

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.4.3 Manfaat Sosial	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Komunikasi.....	20
2.2.1 Pengertian Komunikasi	20
2.3 Public Relations.....	22
2.3.1 Fungsi Public Relations	24

2.3.2 Kegiatan dan Sasaran Public Relations	25
2.4 Marketing Public Relations	25
2.4.1 Kegiatan Marketing Public Relations.....	26
2.4.2 Peran Marketing Public Relations	29
2.5 Brand	31
2.6 Brand Awareness	31
2.7 Internet.....	36
2.8 Transaksi Digital	37
2.7.1 Keunggulan e-commerce.....	38
2.7.2 Kelemahan e-commerce	38
2.8 Hipotesis Teori	39
2.9 Kerangka Berpikir	42
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	47
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	49
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	49
3.4.1 Definisi Konsep	49
3.4.1.1 Kegiatan Marketing Public Relations.....	49
3.4.1.2 Brand Awareness.....	50
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data	55
3.5.1 Data Primer.....	55
3.5.1.1 Penyebaran Kuesioner	55
3.5.2 Data Sekunder	56

3.5.2.1 Observasi	56
3.5.2.2 Wawancara	56
3.5.2.3 Studi Pustaka	57
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.5.3.1 Uji Validitas	57
3.5.3.2 Uji Reliabilitas.....	64
3.6 Teknik Analisa Data	69
3.6.1 Analisis Data	69
3.6.2 Uji Korelasi	70
3.6.3 Koefisien Determinasi	72
3.6.4 Uji Regresi.....	73
3.6.5 Uji T.....	74
3.6.6 Uji F.....	75
3.7 Hipotesis	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	77
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	78
4.1.3 Layanan tiket.com	79
4.1.4 Logo.....	80
4.1.3 Struktur Organisasi	82
4.2 Hasil Penelitian.....	85
4.2.1 Identitas Responden.....	85
4.2.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.2.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	87

4.2.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	88
4.2.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	89
4.3 Analisis Deskriptif.....	91
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Item-item Kuesioner Kegiatan Marketing Public Relations Tiket.com (X)	92
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Item-item Kuesioner Brand Awareness Pada Transaksi Digital (e-commerce) (Y)	111
4.4 Hasil Uji Korelasi	123
4.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi	125
4.6 Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda	126
4.7 Hasil Uji T	129
4.8 Hasil Uji F	132
4.9 Pembahasan	134

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	144
5.2 Saran	145
5.2.1 Saran Akademis	145
5.2.2 Saran Praktis	145

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN