

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
RINGKASAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Fokus Penelitian.....	6
1.4. Rumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.6.1. Manfaat Teoritis	7
1.6.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Komunikasi.....	9
2.1.1. Unsur-unsur Komunikasi	10
2.1.2. Prinsip-prinsip Komunikasi	11
2.1.3. Transaksi	14
2.1.4. Jual Beli Online	15
2.1.5. Pelanggan.....	19
2.2. Teori S-O-R (Stimulus, Organism, Response)	21
2.3. Hasil Penelitian Yang Relevan	23

2.4. Alur Pikir Penelitian.....	26
2.5. Pertanyaan Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Jenis Penelitian.....	29
3.2. Langkah-langkah Penelitian	30
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3.1. Lokasi Penelitian	32
3.3.2. Waktu Penelitian	32
3.4. Subjek dan Objek Penelitian.....	33
3.4.1. Subjek Penelitian.....	33
3.4.2. Objek Penelitian	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1. Wawancara.....	35
3.5.2. Observasi.....	36
3.5.3. Dokumentasi	37
3.6. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	37
3.7. Analisis Data.....	38
3.7.1. Keabsahan Data.....	38
3.7.2. Teknik Analisis Data	39
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	42
4.1. Gambaran Umum Aplikasi TokoKota	42
4.1.1. Profil Aplikasi TokoKota.....	42
4.1.2. Cara kerja aplikasi TokoKota.....	43
4.1.3. Manfaat Menggunakan Aplikasi TokoKota.....	44
4.1.4. Logo Aplikasi TokoKota	47
4.1.5. Fitur-fitur aplikasi TokoKota	47
4.1.6. Media Sosial Aplikasi TokoKota	54
4.2. Pasar Flamboyan	57
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
5.1. Hasil Penelitian	62
5.2. Analisis Penelitian.....	64

5.2.1. Stimulus	65
5.2.2. Organism.....	73
5.2.3. Respons	79
BAB VI PENUTUP	90
6.1. Simpulan.....	90
6.2. Saran.....	92
6.3. Keterbatasan Penelitian	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	97