

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1. Sejarah Universitas Telkom	1
1.1.2. Visi dan Misi Universitas Telkom.....	1
1.1.3. Logo dan Makna Logo	2
1.1.4. Profil Admisi Nasional Universitas Telkom	2
1.1.5. Fakultas dan Program Studi Universitas Telkom.....	3
1.1.6. Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom	4
1.2. Latar Belakang	5
1.3. Rumusan Masalah	12
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Kegunaan Penelitian.....	12
1.6. Batasan Masalah.....	12
1.7. Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14

2.1.	Landasan Teori	14
2.1.1.	Manajemen Pemasaran	14
2.1.2.	Pemasaran Jasa.....	15
2.1.3.	<i>Customer Journey</i>	19
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1.	Pendekatan Penelitian	25
3.2.	Jenis Penelitian.....	25
3.3.	Variabel Operasional	26
3.4.	Skala Pengukuran.....	28
3.5.	Tahapan Penelitian	29
3.6.	Populasi dan Sampel	30
3.6.1	Populasi.....	30
3.6.2	Sampel.....	30
3.7.	Teknik Sampling	32
3.8.	Pengumpulan Data	32
3.9.	Uji Keabsahan Data.....	33
3.9.1	Uji Validitas	33
3.9.2	Uji Reliabilitas	34
3.10.	Teknik Analisis Data	34
3.10.1	Analisis Data Deskriptif.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
4.1.	Hasil Penelitian	37
4.1.1.	Karakteristik Responden.....	37

4.1.2.	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.1.3.	Berdasarkan Asal Sekolah.....	38
4.2.	Pembahasan Hasil Penelitian	38
4.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	38
4.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.2.3.	Hasil Analisis Deskriptif.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1.	Kesimpulan.....	54
5.2.	Saran.....	55
5.2.1.	Saran untuk Perusahaan	55
5.2.2.	Saran untuk Peneliti Selanjutnya	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN.....		58