

## DAFTAR ISI

|   |     |
|---|-----|
| <b>COVER</b>                                      |     |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b>                 |     |
| <b>LEMBAR KELULUSAN SIDANG</b>                    |     |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b>        |     |
| <b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>             |     |
| <b>ABSTRAK</b> .....                              | i   |
| <b>ABSTRACT</b> .....                             | ii  |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                       | iii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                           | v   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                         | vii |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                        | x   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                    | 1   |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian .....               | 1   |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                       | 10  |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                       | 10  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                      | 11  |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis/Akademis .....             | 11  |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                       | 11  |
| 1.4.3 Manfaat Sosial .....                        | 12  |
| <b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA</b> .....                 | 12  |
| 2.1 Penelitian Terdahulu .....                    | 12  |
| 2.2 Kajian Teoritis .....                         | 17  |
| 2.2.1 Public Relations .....                      | 17  |
| 2.2.2 Komunikasi Massa.....                       | 20  |
| 2.2.3 S-O-R (Stimulus – Organism – Response)..... | 21  |
| 2.2.4 Teori AIDDA.....                            | 25  |
| 2.2.5 Instagram .....                             | 26  |
| 2.2.6 Celebrity Endorser .....                    | 28  |
| 2.2.7 Minat Pembelian .....                       | 30  |
| 2.3 Hipotesis Teori.....                          | 32  |

|   |            |
|---|------------|
| 2.3.1 Kerangka Berpikir.....                                | 33         |
| <b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>                    | <b>35</b>  |
| 3.1 Paradigma Penelitian.....                               | 35         |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                 | 36         |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                               | 37         |
| 3.3.1 Populasi .....  | 37         |
| 3.3.2 Sampel .....  | 38         |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....                          | 40         |
| 3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....        | 40         |
| 3.4.1 Definisi Konsep .....                                 | 40         |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....                         | 40         |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                           | 43         |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                               | 49         |
| 3.6.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....                     | 53         |
| <b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>          | <b>54</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                    | 54         |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT. Dwidaya Tour And Travel .....     | 54         |
| 4.1.2 Struktur Organisasi PT. Dwidaya Tour and Travel ..... | 55         |
| 4.2 Profil Andien Aisyah .....                              | 60         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                  | 63         |
| 4.3 Pembahasan .....  | 100        |
| <b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                     | <b>103</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....   | 103        |
| 5.2 Saran.....  | 105        |
| A. Saran Praktis .....                                      | 105        |
| B. Saran Ilmiah .....                                       | 106        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                 | <b>107</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>   |            |
| <b>CURICULUM VITAE</b>                                      |            |