

## DAFTAR ISI

No.	Judul	Hal
	<b>ABSTRAK</b> .....	i
	<b>ABSTRACT</b> .....	ii
	<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
	<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iv-viii
	<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix-xii
	<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii-xiv
	<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2	Rumusan Masalah .....	12
1.3	Tujuan Penelitian .....	12
1.4	Kegunaan Penelitian .....	12
1.4.1	Kegunaan Teoritis .....	12
1.4.2	Kegunaan Praktis .....	12

### BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka .....	13
2.1.1	Konsep Pariwisata.....	13
2.1.1.1	<i>Brand Image</i> Bagian dari Manajemen Pemasaran Jasa .....	15
2.1.1.2	<i>Product</i> .....	19
2.1.1.3	Definisi <i>Brand</i> .....	21
2.1.1.4	Definisi <i>Brand Image</i> .....	22
2.1.1.5	Proses pengembangan <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.1.6	Dimensi <i>Brand Image</i> .....	25
2.1.2	Keputusan Menggunakan Jasa .....	28
2.1.2.1	Proses Keputusan Menggunakan Jasa.....	29
2.1.2.2	Faktor Faktor yang mempengaruhi Perilaku pengguna jasa.....	32
2.1.2.3	Dimensi Keputusan Menggunakan Jasa.....	34

2.1.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa.....	36
2.1.4 Orisinalitas Penelitian .....	37
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
2.3 Hipotesis .....	43

### **BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian .....	46
3.2.1 Jenis dan Metode yang dilakukan .....	46
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	48
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	53
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	53
3.2.4.1 Populasi .....	53
3.2.4.2 Sampel.....	54
3.2.4.3 Teknik Sampling .....	55
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.2.6 Validitas serta Reliabilitas .....	57
3.2.6.1 Hasil Uji Validitas .....	57
3.2.6.2 Reliabilitas.....	64
3.3 Rancangan Analisis Data .....	65
3.3.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif .....	66
3.3.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif .....	67
3.3.3 Teknik analisis linier berganda .....	68
3.3.2.1 Uji Asumsi Regresi .....	70
3.4 Pengujian Hipotesis.....	72
3.4.1 Pengujian Sub Hipotesis .....	74

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Profil Perusahaan dan Pengguna Jasa CV.Qitarabu Jaya Utama.....	76
4.1.1 Profil Perusahaan .....	76
4.1.1.1 Profil CV.Qitarabu Jaya Utama .....	76

4.1.1.2	Sejarah Qitarabu .....	76
4.1.1.3	Organisasi Pengelola .....	77
4.1.1.4	Produk Yang ditawarkan .....	78
4.1.2	Profil <i>Travel Agent</i> Berdasarkan Karakteristik, Pengalaman dan Penilaian Terhadap CV.Qitarabu Jaya Utama .....	79
4.1.2.1	Karakteristik Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin .....	79
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan Terakhir .....	80
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Perusahaan dan Lisensi Perusahaan.....	81
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdiri dan Lokasi Perusahaan.....	82
4.1.2.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Berapa Kali <i>Travel Agent</i> Menggunakan Jasa Transportasi Pariwisata CV.Qitarabu Jaya Utama. .	83
4.2	Pelaksanaan <i>Brand Image</i> di CV.Qitarabu Jaya Utama .....	85
4.2.4	Sub Variabel <i>Strength of Brand Associations</i> .....	85
4.2.5	Sub Variabel <i>Favorability of Brand Associations</i> .....	86
4.2.6	Sub Variabel <i>Uniqueness of Brand Associations</i> .....	90
4.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> CV.Qitarabu Jaya Utama.....	92
4.3	Pelaksanaan Keputusan Menggunakan Jasa CV.Qitarabu Jaya Utama.....	94
4.3.1	Indikator Pilihan Produk .....	94
4.3.2	Indikator Pilihan Merek .....	96
4.3.3	Indikator Waktu Menggunakan Jasa.....	97
4.3.4	Indikator Jumlah Menggunakan Jasa.....	98
4.3.5	Indikator Metode Pembayaran .....	99
4.3.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Menggunakan jasa di CV.Qitarabu Jaya Utama.....	101
4.4	Hasil Uji Asumsi Variabel .....	102
4.4.1	Pengujian Asumsi Regresi .....	102
4.4.2	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	105

