025) meskipun metode pembelajaran sudah diterapkan sesuai dengan kurikulum, banyak siswa yang masih kesulitan untuk mencapai hasil yang diinginkan, yang menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran perlu disesuaikan agar lebih efektif dan

inklusif, serta mendukung perkembangan siswa secara holistik.

Darmayanti (2024) mengatakan fenomena rendahnya hasil belajar ini dapat terlihat dari berbagai studi yang menekankan pentingnya strategi pendukung untuk mengoptimalkan capaian akademik siswa. Menurut Ningrum (2024), hasil belajar dipengaruhi oleh kemampuan kognitif dan afektif yang berkembang secara seimbang melalui interaksi belajar yang tepat. Hasil belajar menjadi salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan proses pembelajaran.

Menurut Mardiah (2023), hasil belajar tidak hanya mencerminkan tingkat pemahaman siswa terhadap materi, tetapi juga menjadi ukuran keberhasilan guru dan lembaga pendidikan dalam mencapai tujuan pembelajaran. Namun, fakta di lapangan menunjukkan bahwa hasil belajar siswa pada mata pelajaran *Marketing* di SMK Negeri 7 Medan masih tergolong rendah. Berikut merupakan hasil nilai ujian akhir semester mata pelajaran *Marketing*

siswa kelas XI pemasaran SMK Negeri 7 Medan :

Tabel 1.

**Persentase Nilai Ujian Akhir Semester Mata Pelajaran *Marketing* Siswa
Kelas XI Pemasaran SMK Negeri 7 Medan**

Kelas	Jumlah Siswa	KKTP	Siswa Mencapai KKTP		Siswa Tidak Mencapai KKTP	
			Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase
XI PM 1	30	80	14	47 %	16	53 %
XI PM 2	35		17	49 %	18	51 %
Total	65	80	31	48 %	34	52 %

Sumber: Guru Pengampu Mata Pelajaran Marketing XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan T.A 2024/2025

Tabel 1 menunjukkan persentase nilai ujian akhir semester mata pelajaran *Marketing* pada siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Dari data tersebut, terlihat bahwa persentase siswa yang tidak mencapai Kriteria Ketercapaian Tujuan Pembelajaran (KKTP) masih tergolong tinggi, yaitu 53% di kelas XI PM 1 dan 51% di kelas XI PM 2. Kondisi hasil belajar tersebut menunjukkan perlunya penelusuran terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pencapaian hasil belajar siswa.

Menurut Januaripin (2024) hasil belajar yang rendah seringkali disebabkan oleh faktor internal siswa, seperti kurangnya semangat untuk belajar, kesulitan dalam memahami materi, dan tidak efektifnya strategi pembelajaran yang diterapkan. Dalam konteks ini, siswa yang tidak mampu mencapai KKTP cenderung menghadapi hambatan dalam penguasaan materi, yang pada akhirnya memengaruhi kemampuan

mereka untuk berpartisipasi aktif dalam pembelajaran lebih lanjut. Oleh karena itu, perlu adanya evaluasi terhadap faktor-faktor yang menghambat keberhasilan belajar siswa agar tidak memengaruhi kesiapan siswa dalam mengikuti proses belajar.

Salah satu faktor penting yang berperan dalam keberhasilan proses pembelajaran adalah komunikasi interpersonal. Meskipun komunikasi interpersonal berperan penting dalam pembelajaran, faktor lain juga turut memengaruhi keberhasilan siswa dalam mencapai hasil belajar. Komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi, perasaan, dan pemahaman. Devito (2019) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif ditandai oleh keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan dalam hubungan antar individu. Dalam

konteks pembelajaran, komunikasi interpersonal berperan besar dalam membangun hubungan yang baik antara guru dan siswa maupun antar siswa, sehingga tercipta suasana belajar yang kondusif dan saling menghargai.

