

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SARANA
*SHUTTLE SERVICE***

**(Survei Pada Pengguna 4848 *Shuttle Service Point-to-Point*
Rute Bandung-Jakarta Pool Suniaraja di Kota Bandung)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Menempuh Ujian Sidang Sarjana Pendidikan
Program Pendidikan Tata Niaga
Jurusan Pendidikan Ekonomi**



Oleh

**YANG INTAN DWI LESTARI
034550**

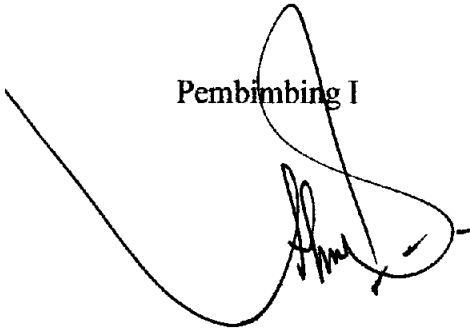
**FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP PROSES
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN SARANA *SHUTTLE SERVICE*
(survei Pada Pengguna 4848 *Shuttle Service Point-to-Point*
Rute Bandung-Jakarta di Pool Suniaraja Bandung)**

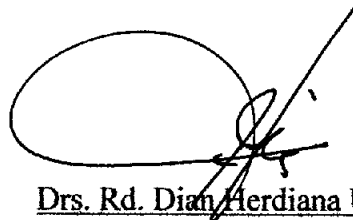
Skripsi ini disetujui oleh:

Pembimbing I



Drs. Ahim Surachim, M.Pd., M.Si
NIP. 131 801 866

Pembimbing II



Drs. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si
NIP. 132 044 355

Mengetahui

**Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi
FPIPS Universitas Pendidikan
Indonesia**



Drs. Edi Suryadi, M.Si
NIP. 131 626 694

**Ketua Program
Pendidikan Tata Niaga**



Dr. Ratih Hurriyati, M.Si
NIP. 132 044 284

**Tanggung jawab yuridis
ada pada penulis**



Yang Intan Dwi Lestari
NIM. 034550

Kau bisa mendapatkan apapun yang kau inginkan

Jika memang cukup kuat dalam menginginkannya.

Kau bisa menjadi apapun yang kau inginkan

Dan melakukan apapun yang ingin kau capai

Jika kau bertahan pada keinginan itu

Dengan satu tujuan yang spesifik dan jelas.

(Abraham Lincoln)

Hidup yang baik adalah hidup yang memberi kehidupan

pada orang lain

(Albert Einstein)

Skripsi ini diuji pada:

Hari/Tanggal : 30 Januari 2008

Waktu : 08.00 s.d selesai

Tempat : Lab. Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

Panitia ujian terdiri dari :

1. Ketua : Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH., M.Pd.
2. Sekretaris : Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
3. Anggota : Dr. H. Aim Abdulkarim, M.Pd. (Pembantu Dekan I)
Dr. Ratih Hurriyati, M.Si. (Ketua Program)
4. Penguji I : Drs. Hari Mulyadi, M.Si
5. Penguji II : Drs. Bambang Widjajanta
6. Penguji III : Drs. Girang Razati, M.Si



ABSTRAK

Yang Intan Dwi Lestari, 034550, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana *Shuttle Service* (Survei Pada Pengguna 4848 *Shuttle Service Point-to-Point* Rute Bandung-Jakarta di Pool Suniaraja Bandung).

Perkembangan bisnis jasa transportasi *shuttle service point-to-point* khususnya di Kota Bandung, tidak terbatas pada peningkatan pelayanan tetapi bagaimana pula meningkatkan citra merek sehingga produk tersebut dikenal oleh masyarakat sebagai produk yang baik. 4848 sebagai salah satu perusahaan penyedia layanan *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta yang berada di Kota Bandung semakin menyadari bahwa persaingan terus meningkat menyebabkan perilaku konsumen khususnya keputusan menggunakan jasa mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan banyaknya pilihan merek *shuttle service* dengan berbagai penawaran yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan keputusan konsumen menggunakan jasa 4848 *shuttle service point-to-point* adalah dengan memperbaiki kualitas pelayanan dan citra merek, sehingga mampu meningkatkan daya saing jasa tersebut di pasar konsumen sasaran