4.4.3 Pengujian Model FIT (Uji F/Anova).....	106
4.4.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) .....	106
4.4.5 Model Persamaan Regresi Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Menggunakan jasa di CV.Qitarabu Jaya Utama .....	108
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	109
4.5.1 Temuan yang Bersifat Teoritik .....	109
4.5.2 Temuan yang Bersifat Empirik .....	110

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	111
5.2 Saran .....	112
<b>Daftar Pustaka</b> .....	113
<b>Kuesioner</b> .....	116
<b>Lampiran</b> .....	120-157
<b>Curriculum Vitae</b> .....	160

## DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
<b>Tabel</b>		
1.1	Statistik Perkembangan Wisatawan Di Indonesia 2007 - 2013 .....	2
1.2	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara .....	3
1.3	Perkembangan Perusahaan Bus Di Jawa Barat 2008-2012.....	5
1.4	Jumlah Penggunaan Jasa Transportasi Pariwisata CV.Qitarabu Jaya Utama Bersama Pesaingnya tahun 2013.....	7
1.5	Jumlah Penjualan Jasa Transportasi Pariwisata CV.Qitarabu Jaya Utama Tahun 2010-2014 .....	7
1.6	Jumlah <i>Travel Agent</i> yang menggunakan Jasa Transportasi CV.Qitarabu Jaya Utama .....	8
1.7	Strategi strategi yang dilakukan CV.Qitarabu Jaya Utama 2014.....	9
2.1	Penelitian yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.....	33
3.1	Operasionalisasi Variabel.....	45
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	49
3.3	Jumlah Travel Agent Yang Menggunakan Jasa Transportasi CV.Qitarabu Jaya Utama .....	50
3.4	Interpretasi Besarnya Koefisien Korelasi.....	54
4.1	Jenis Bus Pariwisata.....	73
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	74
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan Terakhir.....	75
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Bentuk Perusahaan dan Lisensi Perusahaan.....	76
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdiri dan Lokasi Perusahaan ...	78
4.6	Jumlah Penggunaan Unit Oleh <i>Travel Agent</i> pertahun .....	79
4.7	Tanggapan Responden Terhadap Terhadap Sub Variable <i>Strength of Brand Associations</i> .....	80

4.8	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variable <i>Favorability of Brand Associations</i> .....	82
4.9	Tanggapan Responden Terhadap Sub Variable <i>Uniqueness of Brand Associations</i> .....	86
4.10	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> CV.Qitarabu Jaya Utama .....	88
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Produk.....	90
4.12	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Pilihan Merek.....	91
4.13	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Waktu Menggunakan Jasa .....	92
4.14	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Jumlah Menggunakan Jasa .....	94
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Indikator Metode Pembayaran .....	94
4.16	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa CV.Qitarabu Jaya Utama.....	96
4.17	Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
4.18	<i>Output</i> Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Di CV.Qitarabu Jaya Utama .....	100
4.19	<i>Output</i> Tabel <i>Anova</i> .....	101
4.20	<i>Output</i> Analisis Koefisien Regresi.....	102

## DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
	<b>Gambar</b>	
2.1	Identitas citra.....	23
2.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Yang Diadopsi Pada Proses Menggunakan Jasa .....	27
2.3	Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian.....	28
2.4	Kerangka Pemikiran.....	40
2.5	Paradigma penelitian pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap keputusan menggunakan jasa .....	31
3.1	Regresi Berganda .....	61
4.1	struktur organisasi CV.Qitarabu jaya Utama .....	72
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin Dan Usia.....	75
4.3	Karakteristik responden Berdasarkan Jabatan dan Pendidikan.....	76
4.4	karakteristik Responden Berdasarkan bentuk Perusahaan dan Lisensi Perusahaan.....	77
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdiri dan Lokasi Perusahaan.....	78
4.6	Jumlah Menggunakan Jasa Oleh Travel agent.....	80
4.7	<i>Normal Prohability Plot</i> .....	98
4.8	Uji Asumsi Heteroskedastisitas.....	99