

**PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN SALES HONDA
MOBIL NUSANTARA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Edo Dwisatria Putra Yahya

201910415066



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran *Sales*
Honda Mobil Nusantara Bekasi

Nama Mahasiswa : Edo Dwisatria Putra Yahya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415066

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023



Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,

Pembimbing

Fadli M. Athalarik, S.I.Kom, M.I.Kom.

NIDN. 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Komunikasi Pemasaran *Sales*
Honda Mobil Nusantara Bekasi

Nama Mahasiswa : Edo Dwisatria Putra Yahya

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910415066

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENGESAHKAN

Ketua Penguji : Asima Oktavia Sitanggang, S.Ds., M.Si.

NIDN : 0307108503

Penguji : Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN : 0327119701

Sekretaris Penguji : Imaddudin, M.I.Kom

NIDN : 0310068902

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

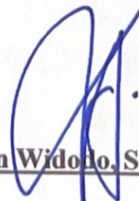


Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si.

NIP. 2109527

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Proses Komunikasi Pemasaran Sales Honda Mobil Nusantara Bekasi** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikanya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Edo Dwisatria Putra Yahya

201910415066

ABSTRAK

Edo Dwisatria Putra Yahya 201910415066. *Proses Komunikasi Pemasaran Sales Honda Mobil Nusantara Bekasi.*

Penelitian ini membahas tentang bagaimana proses komunikasi pemasaran *sales* mobil honda nusantara Bekasi dalam menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *sales* Mobil Honda Nusantara Bekasi.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa proses komunikasi pemasaran *sales* Mobil Monda Nusantara Bekasi menjadi hal yang utama dalam menarik minat beli konsumen. Proses komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *sales* Mobil Honda Nusantara Bekasi adalah sebagai berikut: pameran, kanvas, periklanan di media social, dan *follow up data base*. Maka dalam metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik dan penelitian dengan wawancara dan dokumentasi. Narasumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sales marketing dealer* Mobil Honda Nusantara Bekasi. Hasil Penelitian ini Menunjukkan bahwa untuk menjadi sales marketing dibutuhkan kesabaran dan keahlian dalam bernegosiasi serta menganalisis data untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci : Proses Komunikasi Sales, Komunikasi Pemasaran, Sales Marketing dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Edo Dwisatria Putra Yahya 201910415066. *Proses Komunikasi Pemasaran Sales Honda Mobil Nusantara Bekasi.*

This study discusses how the marketing communication process for Honda Nusantara Bekasi car sales in attracting consumer buying interest. This study aims to identify and describe the marketing communication process carried out by Honda Nusantara car sales in Bekasi.

The results of this study indicate that the marketing communication process for Honda Nusantara Bekasi car sales is the main thing in attracting consumer buying interest. The marketing communication process carried out by Honda Nusantara Bekasi car sales is as follows: exhibitions, canvases, advertising on social media, and follow-up data base. So the method used is qualitative research using techniques and research with interviews and documentation. The sources used in this study were sales marketing for Honda Nusantara car dealers in Bekasi. The results of this study indicate that to become a sales marketer requires patience and expertise in negotiating and analyzing data to increase consumer buying interest.

Keywords: Sales Communication Process, Marketing Communication, Sales Marketing and Consumer Purchase Intention.

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa segala rahmat dan karunia nya yang telah diberikan kepada penulis. Rasa terima kasih yang besar juga dituturkan bagi kedua orang tua saya Bapak Edy Azwar dan Ibu Yuli serta keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis.

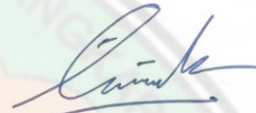
Proposal penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari keseluruhan penelitian bagi mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Proses Komunikasi Pemasaran *Sales* Honda Mobil Nusantara Bekasi**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun penelitian ini, diantaranya :

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Fadli M. Athalarik, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan banyak masukan serta saran dari awal proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti membuat skripsi ini.
6. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan Skripsi penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini baik dari teknik penyajiannya dan isi materi yang diberikan, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Penyusun



Edo Dwisatria Putra Yahya

201910415066



DAFTAR ISI

COVER JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Fokus Penelitian	3
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.5 Tujuan Penelitian	4
1.6 Kegunaan Penelitian	4
1.6.1 Kegunaan Penelitian Teoritis	4
1.6.2 Kegunaan Penelitian Praktis.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu:	6
2.2 Kerangka Konsep	7
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	7
2.3 Kerangka Teori.....	11
2.3.1 Teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	11
2.4 Kerangka Pemikiran	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	16
3.1 Jenis Penelitian	16
3.2 Metode Penelitian	16

3.3	Subyek Penelitian	17
3.4	Objek Penelitian	17
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.6	Teknik Analisis Data	19
3.7	Keabsahan Data	21
3.8	Waktu dan Tempat Penelitian	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		23
4.1	Gambaran Umum	23
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan	25
4.2.1.	Implementasi Komunikasi Pemasaran <i>Sales</i> Honda Mobil Nusantara Bekasi.....	25
4.2.2.	Implementasi Teori AIDA Dalam Komunikasi Pemasaran <i>Sales</i> Honda Mobil Nusantara Bekasi.....	33
4.3	Pembahasan.....	36
BAB V PENUTUP		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.8 Waktu dan Tempat Penelitian	22
Tabel 4.3 Prospek Tahun 2023	38



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pameran Honda Mobil Nusantara Bekasi	2
Gambar 4.1 Lokasi dealer Honda Mobil Nusantara Bekasi	25
Gambar 4.2 Pameran honda mobil nusantara di Mall Plaza Buaran Bekasi	29
Gambar 4.3 personal selling di perumahan	30
Gambar 4.4 sales memberikan informasi dan promo menarik	31
Gambar 4.5 advertising media sosial	32



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran	14
Bagan 4.1 Struktur Organisasi dealer Honda Nusantara Bekasi	24



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Curriculum Vitae
- Lampiran II : Transkrip Wawancara Dengan Informan
- Lampiran III : Reduksi Data Wawancara Informan
- Lampiran IV : Dokumentasi
- Lampiran V : Kartu Bimbingan
- Lampiran VI : Form Perbaikan Sidang

