

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4 Kerangka Pemikiran	11
1.5 Hipotesis	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran Jasa	22
2.1.1 Konsep Pemasaran Jasa	22
2.1.2 Konsep Jasa	24
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	27
2.1.4 Klasifikasi Jasa	29
2.1.5 Macam Jasa	30
2.1.5.1 Jasa Angkutan	30
2.2 Kualitas Pelayanan	33
2.2.1 Pengertian Kualitas	33
2.2.2 Kualitas Jasa	35

2.2.3 Dimensi Kualitas Jasa	37
2.3 Konsep Harga	38
2.3.1 Pengertian Harga	38
2.3.2 Peranan Harga	41
2.3.3 Dimensi Strategi Harga	42
2.3.4 Harga Berdasarkan Pandangan Konsumen.....	44
2.3.5 Strategi Penetapan Harga Jasa.....	47
2.4 Konsep Keputusan Pembelian	49
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen	49
2.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	51
2.4.3 Jenis Perilaku Pembelian	54
2.4.4 Tipe-tipe Konsumen dalam Mengambil Keputusan.....	55
2.4.5 Peran Konsumen dalam Membeli.....	57
2.4.6 Tipe-tipe Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	58
2.4.7 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	59
2.4.8 Keputusan Pembelian Konsumen.....	63
2.4.9 Hubungan Karakteristik Individu dengan Keputusan Pembelian.....	68
2.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	75
3.2 Metode Penelitian	76
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	77
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	78
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	82
3.2.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	83
3.2.4.1. Populasi	83
3.2.4.2. Sampel	84
3.2.4.3 Teknik Sampling	87

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data	88
3.3 Teknik Analisa Data dan Uji Hipotesis.....	89
3.3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	90
3.3.3.1. Validitas	90
3.3.3.2. Reliabilitas.....	95
3.2.2 Teknik Analisis Data	97
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	112
4.1.1 Sejarah Perkeretaapian Indonesia.....	106
4.1.2 Struktur Organisasi.....	116
4.1.3 Visi dan Misi.....	107
4.1.4 Karakteristik dan Pengalaman Pengguna KA Parahyangan.....	117
4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	117
4.1.4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	117
4.1.4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan.....	118
4.1.5 Karakteristik Responden KA Parahyangan Berdasarkan Pengalaman	120
4.1.5.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan KA Parahyangan.....	120
4.1.5.1 Pengalaman Berdasarkan Alasan menggunakan KA Parahyangan.....	122
4.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Penelitian.....	123
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan KA Parahyangan.....	124
4.2.1.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Tangible</i>	124
4.2.1.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Emphaty</i>	127
4.2.1.3 Tanggapan Responden Mengenai	

<i>Responsiveness</i>	129
4.2.1.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Reliability</i>	131
4.2.1.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Assurance</i>	133
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Harga	131
4.3.3Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Menggunakan Jasa KA Parahyangan.....	138
4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pemilihan Produk.....	138
4.3.3.2 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Merek	140
4.3.3.3 Tanggapan Responden terhadap Pemilihan Saluran Pemasaran.....	142
4.3.3.4 Tanggapan Responden terhadap Penentuan Waktu Pembelian	1431
4.3.3.5 Tanggapan Responden terhadap Jumlah Pembelian.....	144
4.3 Hasil Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian.....	149
4.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KA Parahyangan	149
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KA Parahyangan	159
4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa KA Parahyangan	162
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	
5.1 Kesimpulan.....	166
5.2 Rekomendasi	168
DAFTAR PUSTAKA	172
LAMPIRAN	