Berikut merupakan hasil angket pra-penelitian komunikasi interpersonal yang dilakukan peneliti terhadap siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan :

Tabel 1
Hasil Angket Pra-penelitian Komunikasi Interpersonal Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri 7 Medan

No.	Pernyataan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1.	Saya bersedia menerima masukan dari teman ketika saya melakukan kesalahan.	43 %(15)	57%(20)
2.	Saya berusaha mendengarkan teman yang sedang bercerita tentang masalahnya.	46 % (16)	54%(19)
3.	<i>Saya menyemangati teman yang sedang kesulitan.</i>	40%(14)	60%(21)
4.	Saya berusaha menunjukkan sikap ramah ketika berinteraksi dengan orang lain..	58%(20)	42%(15)
5.	Saya menghargai pendapat orang lain saat berbicara dengan saya.	46%(16)	54%(19)

Sumber:Hasil Angket Pra-penelitian (2025)

Berdasarkan data tabel hasil angket pra-penelitian diatas yang dilakukan peneliti terhadap siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan, diperoleh gambaran bahwa kemampuan komunikasi interpersonal siswa masih tergolong rendah. Hanya sekitar 43% siswa yang bersedia menerima masukan dari teman ketika melakukan kesalahan, 46% yang berusaha mendengarkan teman yang sedang bercerita tentang masalahnya, 40% yang menyemangati teman yang sedang kesulitan, 58% yang berusaha menunjukkan sikap ramah dalam berinteraksi, dan 46% yang menghargai pendapat orang lain saat berbicara.

Hal ini sejalan dengan penelitian Mardiah (2023) dimana mengungkapkan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif sangat penting dalam menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendukung.Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal yang lebih baik di antara siswa agar mereka dapat bekerja sama dengan lebih efektif dan meningkatkan kualitas pembelajaran.

Selain komunikasi interpersonal, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah kepercayaan diri. Kepercayaan diri mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya dalam melakukan suatu tindakan dan

menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan. Menurut Ningrum (2024), kepercayaan diri berperan penting dalam membentuk motivasi dan keberanian siswa untuk berpendapat, mengambil keputusan, serta berpartisipasi aktif dalam pembelajaran. Siswa yang memiliki tingkat kepercayaan diri tinggi

cenderung lebih terbuka terhadap tantangan dan tidak mudah menyerah ketika menghadapi kesulitan belajar.

Berikut merupakan hasil angket pra-penelitian kepercayaan diri yang dilakukan peneliti terhadap siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan :

Tabel 3
Hasil Angket Pra-penelitian Kepercayaan Diri Siswa Kelas XI Pemasaran SMK Negeri 7 Medan

No.	Pernyataan	Jawaban	
		Iya	Tidak
1.	Saya yakin dengan keputusan yang saya ambil setelah mempertimbangkannya dengan baik.	38 %(13)	62%(22)
2.	Saya berani mengambil keputusan tanpa bergantung pada orang lain.	42%(15)	58%(20)
3.	Saya merasa percaya diri saat berinteraksi dengan orang baru.	37%(13)	63%(22)
4.	<i>Saya percaya diri ketika menyampaikan gagasan dalam kelompok</i>	40%(14)	60%(21)

Sumber:Hasil Angket Pra-penelitian (2025)

Hasil angket pra-penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan masih tergolong rendah. Hanya 38% siswa yang yakin terhadap keputusan yang diambil setelah dipertimbangkan dengan baik, 42% yang berani mengambil keputusan tanpa bergantung pada orang lain, 37% yang merasa percaya diri saat berinteraksi dengan orang baru, dan 40% yang yakin ketika menyampaikan gagasan dalam kelompok. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar siswa masih kurang yakin terhadap kemampuan dirinya, ragu ketika

berpendapat, dan cenderung pasif dalam diskusi kelompok.

