

ABSTRAK

Di Indonesia beberapa perusahaan telah menggunakan internet untuk melakukan promosi atau komunikasi pemasarannya. Internet merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh setiap orang yang digunakan untuk mencari informasi, media hiburan bahkan sampai berbisnis online. Salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi umum yang menggunakan internet untuk melakukan promosinya yaitu PT.Kereta Api Indonesia (KAI). Selain memanfaatkan situs resminya yaitu www.kereta-api.co.id sebagai pemasaran melalui internet (*internet marketing*) PT.Kereta Api Indonesia (KAI) juga menggunakan media sosial sebagai media pemasaran atau promosinya seperti *website*, *twitter*, *instagram*, dan *facebook*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara internet marketing dan brand image PT.Kereta Api Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* karena jumlah populasi sudah diketahui sehingga jumlah sampel yang didapat 100 responden. Untuk analisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan teknik analisis data statistik regresi linier sederhana.

Hasil yang didapat penelitian ini adalah *Internet Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* sebesar 27,9% hal ini dibuktikan dengan uji koefisien determinasi.

Saran untuk penelitian ini adalah perlunya meningkatkan pemasaran online yang dilakukan oleh PT.KAI agar konsumen PT.KAI lebih tertarik dan lebih tahu produk apa saja yang dimiliki oleh PT.KAI melalui pemasaran onlinenya. Dengan cara memperbaiki website maupun media sosial yang ada disesuaikan dengan gender dan umur para konsumennya agar terlihat menarik.

Kata Kunci : *internet marketing*, *brand image*, pemasaran online

ABSTRACT

In Indonesia, some companies have been using the internet for promotion or marketing communications. The Internet is a very necessary thing by any person who is used to search for information, entertainment media even to doing business online. One company providing public transport services that use the Internet to do promotion that PT.Kereta Api Indonesia (KAI). In addition to utilizing the official website www.kereta-api.co.id as through internet marketing (internet marketing) PT.Kereta Api Indonesia (KAI) also uses social media as a marketing or promotional media such as websites, twitter, instagram and facebook. This study aims to determine the effect of internet marketing and brand image PT.Kereta Api Indonesia.

This research used quantitative research methods. Sampling using Slovin formula because the population is already known that the number of samples obtained 100 respondents. For analysis using quantitative descriptive analysis and statistical data analysis techniques simple linear regression.

The results of this research are significant effect on Internet Marketing Brand Image by 27.9% this is proved by the test koefisien determination.

The suggestions for this is the need to improve online marketing is done by PT.KAI that consumers are more interested and more PT.KAI know what products are owned by PT.KAI through their online marketing. By improving the website and social media tailored to the gender and age of customers to make it look attractive.

Keywords: *internet marketing, brand image, online marketing*