

DAFTAR ISI

COVER	
PERNYATAAN ORISINILITAS TUGAS AKHIR	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR SIMBOL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Waktu Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH	9
2.1 Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1 Pengertian Bank	9
2.1.2 Kredit Usaha Rakyat BTN	9
2.1.3 Pengertian Pemasaran Digital	10
2.1.4 Dimensi Pemasaran Digital.....	11
2.1.5 Pengertian Persepsi Nasabah.....	13
2.1.6 Dimensi Persepsi Nasabah	13
2.1.7 Pengaruh Pemasaran Digital pada Persepsi Nasabah.....	15
2.1.8 Peneliti Terdahulu	15
2.2 Kerangka Pemikiran	23
2.3 Hipotesis	24

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.1.1 Sejarah dan Profil PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.....	25
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.2.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	28
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.2.3.2 Populasi Sasaran.....	32
3.2.3.3 Penentuan Sampel	33
3.2.4 Metode Penelitian.....	33
3.2.5 Teknik Analisis Data	34
3.2.5.1 Uji Instrumen.....	34
3.2.5.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.1.2 Analisis Data	38
4.1.2.1 Pemasaran Digital Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya ...	38
4.1.2.2 Persepsi Nasabah Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya	40
4.1.2.3 Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Persepsi Nasabah pada Kredit Usaha Rakyat (KUR) di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Tasikmalaya.....	41
4.2 Pembahasan	44
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	 47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Hal
1.1	Jadwal Penelitian	8
2.1	Persamaan dan Perbedaan dengan Peneliti Terdahulu.....	15
3.1	Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian	29
4.1	Karakteristik Responden	38
4.2	Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Pemasaran Digital (X).....	38
4.3	Hasil Analisis Deskriptif Jawaban Responden Persepsi Nasabah (Y)	40
4.4	Uji Validitas.....	41
4.5	Uji Reabilitas.....	42
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	43
4.7	Uji Determinasi Menggunakan SPSS	43
4.8	Uji T Menggunakan SPSS.....	44

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Hal
1.1	Data pengguna <i>Smartphone</i> dari Tahun 2015-2023 di Indonesia.....	2
2.1	Kerangka Berpikir	24
3.1	Paradigma Penelitian.....	33

DAFTAR SINGKATAN

Nomor	Singkatan	Istilah
1	KUR	Kredit Usaha rakyat
2	UMKM	Usaha Mikro Kecil dan Menengah
3	BTN	Bank Tabungan Negara
4	KPR	Kredit Pemilikan Rumah
5	L/C	<i>Letter Of Credit</i>

DAFTAR SIMBOL

Nomor	Simbol	Istilah
1	X	Variabel Independen
2	a	Konstanta
3	b	Nilai peningkatan atau penurunan
4	Y	Variabel Dependen
5	e	<i>Error</i>

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran	Hal
1	Pemasaran Digital	53
2	Uji Instrumen Penelitian.....	54
3	Jawaban Responden	57
4	Hasil Output	63
5	Data Nasabah KUR di Bank BTN KC Kota Tasikmalaya	65