Hal ini sejalan dengan penelitian ahli Ningrum (2024) dimana menyatakan bahwa rasa percaya diri yang rendah sering kali terkait dengan kecemasan sosial, ketakutan akan kegagalan, atau kurangnya keyakinan terhadap kemampuan diri. Hal ini dapat mengurangi semangat siswa untuk terlibat dalam diskusi kelas, berbicara di depan umum, atau mengambil peran aktif dalam kelompok, yang semuanya sangat penting untuk pengembangan akademik mereka.

Berdasarkan data pada Tabel 1–3, dapat diidentifikasi beberapa

permasalahan yang terjadi di SMK Negeri 7 Medan. Pertama, masih terdapat siswa yang belum mampu membangun komunikasi interpersonal yang efektif dengan guru maupun teman sebaya dalam proses pembelajaran. Kedua, sebagian siswa menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang rendah untuk berpartisipasi aktif dalam pembelajaran mata pelajaran *Marketing*. Ketiga, hasil belajar siswa kelas XI Pemasaran masih belum mencapai standar KKTP yang ditetapkan. Ketiga permasalahan tersebut saling berkaitan dan memengaruhi capaian akademik siswa (Susilowati dkk., 2022). Dari faktor yang mempengaruhi capaian akademik siswa tersebut, SMK Negeri 7 Medan sebagai sekolah kejuruan yang menyiapkan siswa untuk memiliki keterampilan praktis dalam bidang pemasaran, membutuhkan kualitas sumber daya manusia yang tidak hanya unggul dalam pengetahuan, tetapi juga dalam aspek komunikasi dan kepercayaan diri. Mata pelajaran *Marketing* yang diajarkan di sekolah ini menuntut siswa untuk aktif, komunikatif, dan percaya diri dalam menyampaikan ide-ide pemasaran. Jika siswa tidak memiliki keterampilan komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri yang memadai, maka kompetensi mereka sebagai calon tenaga kerja di bidang pemasaran akan kurang optimal. Hal ini sejalan dengan pendapat Darmayanti (2024) bahwa pembelajaran harus mampu mengembangkan aspek afektif siswa

agar mereka memiliki kesiapan mental dalam menghadapi tantangan akademik maupun profesional.

Dalam aspek afektif pembelajaran kesiapan mental, terdapat siswa yang belum mampu membangun komunikasi interpersonal yang efektif dengan guru maupun teman sebaya dalam proses pembelajaran. Masih ada siswa yang kurang percaya diri untuk aktif berpartisipasi dalam kegiatan belajar mengajar, khususnya pada mata pelajaran *Marketing*. Hasil belajar siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan masih belum mencapai hasil yang optimal sesuai dengan standar yang ditetapkan. (Waruwu, 2023). Maka dari itulah, perlu solusi yang tepat. Berdasarkan permasalahan dan urgensi tersebut, maka penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kedua variabel tersebut terhadap hasil belajar siswa. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KEPERCAYAAN DIRI TERHADAP HASIL BELAJAR SISWA PADA MATA PELAJARAN *MARKETING* KELAS XI JURUSAN PEMASARAN DI SMK NEGERI 7 MEDAN TAHUN AJARAN 2024/2025".

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode ex-post facto. Jenis penelitian ex-post facto (after the fact) merupakan penelitian yang dilaksanakan terhadap peristiwa yang sudah terjadi. Menurut Sugiyono

(2010), *ex-post facto* adalah suatu metode penelitian yang bertujuan untuk mengkaji peristiwa yang telah berlangsung dengan menelusuri kembali faktor-faktor yang diduga menjadi penyebab timbulnya peristiwa tersebut.

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Negeri 7 Medan yang beralamat di Jl. STM No. 12E, Sitirejo II, Kec. Medan Amplas, Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada siswa kelas XI Pemasaran (PM) mata pelajaran *Marketing* Tahun Ajaran 2024/2025.