Berdasarkan uraian di atas, maka diadakan penelitian mengenai kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan sarana *shuttle service point-to-point* dengan menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai kualitas pelayanan, citra merek dan proses keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan menggunakan 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-Jakarta. Metode yang digunakan adalah *explanatory survey* dengan jenis penelitian adalah *deskriptif* dan *verifikatif*. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara, angket, dan studi kepustakaan. Untuk mengukur besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut digunakan Teknik Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis 2, menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Selanjutnya, pada hipotesis 3 juga menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka disimpulkan bahwa secara keseluruhan nilai perhitungan yang diperoleh melalui analisis jalur lebih besar dibandingkan dengan nilai yang terdapat pada tabel. Artinya secara keseluruhan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian.

UCAPAN TERIMA KASIH

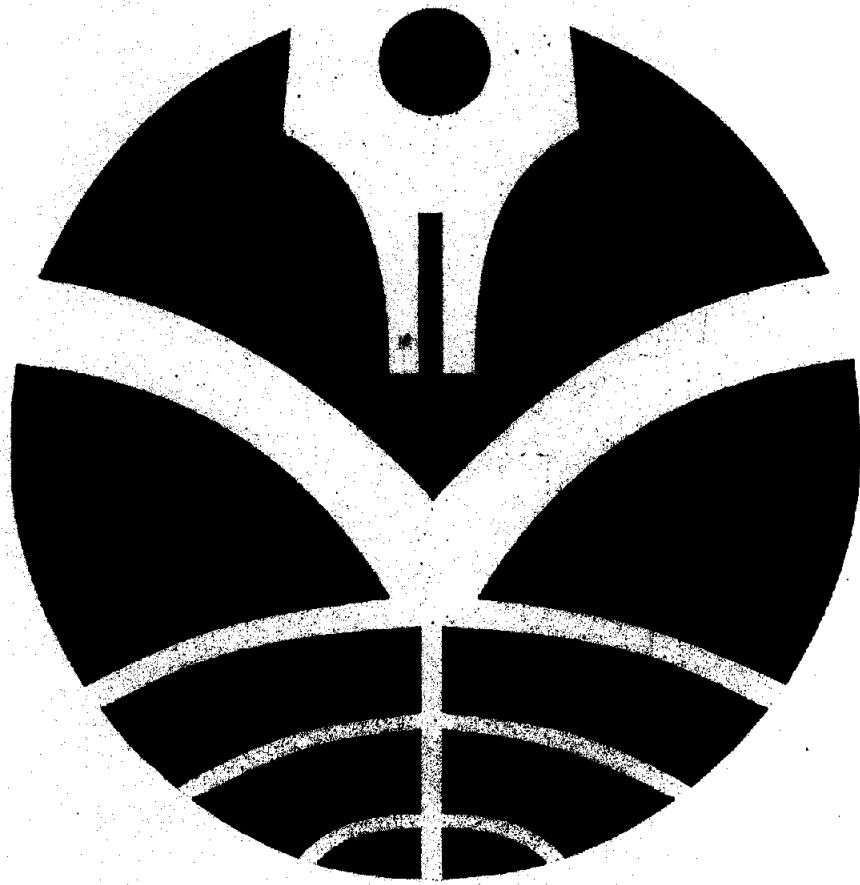
Penyelesaian skripsi ini merupakan anugerah dari Allah SWT yang patut penulis syukuri. Tanpa rahmat dan karunia-Nya sangatlah mustahil do'a dan ikhtiar penulis selama ini dapat terkabul. Untuk itu penulis panjatkan rasa syukur yang tak terhingga pada Allah SWT, pada junjunan Nabi Besar Muhammad SAW, keluarganya, para sahabatnya serta para pengikutnya.

Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Suwarma Al Muchtar, SH. M.Pd., selaku Dekan FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Edi Suryadi, M.Si., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Ratih Hurriyati, M.Si., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Bapak Drs. H. Hari Mulyadi, M.Si, selaku Ketua Tim Pengembang Penulisan Skripsi (TPPS) Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI.

6. Bapak Drs. Ahim Surachim, M.Pd., M.Si., selaku Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan pada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Drs. Rd. Dian Herdiana Utama, M.Si, selaku Pembimbing II, atas waktu, kesediaan, serta kesabaran dalam membimbing dan memberikan pengarahan.
8. Bapak Lili Adi Wibowo, S. Sos., S.Pd., MM., selaku Sekretaris Tim Pengembang Penulisan Skripsi (TPPS) Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Segenap Staf dan Dosen yang telah membimbing dan memberikan bantuan bagi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Program Pendidikan Tata Niaga Jurusan Pendidikan Ekonomi FPIPS UPI.
10. Bapak Koriyanto selaku Kepala Bidang Operasional 4848 yang telah membantu tanpa pamrih sehingga terselesaikannya skripsi ini.
11. Seluruh pengguna 4848 *shuttle service point-to-point* rute Bandung-jakarta yang telah membantu dalam mengisi daftar angket yang penulis sebarakan dalam rangka memperoleh data dari responden.

Penghormatan dan terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada Ayahanda tercinta atas kasih sayang, bimbingan serta dukungan selama ini, ibunda tersayang, cinta dan sembah sujudku tidak akan pernah hilang. Terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh keluarga (Teh Maya, Ajeng, Ajie, Bibi Cucu), yang telah memberikan do'a dan dukungannya selama ini. Sahabatku



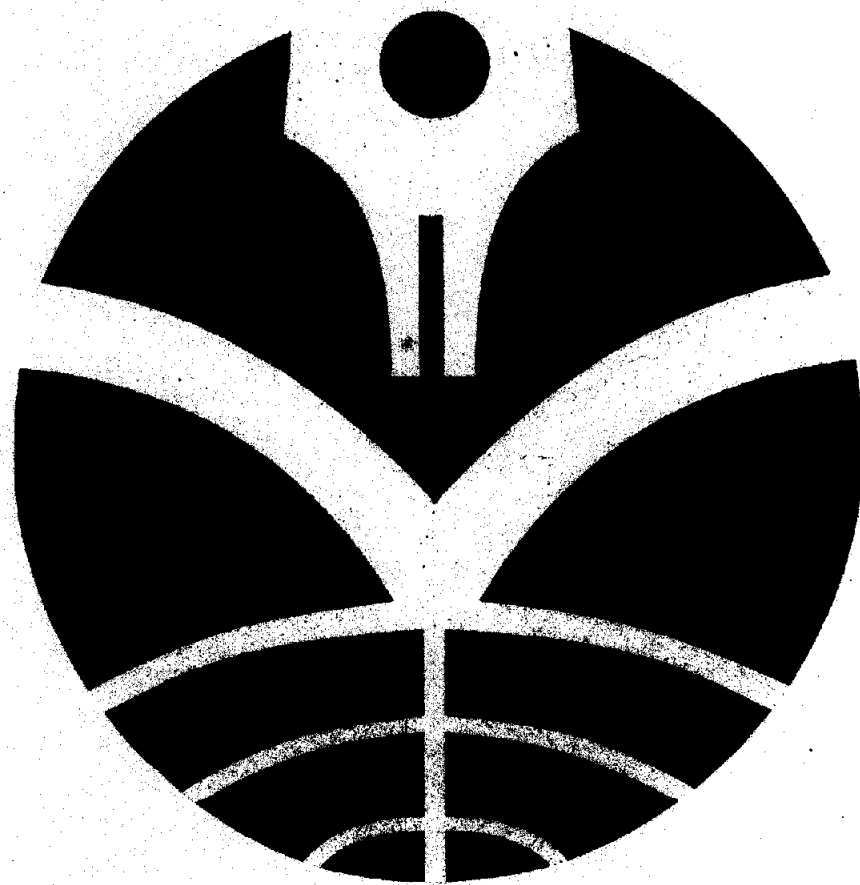
KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah yang di Tangan-Nya kunci segala urusan dan teriring shalawat serta salam bagi Rasulullah S.A.W beserta keluarganya. Dengan Ridha dan Hidayah Allah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini, guna memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang sarjana pendidikan pada Jurusan Pendidikan Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari betul, skripsi ini jauh dari kesempurnaan, namun penulis sudah berupaya semampu mungkin untuk memberikan yang terbaik. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati dan pikiran yang terbuka, penulis harapkan berbagai kiritik dan saran guna perbaikan di masa yang akan datang.

