

DAFTAR ISI

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan	i
Halaman Pernyataan	ii
Abstrak.....	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	2
1.3 Perumusan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Rangkuman Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	11
2.1.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
2.1.5 Internet Marketing	13
2.1.6 <i>Brand Image</i>	16

2.1.7	Hubungan antara Internet Marketing dan Brand Image	20
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Kerangka Pemikiran	23
2.4	Hipotesis Peneltian	21
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Variabel Operasional	24
3.3	Tahapan Penelitian	26
3.4	Populasi dan Sampel	27
3.4.1	Populasi	27
3.4.2	Sampel	27
3.5	Pengumpulan Data	28
3.5.1	Jenis Data	28
3.5.2	Skala	28
3.6	Uji Validitas dan Reabilitas	30
3.6.1	Uji Validitas	30
3.6.2	Uji Reabilitas	32
3.7	Teknik Analisis Data	33
3.7.1	Statistik Deskriptif	33
3.7.2	Regresi Linier Sederhana	34
3.7.3	Koefisien Determinasi	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		36
4.1	Analisis Deskriptif	36
4.1.1	Karakteristik Responden	36
4.1.2	Persepsi (Tanggapan) Responden Terhadap Variabel Internet Marketing	39
4.1.3	Persepsi (Tanggapan) Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	42
4.1.4	Pengujian Hipotesis	44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
Daftar Pustaka	
Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	29
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Internet Marketing	30
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	31
Tabel 3.5 Reliabilitas Internet Marketing	32
Tabel 3.6 Reliabilitas <i>Brand Image</i>	33
Tabel 3.7 Kategori Skor Jawaban	34
Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Internet Marketing PT.KAI	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap <i>Brand Image</i> PT.KAI	42
Tabel 4.3 Regresi Linear Sederhana	45
Tabel 4.4 Uji f	46
Tabel 4.8 Uji t	47
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT.Kereta Api Indonesia	1
Gambar 1.2 <i>Mobile Activity</i>	3
Gambar 1.3 <i>Website</i> PT.Kereta Api Indonesia (KAI)	4
Gambar 1.4 <i>Twitter</i> PT.Kereta Api Indonesia (KAI)	4
Gambar 1.5 <i>Instagram</i> PT.Kereta Api Indonesia (KAI).....	5
Gambar 1.6 <i>Facebook</i> PT.Kereta Api Indonesia (KAI)	6
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Hasil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4.2 Hasil Responden berdasarkan Umur.....	37
Gambar 4.3 Hasil Responden berdasarkan Fakultas.....	37
Gambar 4.4 Hasil Responden berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	38
Gambar 4.5 Hasil Responden berdasarkan Waktu Penggunaan Internet per Hari	39

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Bimbingan
- Lampiran 2 : Kuisisioner
- Lampiran 3 : Tabulasi
- Lampiran 4 : Output Correlations Internet Marketing dan Brand Image