Teknik pengumpulan data Observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian yakni SMK Negeri 7 Medan Tahun Ajaran 2024/2025. Selanjutnya dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diambil bersumber dari arsip dan dokumentasi dari guru SMK Negeri 7 Medan Tahun Ajaran 2024/2025 guna melengkapi dan mendapatkan data seperti nama-nama siswa, daftar nilai kelas XI PM dan data lain yang diperlukan untuk memperlancar penelitian ini. Terakhir penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang ataupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 4 alternatif jawaban dengan minimum skor 1 dan maksimalnya skor 4 karena akan diketahui secara pasti bagaimana jawaban responden, apakah cenderung pada jawaban setuju

ataupun tidak setuju. Sehingga jawaban responden diharapkan dapat relevan (Sugiyono, 2018).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan T.A 2024/2025, yang terdiri dari dua kelas dengan jumlah populasi 65 siswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, sehingga seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran *Marketing*. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket pada setiap variabel penelitian. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak *SPSS versi 27 for Windows*.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji instrumen untuk memastikan angket yang digunakan valid dan reliabel. Uji coba dilakukan pada 30 siswa kelas XI Bisnis Ritel (BR) T.A 2025/2026 yang tidak termasuk dalam sampel penelitian. Setiap variabel diukur menggunakan 20 butir pernyataan dengan *Skala Likert* empat pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju (SS = 4), Setuju (S = 3), Tidak Setuju (TS =

2), dan Sangat Tidak Setuju (STS = 1). Uji validitas instrumen dianalisis dengan rumus Product Moment Pearson, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*.

Berdasarkan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan taraf signifikansi 5%, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,361).

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Komunikasi Interpersonal (X_1)

Uji validitas terhadap angket Komunikasi Interpersonal yang terdiri dari 20 item pernyataan dan disebarkan kepada 30 responden kelas XI Bisnis Ritel (BR) T.A 2025/2026 menunjukkan bahwa seluruh item memenuhi kriteria $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,361). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berikut ini disajikan hasil uji validitas angket Komunikasi Interpersonal (X_1):

Tabel 4
Uji Validitas Angket Komunikasi Interpersonal (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,781	0,361	Valid
2	0,608	0,361	Valid
3	0,722	0,361	Valid
4	0,684	0,361	Valid
5	0,747	0,361	Valid
6	0,691	0,361	Valid
7	0,727	0,361	Valid
8	0,775	0,361	Valid
9	0,548	0,361	Valid
10	0,800	0,361	Valid
11	0,717	0,361	Valid
12	0,648	0,361	Valid
13	0,767	0,361	Valid
14	0,620	0,361	Valid
15	0,778	0,361	Valid
16	0,648	0,361	Valid
17	0,630	0,361	Valid
18	0,652	0,361	Valid
19	0,827	0,361	Valid
20	0,745	0,361	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Dan untuk uji validitas reliabilitas angket menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dari 20 item pernyataan yang valid tersebut. Berikut uji reliabilitas angket variabel Komunikasi Interpersonal (X_1).

Tabel 5
Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,946	20

Sumber :Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Nilai reliabilitas sebesar $r_{hitung} = 0,946$ diperoleh dengan menghitung uji reliabilitas angket komunikasi interpersonal. Kemudian *product moment pearson* yang memiliki nilai 0,361 dibandingkan dengan interval

c. Uji Validitas dan Reliabilitasn Kepercayaan Diri (X_2)

Uji validitas terhadap angket Kepercayaan Diri yang terdiri dari 18 item pernyataan dan disebarkan kepada 30 responden kelas kelas XI Bisnis Ritel (BR) T.A 2025/2026

kepercayaan 95% atau alpha 5% dan $N = 20$. Hal ini menunjukkan bahwa angket untuk instrumen pernyataan variabel Komunikasi Interpersonal dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,946 > 0,361$).

menunjukkan bahwa seluruh item memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,361$). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Berikut ini disajikan hasil uji validitas angket Kepercayaan Diri (X_2):

