

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan kegunaan penelitian	7
1.3.1 Tujuan penelitian	7
1.3.2 kegunaan penelitian	8
BAB II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	
2.1 Pemasaran Jasa	9
2.1.1 Bauran Pemasaran	10
2.1.1.1 Produk jasa (<i>the service product</i>)	11
2.1.1.2 Harga (<i>Price</i>)	12
2.1.1.3 Tempat/Lokasi pelayanan (<i>Place</i>)	13
2.1.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	14
2.1.1.5 Orang/Partisipan (<i>People</i>)	15
2.1.1.6 Sarana fisik (<i>Physical Evidence</i>)	16
2.1.1.7 Proses (<i>Process</i>)	16
2.1.2 Harga	17

2.1.2.1 Tujuan penetapan harga	18
2.1.3 Reputasi	23
2.1.4 Perilaku konsumen.....	29
2.1.4.1 Faktor kebudayaan	29
2.1.4.2 Faktor sosial	30
2.1.4.3 Faktor pribadi	32
2.1.5 Proses keputusan pembelian.....	34
2.1.6 Keputusan pembelian.....	41
2.2 Kerangka pemikiran	51
2.2.1 Paradigma Penelitian	52
2.3 Hipotesis penelitian.....	52
 BAB 3 Objek dan Hasil Penelitian	
3.1 Objek penelitian	54
3.2 Metode penelitian.....	54
3.2.1 Desain dan jenis penelitian	54
3.2.2 Operasional variable	55
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	61
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	62
3.3.1 Populasi	62
3.3.2 Sampel	63
3.3.3 Teknik Sampling.....	64
3.4 Teknik dan alat pengumpulan data	64
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.4.1.1 Uji Validitas	66
3.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	71
3.5 Teknik analisis data.....	72
3.5.1 Analisis deskriptif.....	72
3.5.2 Path Analysis (analisis jalur)	72
3.5.2.1 Koefisien jalur	74

3.5.2.2 Koefisien Determinasi Multiple (R^2)	75
3.5.2.3 Uji Hipotesis.....	76
3.5.2.3.1 Uji Hipotesis.....	76
 BAB 4 Pembahasan dan Hasil Penelitian	
4.1 Profil Air Asia.....	78
4.1.1 Profil dan Sejarah Air Asia.....	78
4.1.2 Sejarah Air Asia Indonesia.....	78
4.1.3 Profil Air Asia Indonesia.....	79
4.1.4 Visi dan Misi Air Asia Indonesia.....	79
4.1.5 Struktur Organisasi Air Asia Indonesia.....	80
4.1.6 Strategi Air Asia Indonesia.....	80
4.1.7 Tujuan Penerbangan Air Asia Indonesia.....	82
4.2 Keterkaitan antara karakteristik serta pengalaman responden.....	83
4.2.1 Karakteristik antara jenis kelamin dan status.....	83
4.2.2 Karakteristik antara jenis kelamin dan pekerjaan.....	84
4.2.3 Karakteristik antara jenis kelamin dan tingkat pendidikan.....	84
4.2.3 Karakteristik antara jenis kelamin dan penghasilan.....	85
4.2.4 Karakteristik antara jenis kelamin dan uang yang dibelanjakan.....	86
4.3 Tanggapan responden terhadap pelaksanaan kinerja harga Air Asia dan dimensi – dimensi kinerja harga.....	86
4.3.1 Kinerja harga Air Asia.....	86
4.3.2 Pelaksanaan dimensi – dimensi Kinerja Harga.....	87
4.3.2.1 Peranan Alokasi.....	88
4.3.2.2 Peranan Informasi.....	88
4.3.2.3 Rekapitulasi Indikator Kinerja Harga.....	89
4.4 3 Tanggapan responden terhadap pelaksanaan reputasi Air Asia dan dimensi – dimensi reputasi.....	92
4.4.1 <i>Reliability</i>	92