Bandung, Januari 2008

YANG INTAN DWI LESTARI



Yuniarti Yohana semoga kesuksesan selalu mengiringi langkah kita. Terima kasih pula kepada my big boy Romi Fajar Purnama atas kesabaran, pengertian, serta dukungannya selama ini yang tak pernah tergantikan.

Semoga kebaikan, kemurahan hati dan do'a dari semuanya dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Amiin

Bandung, Januari 2008

Penulis
Yang Intan Dwi Lestari



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	10
1.2.1 Identifikasi Masalah	10
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Kegunaan Penelitian	14
1.4 Kerangka Pemikiran	15
1.5 Asumsi	21
1.6 Hipotesis	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran Jasa	23
2.1.1 Konsep Pemasaran Jasa	23
2.1.2 Konsep Jasa	26
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	30
2.1.4 Konsep Produk	31
2.1.5 Klasifikasi Jasa	33
2.1.6 Macam Jasa	34
2.1.6.1 Jasa Angkutan	34
2.2 Kualitas Pelayanan	37

2.2.1 Pengertian Kualitas.....	37
2.2.2 Kualitas Jasa	39
2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	41
2.3 Citra Merek	42
2.3.1 Pengertian Citra.....	42
2.3.2 Pengertian Merek	44
2.3.3 Pengertian Citra Merek	47
2.4 Proses Keputusan Pembelian	50
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	50
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	51
2.4.3 Jenis Perilaku Pembelian	52
2.4.4 Peranan Konsumen dalam Proses Keputusan Pembelian	54
2.4.5 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen....	56
2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian	66

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	69
3.2 Metode Penelitian	69
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	67
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	72
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	75
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	77
3.2.4.1. Populasi	77
3.2.4.2. Sampel	79
3.2.4.3 Teknik Sampling.....	82
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	83
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	84
3.2.6.1. Validitas.....	84
3.2.6.2. Reliabilitas.....	89

3.2.7 Teknik Analisis Data	91
----------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan	108
4.1.1 Sejarah singkat PT 4848 Irawan Sarpingi	108
4.1.2 Visi dan Misi PT 4848 Irawan Sarpingi	109
4.1.3 Aneka Layanan Jasa Pt 4848.....	109
4.2 Karakteristik, Pengalaman, Keterkaitan, dan Penilaian konsumen 4848 <i>shuttle service point-to-point</i> .	111
4.2.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Demografi	111
4.2.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	111
4.2.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	113
4.2.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan pendidikan terakhir.....	114
4.2.2 Karakteristik Responden 4848 <i>shuttle service point-</i> <i>to-point</i> Berdasarkan Pengalaman.....	115
4.2.2.1 Pengalaman Berdasarkan Lama Menggunakan 4848 <i>shuttle service point-to-point</i>	115
4.2.2.2 Pengalaman Berdasarkan Frekuensi menggunakan 4848 <i>shuttle service point-to-</i> <i>point</i>	117
4.2.2.3 Alasan Menggunakan 4848 <i>Shuttle Service</i> <i>Point-toPoint</i>	118
4.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian	120
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan...	120
4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangible</i>	120
4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	123

4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i>	125
4.3.1.4	Tanggapan Responden Mengenai <i>Responsiveness</i>	127
4.3.1.5	Tanggapan Responden Mengenai <i>Reliability</i>	129
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Citra Merek	131
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Strenght</i>	132
4.3.2.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Favorability</i>	133
4.3.2.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Uniqueness</i>	135
4.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Variabel Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	137
4.3.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Masalah	138
4.3.3.2	Tanggapan Responden terhadap Pencarian Informasi	140
4.3.3.3	Tanggapan Responden terhadap Evaluasi Alternatif	142
4.3.3.4	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	143
4.3.3.5	Tanggapan Responden terhadap Keputusan Evaluasi Pasca Pembelian	145
4.4	Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	150
4.4.1	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	151
4.4.2	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	160
4.4.3	Pengujian dan Pembahasan Pengaruh Kualitas	

	Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Proses	
	Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	165
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
	5.1 Kesimpulan.....	170
	5.2 Rekomendasi	173
	DAFTAR PUSTAKA	178
	LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1	Beberapa Nama <i>Shuttle Service Point-to-Point</i> Rute Bandung-Jakarta (PP) di Kota Bandung Tahun 2007	3
1.2	Jumlah Penumpang 4848 <i>Shuttle Service Point-to-Point</i> Rute Bandung-Jakarta (PP) Tahun 2006-2007	4
1.3	Persepsi Konsumen Mengenai Citra Merek 4848 <i>Shuttle Service</i>	9
2.1	Definisi Pemasaran	24
2.2	Perbedaan Karakteristik Antara Barang Dan Jasa	29
2.3	Tipe-Tipe Klasifikasi Jasa	34
2.4	Dimensi Kualitas Jasa Dari Para Ahli	41
2.5	Definisi Citra	43
2.6	Definisi Merek	45
2.7	Definisi Citra Merek	48
2.8	Tipe-Tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian	52
3.1	Operasionalisasi Variabel	73
3.2	Jenis dan Sumber Data	76
3.3	Jumlah Populasi 4848 <i>Shuttle Service Point-to-Point</i>	78
3.4	Penyebaran Proposisi Sampel di Pool Suniaraja Bandung	83
3.5	Koefisien Korelasi	86
3.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	87
3.7	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	91
3.8	Skor Alternatif Jawaban Penelitian	91
3.9	Klasifikasi Koefisien Korelasi	107
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	111
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	113
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	114
4.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan 4848	116
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan 4848	117

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan 4848	118
4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangible</i>	120
4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	123
4.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i>	125
4.10	Tanggapan Responden Mengenai <i>Responsiveness</i>	127
4.11	Tanggapan responden Mengenai <i>Reliability</i>	130
4.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>Strenght</i>	132
4.13	Tanggapan Responden Mengenai <i>Favorability</i>	134
4.14	Tanggapan Responden Mengenai <i>Uniqueness</i>	135
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Masalah	138
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi	140
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Evaluasi Alternatif	142
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	144
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pasca Pembelian	146
4.20	Skor Ideal Gambaran Variabel Penelitian	147
4.21	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	149
4.22	Matrik korelasi kualitas pelayanan dengan proses keputusan menggunakan Sarana <i>shuttle service</i>	151
4.23	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	152
4.24	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Tangible</i> Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	154
4.25	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Emphaty</i> Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	155
4.26	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Assurance</i> Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	156
4.27	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Responsiveness</i> Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	

No. Tabel	Judul Tabel	Hal
4.28	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan Dimensi <i>Reliability</i> Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	158
4.29	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	159
4.30	Matrik Korelasi Antara Dimensi Citra Merek Dengan Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	160
4.31	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	161
4.32	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Citra Merek Dimensi <i>Strenght</i> Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	162
4.33	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Citra Merek Dimensi <i>Favorability</i> Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	163
4.34	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Citra Merek Dimensi <i>Uniqueness</i> Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Service</i>	164
4.35	Matriks Koreasi Antara Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	165
4.36	Hasil Pengujian Koefisien Jalur	166
4.37	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Kualitas Pelayanan Terhadap Proses Keputusan	167
4.38	Pengaruh Langsung Dan Tidak Langsung Dari Citra Merek Terhadap Proses Keputusan	167
4.39	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Proses Pengambilan Keputusan	168



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
1.1	Penurunan Jumlah Penumpang 4848 <i>Shuttle Service Point-To-Point</i> Rute Bandung-Jakarta (PP)	5
1.2	Citra Merek 4848 <i>Shuttle Service</i>	9
1.3	Paradigma Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Menggunakan Sarana <i>Shuttle Sservice</i>	19
1.4	Paradigma Penelitian	20
2.1	Diagram Segitiga Pemasaran Jasa	28
2.2	Beberapa Determinan dari Mutu Jasa Yang Diharapkan	40
2.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian	51
2.4	Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	56
2.5	Model Keputusan Pembelian Konsumen	59
2.6	<i>A Simple Model Of Consumer Behaviour Decision Making</i>	62
3.1	Struktur Kausal Antara X_1 X_2 , Dan Y	95
3.2	Struktur Hipotesis 1	96
3.3	Diagram Jalur Hipotesis 1	97
3.4	Struktur Hipotesis 2	100
3.5	Diagram Jalur Hipotesis 2	101
3.6	Diagram Jalur Hipotesis Utama	103
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	112
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan	113
4.3	Karakteristik responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	115
4.4	Pengalaman Lama Menggunakan 4848 <i>Shuttle Service Point-to-Point</i> Rute Bandung-Jakarta	116
4.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan 4848	117
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menggunakan 4848	119
4.7	Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangible</i>	121
4.8	Tanggapan Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	124

