DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah 6

1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....6

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 6

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....7

1.3.1 Maksud Penelitian 7

1.3.2 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitian.....8

1.4.1 Kegunaan Teoritis 8

1.4.2 Kegunaan Praktis.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....10

2.1.1 Penelitian Terdahulu 10

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 12

2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi.....12

2.1.2.2 Unsur Komunikasi.....14

2.1.2.3 Proses Komunikasi.....16

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 18

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 18

2.3 Bauran Promosi.....20

2.3.1 Periklanan.....21

2.3.1.1 Fungsi Periklanan.....22

2.3.2 Promosi Penjualan.....23

2.3.2.1 Tujuan Promosi Penjualan 24

2.3.2.2 Cara Kerja Promosi Penjualan 24

2.3.3 Hubungan Masyarakat.....25

2.3.3.1 Tujuan Hubungan Masyarakat 26

2.4 Tinjauan Tentang Minat.....27

2.4.1 Definisi Minat 27

2.5 Kerangka Pemikiran.....28

2.5.1 Periklanan (*Advertising*).....29

2.5.2. Penjualan Individu (*Personal selling*).....30

2.5.3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).....30

2.5.4 Hubungan Masyarakat.....31

2.5.5 Alur Model Kerangka Pemikiran.....32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....33

3.2 Teknik Penentuan Informan.....35

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....37

3.4 Uji Keabsahan Data.....41

3.5 Teknik Analisa Data.....43

3.6 Lokasi dan waktu Penelitian.....45

3.6.1 Lokasi Penelitian.....45

3.6.2 Waktu Penelitian.....45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian.....48

4.1.1 Visi dan Misi.....49

4.2 Hasil Penelitian.....52

4.2.1 Deskripsi identitas Informan Penelitian.....54

4.2.2 Analisis Hasil Penelitian.....59

4.2.2.1 Periklanan (*Advertising)* yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia dalam menarik minat konsumen di Kota Bandung.....59

4.2.2.2 Penjualan Individu (*Personal Selling)* yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia dalam menarik minat konsumen Di Kota Bandung.....63

4.2.2.3 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia dalam menarik minat konsumen di Kota Bandung.....66
4.2.2.4 Hubungan Masyarakat yang dilakukan PT. Go-Jek Indonesia dalam menarik minat konsumen di Kota Bandung.....68
4.3 Pembahasan Penelitian.....70
4.3.1 Periklanan *(Advertising)*.....71
4.3.2 Penjualan Individu (*Personal Selling)* 74
4.3.3 Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).....75
4.3.4 Hubungan Masyarakat.....77
4.3.5 Bauran Promosi 80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 81
5.2 Saran 83
DAFTAR PUSTAKA.....85
LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 11

Tabel 3.1 Informan Utama 36

Tabel 3.2 Informan Pendukung 36

Tabel 3.3 Waktu Penelitian 46

Tabel 4.1 Tabel Jadwal Wawancara 58

Tabel 4.2 Tabel Hasil Penelitian 89

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Peneliti 32

Gambar 4.1 Logo PT. Go-Jek Indonesia 49

Gambar 4.2 Foto Maulana Pandu 53

Gambar 4.3 Foto Agustina Setiani.....54

Gambar 4.4 Foto Andi Dwi Putra.....55

Gambar 4.5 Foto Wiesye Diandra Amallia 56

Gambar 4.6 Foto Asri Nurfitrah 57

Gambar 4.7 Model Bauran Promosi 79

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 : Surat Permohonan Menjadi Pembimbing.....95

Lampiran 2 : Surat Rekomendasi Untuk Mengikuti Sidang Seminar UP.....96

Lampiran 3 : Pengajuan Pendaftaran Seminar Usulan Penelitian Skripsi 97

Lampiran 4 : Lembar Revisi Usulan Penelitian 98

Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan 99

Lampiran 6 : Surat Rekomendasi Pembimbing untuk mengikuti Sidang Sarjana 100

Lampiran 7 : Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana 101

Lampiran 8 : Pedoman Observasi 102

Lampiran 9 : Pedoman Wawancara 104

Lampiran 10 : Hasil Observasi.....107

Lampiran 11 : Hasil Wawancara 109

Lampiran 12 : Dokumentasi.....