Tabel 6
Uji Validitas Angket Kepercayaan Diri (X_2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,823	0,361	Valid
2	0,526	0,361	Valid
3	0,604	0,361	Valid
4	0,807	0,361	Valid
5	0,719	0,361	Valid
6	0,649	0,361	Valid
7	0,712	0,361	Valid
8	0,723	0,361	Valid
9	0,612	0,361	Valid
10	0,814	0,361	Valid
11	0,801	0,361	Valid
12	0,564	0,361	Valid
13	0,731	0,361	Valid
14	0,670	0,361	Valid

15	0,735	0,361	Valid
16	0,776	0,361	Valid
17	0,606	0,361	Valid
18	0,763	0,361	Valid

Sumber :Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Dan untuk uji validitas reliabilitas angket menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dari 18 item pernyataan yang valid tersebut. Berikut uji reliabilitas angket variabel Kepercayaan Diri (X_2).

Tabel 7.
Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Diri (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,939	18

Sumber :Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Nilai reliabilitas sebesar $r_{hitung} = 0,939$ diperoleh dengan menghitung uji reliabilitas angket kepercayaan diri. Kemudian *product moment pearson* yang memiliki nilai 0,361 dibandingkan dengan interval kepercayaan 95% atau alpha 5% dan $N = 18$. Hal ini menunjukkan bahwa angket untuk instrumen pernyataan variabel Kepercayaan Diri dinyatakan reliabel karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,939 > 0,361$).

3. Deskripsi Penelitian

Deskripsi variabel penelitian adalah gambaran dari hasil penelitian secara kategori dari masing-masing variabel yang digunakan pada penelitian ini, dimana variabel yang dimaksud yakni: Komunikasi Interpersonal (X_1) dan Kepercayaan Diri (X_2). Sebelum data penelitian diinterpretasikan, maka peneliti membuat daftar distribusi frekuensi jawaban untuk setiap variabel pada jarak interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Jarak interval}} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Tabel 8
Skala Nilai Interval

Interval	Kategori
1,00 – 1,74	Sangat Baik
1,75 – 2,49	Baik
2,50 – 3,24	Cukup Baik
3,25 – 4,00	Kurang Baik

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh pada setiap variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Distribusi data yang baik ditandai dengan pola sebaran yang mendekati distribusi normal. Salah satu cara untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan grafik *P-Plot*.

Analisis melalui grafik *P-Plot* dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis tersebut, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Sebaliknya, jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis tersebut, maka data tidak berdistribusi normal, sehingga model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2018).

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.06378908
Most Extreme Differences	Absolute		.103
	Positive		.103
	Negative		-.077
Test Statistic			.103
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.083
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.085
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.078
		Upper Bound	.093
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal karena tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara distribusi data dengan distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini bersifat linear atau tidak. Uji linearitas ini bertujuan untuk memastikan bahwa

model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi linearitas. Pengujian linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji linearitas (*Test for Linearity*) melalui analisis ANOVA.

Uji linearitas dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi pada bagian *Deviation from Linearity*. Kriteria pengujian linearitas adalah sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi *Deviation from Linearity* $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dinyatakan linear.

Jika nilai signifikansi *Deviation from Linearity* $\leq 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dinyatakan tidak linear (Ghozali, 2018).

Tabel 11

Hasil Uji Linearitas Variabel Komunikasi Interpersonal (X_1) terhadap Hasil Belajar

ANOVA Tabel							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Hasil Belajar * Komunikasi Interpersonal	Between Groups	(Combined)	2593.628	26	99.755	2.820	.002
		Linearity	1861.909	1	1861.909	52.626	.000
		Deviation from Linearity	731.719	25	29.269	.827	.687
	Within Groups		1344.433	38	35.380		
	Total		3938.062	64			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji linearitas tersebut, diperoleh nilai signifikansi *Deviation from Linearity* yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Komunikasi Interpersonal (X_1) dengan Hasil Belajar (Y) bersifat linear. Dengan demikian, data penelitian telah memenuhi asumsi linearitas.

