DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.2.1 Pertanyaan Makro 8

1.2.2 Pertanyaan Mikro 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 9

1.4.1 Kegunaan Teoritis 9

1.4.2 Kegunaan Praktis 9

1.4.2.1 Peneliti 10

1.4.2.2 Program, Studi.....10

1.4.2.3 CV. ARDY HONDA (AHAA) Motor.....10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka 11

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu yang Relevan 11

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 14

2.1.2.1 Definisi Komunikasi..... 14

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi 16

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi..... 17

2.1.2.4 Proses Komunikasi 18

2.1.2.5 Unsur-unsur Komunikasi..... 19

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 22

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 22

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Promosi 28

2.1.4.1 Pengertian Bauran Promosi 28

2.1.4.2 Tujuan Promosi 31

2.1.4.3 Fungsi Promosi..... 33

2.1.5 Tinjauan Tentang Minat Beli 34

2.1.6 Tinjauan Tentang Konsumen 34

2.2 Kerangka Pemikiran 35

2.2.1 Kerangka Teoritis 35

2.2.2 Kerangka Konseptual 43

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 47

3.1.1 Sejarah singkat CV. ARDY HONDA (AHAA) Motor 47

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 51

3.1.2.1 Visi Perusahaan 51

3.1.2.2 Misi Perusahaan 51

3.1.3 Logo CV. ARDY HONDA (AHAA) Motor 52

3.1.4 Struktur Organisasi CV. ARDY HONDA (AHAA) Motor 52

3.2 Metode Penelitian 54

3.2.1 Desain Penelitian 54

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data 57

3.2.2.1 Studi Pustaka 57

3.2.2.2 Studi Lapangan 58

3.2.3 Teknik Penetuan Informan 60

3.2.3.1 Informan 60

3.2.3.2 Informan Pendukung 61

3.2.4 Teknik Analisa Data 62

3.2.5 Uji Keabsahan Data 64

3.2.6 Lokai dan Waktu Penelitian 65

3.2.6.1 Lokasi Penelitian 65

3.2.6.2 Waktu Penelitian 66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Identitas Informan Penelitian dan Informan Pendukung.....70

4.1.1 Identitas Informan Penelitian 70

4.1.2 Informan Pendukung.....73

4.2 Analisis Hasil Penelitian.....78

4.2.1 Penjualan Perseorangan *(Personal Selling)* CV. Ardy Honda (Ahaa) Motor Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen....78

4.2.2 Periklanan *(Advertising)* CV. Ardy Honda (Ahaa) Motor Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. 91

4.2.3 Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* CV. Ardy Honda (Ahaa) Motor Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. 101

4.2.4 Publisitas *(Publicity)* CV. Ardy Honda (Ahaa) Motor Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. 109

4.2.5 Bauran Promosi CV. Ardy Honda (Ahaa) Motor Bandung Dalam Menarik Minat Beli Konsumen 115

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian 118

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 132

5.2 Saran 134

5.2.1 Saran Bagi Mahasiswa.....134

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....135

DAFTAR PUSTAKA.....137

LAMPIRAN.....139

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 194