

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah	12
1.2.2 Rumusan masalah.....	13
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian	14
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4 Kerangka Pemikiran	15
1.5 Asumsi.....	20
1.6 Hipotesis.....	21
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	22
2.1 Definisi dan Karakteristik Jasa	22
2.1.1 Definisi Jasa	22
2.1.2 Karakteristik Jasa	22
2.1.3 Marketing Mix Jasa	24
2.2 Kualitas Pelayanan.....	25
2.2.1 Definisi kualitas pelayanan.....	25
2.2.2 Kualitas total jasa.....	26
2.2.3 Penentu kualitas jasa.....	27
2.2.4 Persepsi pelanggan terhadap pelayanan.....	27
2.2.5 Model Gap Kualitas Jasa	28

2.2.6	Strategi meningkatkan kualitas pelayanan	29
2.3	Keputusan Pembelian atau Keputusan Menggunakan Jasa ..	30
2.3.1	Definisi keputusan pembelian	30
2.3.2	Jenis atau model tingkah laku pembelian.....	31
2.3.3	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku membeli....	32
2.3.4	Peran konsumen dalam membeli	36
2.3.5	Poses pengambilan keputusan	37
2.3.6	Keputusan penggunaan jasa	40
2.3.7	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Reservasi	41
BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	42
3.1	Objek Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian.....	43
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	43
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	43
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	46
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	48
3.2.4.1	Populasi.....	48
3.2.4.2	Sampel.....	49
3.2.4.3	Teknik Sampling	51
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	53
3.2.6.1	Pengujian Validitas.....	54
3.2.6.2	Pengujian Reliabilitas.....	54
3.2.6.3	Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	56
3.2.7	Teknik Analisis Data	58
3.2.8	Rancangan Uji Hipotesis.....	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
4.1	Gambaran Umum Merpati Nusantara	69
4.1.1	Sejarah Singkat Merpati Nusantara	69
4.1.2	Logo Merpati Nusantara	70

4.1.3 Deskripsi Kemudahan Reservasi Merpati Nusantara	71
4.1.4 Deskripsi Usaha Reservasi Merpati Nusantara.....	71
4.1.5 Struktur Organisasi Merpati Nusantara	73
4.1.6 Struktur Organisasi Kantor Reservasi Merpati Nusantara.....	74
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden	75
4.2.1 Karakteristik Responden.....	75
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	77
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	80
4.2.2 Pengalaman Responden	82
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Jasa Reservasi Merpati Nusantara.....	82
4.2.2.2 Biaya Reservasi Rata-rata yang digunakan dalam 1 bulan	83
4.3 Tanggapan Responden	84
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tangible</i> Merpati Nusantara.....	84
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Empathy</i> Merpati Nusantara.....	86
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i> Merpati Nusantara	89
4.3.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> Merpati Nusantara.....	91
4.3.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Assurance</i> Merpati Nusantara.....	92

4.3.6	Kesimpulan Tanggapan Kualitas Pelayanan Jasa Reservasi Merpati Nusantara	94
4.3.7	Gambaran Keputusan Pembelian Pelanggan Reservasi Merpati Nusantara	96
4.3.8	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Reservasi Merpati Nusantara.....	98
4.4	Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	98
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	107
5.1	Kesimpulan.....	107
5.2	Rekomendasi.....	109
DAFTAR PUSTAKA.....		111



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Maskapai penerbangan di indonesia	2
TABEL 1.2	Peningkatan jumlah penumpang industri penerbangan	2
TABEL 1.3	Pertumbuhan market size industri penerbangan	4
TABEL 1.4	Perkembangan peringkat jumlah Penumpang penerbangan domestik 2001 - 2005	8
TABEL 1.5	Jenis keputusan pembelian	18
TABEL 2.1	Jenis keputusan pembelian	31
TABEL 3.1	Operasionalisasi variabel penelitian	44
TABEL 3.2	Jenis dan sumber data	47
TABEL 3.3	Jumlah pelanggan reservasi merpati nusantara bulan november 2006	48
TABEL 3.4	Jumlah sampel pelanggan reservasi merpati nusantara....	52
TABEL 3.5	Interpretasi besarnya koefisien korelasi validitas	53
TABEL 3.6	Interpretasi besarnya koefisien korelasi reliabilitas	55
TABEL 3.7	Alternatif jawaban responden	58
TABEL 3.8	Klasifikasi pengujian pengaruh	67
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	76
TABEL 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	78
TABEL 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	79
TABEL 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	80
TABEL 4.6	Pengalaman Responden	82
TABEL 4.7	Biaya Reservasi perbulan	83
TABEL 4.8	Tanggapan Responden Terhadap <i>Tangible</i> Merpati Nusantara	85
TABEL 4.9	Tanggapan Responden Terhadap <i>Empathy</i> Merpati Nusantara	87
TABEL 4.10	Tanggapan Responden Terhadap <i>Responsiveness</i> Merpati Nusantara	89
TABEL 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reliability</i> Merpati Nusantara	91