No. Gambar	Judul Gambar	Hal
4.9	Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i>	126
4.10	Tanggapan Responden Mengenai <i>Responsiveness</i>	128
4.11	Tanggapan responden Mengenai <i>Reliability</i>	130
4.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>Strenght</i>	132
4.13	Tanggapan Responden Mengenai <i>Favorability</i>	134
4.14	Tanggapan Responden Mengenai <i>Uniqueness</i>	136
4.15	Tanggapan Responden Terhadap Pengenalan Masalah	138
4.16	Tanggapan Responden Terhadap Pencarian Informasi	140
4.17	Tanggapan Responden Terhadap Evaluasi Alternatif	142
4.18	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	144
4.19	Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Pasca Pembelian	146
4.20	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis 1	153
4.21	Diagram jalur Pengujian Hipotesis 2	162
4.22	Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Utama	166



DAFTAR PUSTAKA

- Asep Hermawan.(2006).*Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*.Jakarta:PT Gramedia Widia Sarana Indonesia
- Buchari Alma.(2004).*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung:Alfabeta
- David A. Aaker, 1997, *Manajemen Ekuitas Merek* Jakarta, Mitra Utama
- David A Aaker, V Kumar dan George S.Day.(2004).*Marketing Research Eight Adition*.USA:John Willey and Sons Inc
- David Cravens W, 2003, *Strategic Marketing, b 5 th Edition*, Boston, Irwin McGraw-Hill
- Engel,James F.,et al.(1998).*Perilaku Konsumen Edisi Keenam*.Jakarta: Binarupa Aksara
- Fandy Tjiptono. 2000. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. ANDI Yogyakarta.
- _____, 2002, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta, Andi
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. ANDI Yogyakarta
- Freddy Rangkuty, 2002, *Measuring Customer Satisfaction*, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama
- Harun Al Rasyid.(1994).*Teknik Penarikan Sampel dan Penyusunan Skala, Program Studi Ilmu Sosial, Bidang Kajian Utama, Sosiologi, Antropologi*.Bandung, Program Pasca Sarjana Universitas Padjajaran

- Hermawan Kertajaya.(2004). *Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta:
Gramedia Pustaka Utama
- Kotler,Philip.(2005).*Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 2*.Jakarta:PT Indeks Kelompok Gramedia
- Lovelock, Christopher and Lauren Wright. 2002. *Principle of Service Marketing and Management, Second Edition*. Pearson Education International Inc. New Jersey
- Nugroho J. Setiadi, (2003), **Perilaku Konsumen**, Jakarta, Prenada
- Schiffman,Leon.G.dan Kanuk,Leslie.(2003).*Consumer Behavior*.Jakarta:Prentice Hall International Inc
- Shimp, A Terence.(2003).*Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Alih bahasa oleh Revyani Sjahrial dan Dyah Anikasari), Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono.(2007).*Metode Penelitian Bisnis*.Bandung:Alfabeta
- Suharsimi Arikunto.(2002).*Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*.Jakarta:Rineka Cipta
- Sutisna, (2002), **Perilaku Konsumen**, Bandung, Rosda Karya
- Sutisna.(2004).*Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*.Bandung:Rosda Karya
- Uma Sekaran.(2006).*Research Methods for Business Edisi 4*.Jakarta:Salemba Empat
- Valerie Zeithaml, Mary Jo Bitner, Dwayne D. Gremler. 2006. *Services Marketing*. Mc Graw Hill. New York.

Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa dan Konsep Implementasi*. Ekonisia FE VIII.

Yogyakarta

Jurnal:

Jurnal Usahawan Januari 2003

Majalah:

SWA No.21/XXI/8 –20 Agustus 2006

SWA No.26/XIX/Januari 2007

Internet:

<http://www.Cipaganti.com>)

<http://www.kompas.co.id>

[http://www.google.com//bisnis travel](http://www.google.com//bisnis%20travel).