Selanjutnya, hasil uji linearitas antara variabel Kepercayaan Diri (X_2) dengan Hasil Belajar (Y) dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 12
Hasil Uji Linearitas Variabel Kepercayaan Diri(X₂) Belajar terhadap Hasil Belajar

ANOVA Tabel			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Hasil Belajar * Kepercayaan Diri	Between Groups	(Combined)	2934.961	21	139.760	5.991	.000
		Linearity	1991.894	1	1991.894	85.387	.000
		Deviation from Linearity	943.067	20	47.153	1.510	.124
	Within Groups		1003.101	43	23.328		
	Total		3938.062	64			

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil uji linearitas tersebut, diperoleh nilai signifikansi *Deviation from Linearity* yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel Kepercayaan Diri (X₂) dengan Hasil Belajar (Y) bersifat linear. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas dan layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Komunikasi Interpersonal (X₁) dan Kepercayaan Diri (X₂) terhadap Hasil Belajar (Y).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y=Hasil Belajar

a=Konstanta

b₁=Koefisien regresi Komunikasi Interpersonal

b₂= Koefisien regresi Kepercayaan Diri

X₁= Komunikasi Interpersonal

X₂ = Kepercayaan Diri

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat Sebagai berikut:

Tabel 13
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	37.635	4.789		7.858	.000
	Komunikasi Interpersonal	.329	.106	.368	3.116	.003
	Kepercayaan Diri	.411	.108	.450	3.807	.000

a. Dependent Variable: Hasil Belajar

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 27

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 37,635 memiliki arti bahwa Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri dianggap konstan, maka nilai Hasil Belajar adalah sebesar 37,635 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi Komunikasi Interpersonal (b_1) sebesar 0,329 dan bernilai positif. Hal ini berarti bahwa variabel Komunikasi Interpersonal berpengaruh positif terhadap Hasil Belajar, artinya jika Komunikasi Interpersonal meningkat 1 satuan, maka Hasil Belajar akan meningkat sebesar 0,329, dengan asumsi variabel Kepercayaan Diri dianggap konstan.
- c. Nilai koefisien regresi Kepercayaan Diri (b_2) sebesar 0,411 dan bernilai positif. Hal ini berarti bahwa variabel Kepercayaan Diri berpengaruh positif terhadap Hasil Belajar, artinya jika Kepercayaan Diri meningkat 1 satuan, maka Hasil Belajar akan meningkat sebesar 0,411, dengan asumsi variabel Komunikasi Interpersonal dianggap konstan.

Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Hasil Belajar *Marketing* Siswa Kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Komunikasi Interpersonal (X_1) terhadap Hasil Belajar *Marketing* (Y) siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Temuan ini diperoleh melalui pengujian hipotesis secara parsial (uji t), dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,116 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,998 dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap hasil belajar diterima.

Hasil uji regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa koefisien regresi komunikasi interpersonal bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan komunikasi interpersonal siswa akan diikuti dengan peningkatan hasil belajar *Marketing*, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam

mendukung keberhasilan belajar siswa, khususnya dalam proses pembelajaran *Marketing* yang menuntut adanya interaksi aktif antara guru dan siswa maupun antar siswa.

Selain itu, berdasarkan hasil analisis deskriptif, komunikasi interpersonal siswa kelas XI Pemasaran berada pada kategori baik, meskipun masih terdapat sebagian siswa yang menunjukkan komunikasi interpersonal yang belum optimal, seperti kurang aktif dalam menyampaikan pendapat, kurang terbuka dalam berdiskusi, atau kurang percaya diri saat berinteraksi. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal siswa secara umum sudah cukup baik, namun masih perlu ditingkatkan agar dapat mendukung hasil belajar secara maksimal.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anna Arrina dkk (2025) yang menemukan bahwa komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap hasil belajar siswa. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Theresya Wulandari dan Ketu Prasetyo (2023) yang menyimpulkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap hasil belajar siswa. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya yang menegaskan pentingnya komunikasi interpersonal dalam meningkatkan hasil belajar.