TABEL 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Assurance</i> Merpati Nusantara	93
TABEL 4.13	Gambaran Kualitas Pelayanan Jasa	95
TABEL 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Reservasi Merpati Nusantara.....	96
TABEL 4.15	Matrik Korelasi Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Pembelian	99
TABEL 4.16	Hasil pengujian koefisien jalur tangible, empathy, responsiveness, reliability dan assurance	100
TABEL 4.17	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari X1	101
TABEL 4.18	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari X2	101
TABEL 4.19	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari X3	102
TABEL 4.20	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari X4	103
TABEL 4.21	Pengaruh langsung dan tidak langsung dari X5	104
TABEL 4.22	Hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap keputusan pembelian	104



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Perkiraan komposisi biaya operasional bisnis penerbangan 2006.....	6
GAMBAR 1.2	10 besar jumlah penumpang penerbangan domestik 2005.....	7
GAMBAR 1.3	Pertumbuhan jumlah penumpang penerbangan domestik periode 1993 – 2010.....	10
GAMBAR 1.4	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	16
GAMBAR 1.5	Kerangka pemikiran penelitian.....	19
GAMBAR 1.6	Paradigma penelitian.....	20
GAMBAR 2.1	Model gap Kualits Jasa.....	28
GAMBAR 2.2	Faktor yang mempengaruhi proses pembelian.....	33
GAMBAR 2.3	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	33
GAMBAR 2.4	Proses pengambilan keputusan.....	37
GAMBAR 3.1	Struktur kausal variabel.....	61
GAMBAR 3.2	Diagram jalur hipotesis.....	62
GAMBAR 3.3	Diagram jalur sub struktur hipotesis.....	63
GAMBAR 4.1	Logo merpati nusantara.....	70
GAMBAR 4.2	Struktur organisasi Merpati Nusantara.....	73
GAMBAR 4.3	Struktur organisasi Merpati Nusantara district Bandung.....	74
GAMBAR 4.4	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	76
GAMBAR 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	77
GAMBAR 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	79
GAMBAR 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	80
GAMBAR 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	81
GAMBAR 4.9	Pengalaman Responden.....	83
GAMBAR 4.10	Biaya Reservasi perbulan.....	84
GAMBAR 4.11	Tanggapan responden tentang fasilitas fisik kantor reservasi Merpati Nusantara district Bandung.....	86
GAMBAR 4.12	Tanggapan responden tentang emphaty kantor reservasi Merpati Nusantara district Bandung.....	88

GAMBAR 4.13	Tanggapan responden tentang responsiveness kantor reservasi Merpati Nusantara district Bandung.....	90
GAMBAR 4.14	Tanggapan responden tentang reliability kantor reservasi Merpati Nusantara district Bandung	92
GAMBAR 4.15	Tanggapan responden tentang assurance kantor reservasi Merpati Nusantara district Bandung.....	94
GAMBAR 4.16	Tanggapan responden tentang keputusan pembelian.	98
GAMBAR 4.17	Diagram jalur sub struktur hipotesis	105



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	Kuesioner
LAMPIRAN 2	Koding Data Karakteristik, Pengalaman dan Penilaian Responden
LAMPIRAN 3	3.1 Koding Data Ordinal Variabel 3.2 Data Z Score
LAMPIRAN 4	4.1 Validitas dan Reliabilitas 4.2 Perhitungan Hipotesis 4.3 Manual Validitas dan Reliabilitas
LAMPIRAN 5	Perhitungan interpolasi
LAMPIRAN 6	Perhitungan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung variabel X terhadap Y
LAMPIRAN 7	Matrik Korelasi Invers
LAMPIRAN 8	Tabel Distribusi F Sendencor
LAMPIRAN 9	Nilai-nilai Product Moment
LAMPIRAN 10	Nilai-nilai Dalam Distribusi t
LAMPIRAN 11	Second Decimal Place in Z
LAMPIRAN 12	Daftar Riwayat Hidup
LAMPIRAN 13	Surat Keputusan TPPS
LAMPIRAN 14	Agenda Bimbingan
LAMPIRAN 15	Surat Keterangan Penelitian

