

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR DIAGRAM	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 perumusan masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
BAB II STUDI PUSTAKA	
2.1 Pengertian pemasaran	6
2.2 Persepsi	6
2.2.1 pengertian persepsi konsumen	7
2.2.2 Proses persepsi	7
2.2.3 Karakteristik seorang mempengaruhi persepsi	8
2.2.4 Faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen	8
2.2.5 Persepsi terhadap kualitas	9
2.2.6 Nilai yang dipersepsikan	9
2.3 Website.....	9
2.3.1 Pengertian website	9
2.3.2 Fungsi website	10
2.3.3 Kriteria website yang baik	11
2.3.4 Kualitas website	12
2.4 Webqual	12
2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan	13
2.6 kerangka pemikiran	17
BAB III METEDOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan waktu Penelitian	18
3.1.1 Tempat penelitian	18
3.1.2 Waktu penelitian	18
3.2 Sumber data dan pengambilan data	

3.2.1 Sumber data	18
3.2.2 Pengambilan data	19
3.3 populasi dan sample penelitian	
3.3.1 Populasi penelitian.....	20
3.3.2 Sample penelitian.....	20
3.4 Metode analisis data	
3.4.1 Uji Validitas.....	21
3.4.2 Reabilitas Kuesioner	21
3.4.3 Analisis Deskriptif Kuantitatif.....	22
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah Singkat PT AJITA Indonesia	24
4.2 Visi dan Misi PT AJITA Indonesia.....	24
4.2.1 Visi Perusahaan	24
4.2.2 Misi Perusahaan	24
4.3 Logo Perusahaan	25
4.4 Lokasi Perusahaan.....	25
4.5 Daftar Klien PT AJITA Indonesia	26
4.6 Ruang Lingkup Pekerjaan	26
4.7 Struktur Organisasi Perusahaan	28
4.8 Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Website.....	29
4.8.1 Karakteristik Responden	29
4.8.2 Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner	34
4.8.3 Analisis Tanggapan Responden	36
4.8.4 Pembahasan Mengenai Kualitas Website	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48