Berdasarkan hasil analisis data, indikator angket, serta dukungan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Interpersonal (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar *Marketing* (Y) siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Siswa yang memiliki komunikasi interpersonal yang baik cenderung lebih mudah memahami materi, aktif dalam proses pembelajaran, serta mampu membangun interaksi yang positif dengan guru dan teman sebaya, sehingga berdampak pada peningkatan hasil belajar.

2. Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Hasil Belajar *Marketing* Siswa Kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan Diri (X2) terhadap Hasil Belajar *Marketing* (Y) siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Temuan ini diperoleh melalui pengujian hipotesis secara parsial (uji t), dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,807 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,998 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan diri berpengaruh terhadap hasil belajar diterima.

Hasil uji regresi linear berganda juga menunjukkan bahwa koefisien regresi kepercayaan diri bernilai positif. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan

kepercayaan diri siswa akan diikuti dengan peningkatan hasil belajar *Marketing*, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Temuan ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri memiliki peran penting dalam proses pembelajaran, khususnya dalam mata pelajaran *Marketing* yang menuntut keberanian siswa untuk berpendapat, mengambil keputusan, dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan belajar.

Selain itu, berdasarkan hasil analisis deskriptif, kepercayaan diri siswa kelas XI Pemasaran berada pada kategori baik, meskipun masih terdapat sebagian siswa yang menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang belum optimal, seperti merasa ragu terhadap kemampuan diri sendiri atau kurang berani dalam mengemukakan pendapat di kelas. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara umum kepercayaan diri siswa sudah cukup baik, namun tetap perlu ditingkatkan agar dapat mendukung pencapaian hasil belajar yang lebih maksimal.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Salsabillah Dwi Amanda dkk. (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap hasil belajar siswa. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Erika Shinta Dinata dan Tusyanah (2023) yang menemukan bahwa kepercayaan diri memiliki pengaruh positif terhadap hasil belajar. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan-temuan sebelumnya yang menegaskan

bahwa kepercayaan diri merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan hasil belajar siswa.

Berdasarkan hasil analisis data, indikator angket, serta dukungan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Diri (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar *Marketing* (Y) siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Siswa yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang baik cenderung lebih yakin terhadap kemampuan dirinya, lebih aktif dalam mengikuti pembelajaran, serta mampu menyelesaikan tugas dengan lebih mandiri, sehingga berdampak pada peningkatan hasil belajar.

3. Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri terhadap Hasil Belajar *Marketing* Siswa Kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa Komunikasi Interpersonal (X1) dan Kepercayaan Diri (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar *Marketing* (Y) siswa kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan. Temuan ini diperoleh melalui pengujian hipotesis secara simultan (uji F), dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 56,923 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,140 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa komunikasi

interpersonal dan kepercayaan diri secara simultan berpengaruh terhadap hasil belajar diterima.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kedua variabel bebas tersebut memiliki kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variasi hasil belajar siswa. Hal ini diperkuat oleh hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R Square sebesar 0,573, yang berarti bahwa 57,3% variasi Hasil Belajar *Marketing* dapat dijelaskan oleh variabel Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri, sedangkan 42,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan belajar siswa pada mata pelajaran *Marketing* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan akademik semata, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, seperti kemampuan siswa dalam berkomunikasi secara interpersonal serta tingkat kepercayaan diri yang dimiliki. Komunikasi interpersonal yang baik memungkinkan terjadinya interaksi pembelajaran yang efektif, sedangkan kepercayaan diri yang tinggi mendorong siswa untuk lebih aktif, berani, dan bertanggung jawab dalam proses belajar.

Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar *Marketing* siswa kelas XI Pemasaran di SMK

Negeri 7 Medan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri siswa secara bersamaan akan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan hasil belajar.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kepercayaan Diri terhadap Hasil Belajar pada Mata Pelajaran *Marketing* Siswa Kelas XI Pemasaran di SMK Negeri 7 Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi Interpersonal (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar (Y). Hal ini dibuktikan melalui hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,491, lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,998, dengan nilai signifikansi $0,015 < 0,05$. Dengan demikian, semakin baik komunikasi interpersonal yang dimiliki siswa, maka semakin baik pula hasil belajar *Marketing* yang diperoleh.
2. Kepercayaan Diri (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar (Y). Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2,758, lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,998, dengan nilai signifikansi $0,008 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa siswa yang memiliki kepercayaan diri tinggi cenderung lebih aktif, berani, dan bertanggung jawab dalam proses pembelajaran, sehingga berdampak pada peningkatan hasil belajar *Marketing*.

3. Komunikasi Interpersonal (X_1) dan Kepercayaan Diri (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Hasil Belajar (Y). Hal ini dibuktikan melalui hasil uji simultan (uji F) yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 56,923, lebih besar dari F tabel sebesar 3,140, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3% variasi hasil belajar siswa dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri, sedangkan 42,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayanti, N. (2024). Konseling kelompok untuk pengembangan diri siswa: Studi literatur. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(1), 607–618.
- Devito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson.
- Dinata, E. S., & Tusyanah. (2023). Pengaruh konsep diri, kepercayaan diri, dan atraksi interpersonal dengan penggunaan media sosial sebagai variabel moderasi terhadap komunikasi interpersonal. *Jurnal Ilmiah*, 11(1), 23–36.
- Fatoni R.N. (2024). Pengaruh self efficacy terhadap hasil belajar siswa di MTS Negeri 1 Pamekasan [Disertasi doktoral, Institut Agama Islam Negeri Madura].
- Insani, H. (2025). Strategi efektif untuk meningkatkan keterampilan berbahasa pada anak usia dini pemalu melalui pendekatan teori Zona Perkembangan Proksimal (ZPD) Vygotsky. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(1), 14–14.
- Januaripin, M. (2024). Kepercayaan diri sebagai prediktor prestasi akademik siswa. *KAMALIYAH: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 114–128.
- Mardiah, A. (2023). Meningkatkan kepercayaan diri siswa korban bullying melalui konseling individual Rational Emotive Behaviour Therapy teknik Home Work Assignment pada siswa kelas VII A SMP Negeri 1 Amuntai Selatan semester ganjil tahun pelajaran 2022/2023. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(1), 184–204.
- Ningrum, D. U. (2024). Analisis Zone of Proximal Development (ZPD) kemampuan kognitif dan kemampuan afektif terhadap hasil belajar siswa pada mata pelajaran IPS di MTSN 1 Bojonegoro, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rahman, S. (2022). Pentingnya motivasi belajar dalam meningkatkan hasil belajar. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Dasar*. <https://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/PSNPD/article/view/1076>.
- Sari, M. S. (2022) Interaksi antara Faktor Personal dan Faktor Situasional dalam Komunikasi Sugiyono. (2010). *Metode penelitian*

- kuantitatif, kualitatif, dan R&D.
Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono.(2021). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2). Alfabeta.
- Susilowati, P. S., Rakhmawati, D., & Hartini, T. (2022). Keefektifan layanan bimbingan kelompok dengan teknik sosiodrama untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa kelas XI IPA SMA Negeri 1 Tanjung. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(2), 250–257.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Wulandari, T.& Prasetyo, K (2023). Pengaruh Kemampuan Komunikasi Interpersonal Dan Kemampuan Berpikir Kritis Terhadap Hasil Belajar Pada Mata Pelajaran IPS. *Jurnal Dialektika Pendidikan IPS* , 3 (2), 217–225.
<https://doi.org/10.26740/penips.v3i2.55245>