4.4.2 <i>Credibility</i>	93
4.4.3 <i>Trustworthiness</i>	94
4.4.4 <i>Responsibility</i>	95
4.4.5 Rekapitulasi Indikator Reputasi	97
4.5 Keputusan menggunakan	99
4.5.1 Rekapitulasi Indikator Keputusan menggunakan	101
4.6 Pengujian hipotesis pengaruh kinerja harga terhadap reputasi	103
4.6.1 Pengujian simultan.....	105
4.6.2 Pengujian parsial.....	107
4.6.3 Pengaruh kinerja harga terhadap reputasi.....	108
4.7 Pengujian hipotesis pengaruh kinerja harga terhadap keputusan menggunakan	109
4.7.1 Pengujian simultan.....	110
4.7.2 Pengujian parsial.....	113
4.7.3 Pengaruh kinerja harga terhadap keputusan menggunakan.....	114
4.8 Pengujian hipotesis pengaruh reputasi terhadap keputusan menggunakan	115
4.8.1 Pengujian simultan.....	116
4.8.2 Pengujian parsial.....	118
4.8.3 Pengaruh reputasi terhadap keputusan menggunakan.....	120
4.9 Pengujian hipotesis pengaruh kinerja harga dan reputasi terhadap keputusan menggunakan	121
4.9.1 Pengujian simultan.....	124
4.9.2 Pengujian parsial.....	125
4.9.3 Pengaruh kinerja harga terhadap reputasi dan keputusan menggunakan	126
4.10 Pembahasan hasil penelitian	127
4.10.1 Pengaruh kinerja harga terhadap reputasi.....	127
4.10.2 Pengaruh kinerja harga terhadap keputusan menggunakan.....	129
4.10.3 Pengaruh reputasi terhadap keputusan menggunakan.....	129

4.10.4 Pengaruh kinerja harga terhadap reputasi dan keputusan menggunakan	131
---	-----

BAB 5 Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1 Kesimpulan	132
5.2 Rekomendasi	133



DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul	Hal
1.1	Daftar maskapai niaga yang beroperasi di Indonesia	2
1.2	Daftar maskapai berbiaya rendah	4
1.3	Daftar jumlah penumpang Air Asia dengan rute Bandung - Denpasar	5
2.1	Beberapa hasil penelitian mengenai harga	21
2.2	Beberapa definisi mengenai reputasi perusahaan	24
2.3	Beberapa penelitian mengenai reputasi	27
3.1	Operasional variabel	55
3.2	Jenis dan sumber data penelitian	61
3.3	Daftar jumlah penumpang Air Asia dengan rute Bandung - Denpasar	62
3.4	Penyebaran sample proposional	63
3.5	Koefisien korelasi	65
3.6	Hasil pengujian validitas kinerja harga	66
3.7	Hasil pengujian validitas reputasi	68
3.8	Hasil pengujian validitas keputusan menggunakan	69
3.9	Pengujian reliabilitas	71
3.10	Rancangan pengujian hipotesis penelitian	76
4.1	Kota tujuan Air Asia Indonesia	81
4.2	Keterkaitan antara jenis kelamin dan status	82
4.3	Keterkaitan antara jenis kelamin dan pekerjaan	83
4.4	Keterkaitan antara jenis kelamin dan tingkat pendidikan	84
4.5	Keterkaitan antara jenis kelamin dan penghasilan	84
4.6	Keterkaitan antara jenis kelamin dan uang yang dibelanjakan	85
4.7	Peranan alokasi	86
4.8	Peranan informasi	88
4.9	Rekapitulasi indikator kinerja harga	89
4.10	<i>Reliability</i> dalam reputasi	91

4.11	<i>Credibility</i> dalam reputasi	93
4.12	<i>Trustworthiness</i> dalam reputasi	94
4.13	<i>Responsibility</i> dalam reputasi	95
4.14	Rekapitulasi indikator reputasi	96
4.15	Keputusan menggunakan	99
4.16	Rekapitulasi indikator keputusan menggunakan	101
4.17	Matriks korelasi antara kinerja harga dengan reputasi	103
4.18	Pengujian secara simultan	105
4.19	Pengujian secara parsial	107
4.20	Matriks korelasi antara kinerja harga dengan keputusan menggunakan	109
4.21	Pengujian secara simultan	111
4.22	Pengujian parsial	113
4.23	Matriks korelasi antara reputasi dengan keputusan menggunakan	114
4.24	Pengujian secara simultan	117
4.25	Pengujian parsial	119
4.26	Matriks korelasi antara kinerja harga, reputasi dengan keputusan menggunakan	121
4.27	Besarnya koefisien jalur	122
4.28	Pengujian hipotesis	123
4.29	Pengaruh antar variabel secara langsung dan tidak langsung	124
4.30	Pengujian parsial	125

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul	Hal
2.1	<i>Expanded marketing mix for service</i>	10
2.2	<i>Summary of service pricing strategies</i>	20
2.3	<i>Model of consumer behavior</i>	33
2.4	Kumpulan suksesif yang terlibat dalam pengambilan keputusan	36
2.5	Langkah – langkah antara evaluasi dan keputusan pembelian	40
3.1	Struktur analisis jalur (<i>Path Analysis</i>) hubungan antar variabel penelitian	73
4.1	Struktur organisasi Air Asia	79
4.2	Diagram jalur pengujian hipotesis I	107
4.3	Diagram jalur pengujian hipotesis II	113
4.4	Diagram jalur pengujian hipotesis III	120
4.5	Diagram konseptual	121
4.6	Diagram jalur hipotesis IV	125