

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMILKIRAN DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka	15
2.1.1 Konsep Pemasaran	15
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	15
2.1.2 Konsep Jasa	16

2.1.2.1 Pengertian Jasa	16
2.1.2.2 Karakteristik Jasa.....	17
2.1.2.3 Klasifikasi Jasa	18
2.1.3 Konsep Bauran Pemasaran Jasa	19
2.1.3.1 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa	19
2.1.3.2 Dimensi Bauran Pemasaran Jasa	24
2.1.4 Konsep Proses Keputusan Menggunakan	41
2.1.4.1 Pengertian Proses Keputusan Menggunakan	41
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	42
2.1.4.3 Jenis-jenis Perilaku Pembelian.....	46
2.1.4.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	48
2.1.5 Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Proses Keputusan Menggunakan Jasa	52
2.2 Kerangka Pemikiran	53
2.3 Hipotesis	58
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	60
3.1 Objek Penelitian	60
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian	61
3.2.1 Metode Penelitian	61
3.2.2 Desain Penelitian	63
3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian	64

3.4 Sumber dan Alat Pengumpulan Data.....	72
3.4.1 Sumber Data	72
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	73
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	75
3.5.1 Populasi	75
3.5.2 Sampel	77
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	80
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis	82
3.6.1 Rancangan Analisis Data.....	82
3.6.1.1 Uji Validitas.....	84
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	86
3.6.1.3 Hasil Pengujian Validitas dan Realibilitas	89
3.6.2 Teknik Analisis Data	93
3.6.3 Analisis Data.....	95
3.6.3.1 Analisis Deskriptif.....	96
3.6.3.2 Analisis Verifikatif Menggunakan Analisis Jalur	96
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	107
4.1 Hasil Penelitian	107
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	107
4.1.1.1 Profil Perusahaan Bis PO. Merdeka.....	107
4.1.1.2 Deskripsi Usaha PO. Merdeka	110
4.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden Bis PO. Merdeka	

Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.....	113
4.2.1 Karakteristik Responden Bis PO. Merdeka Jurusan	
Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	113
4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	113
4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
Kelamin.....	115
4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat	
Pendidikan.....	116
4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis	
Pekerjaan.....	117
4.2.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat	
Pendapatan	118
4.2.2 Pengalaman Responden Bis PO. Merdeka Jurusan	
Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	119
4.2.2.1 Pengalaman Responden Berdasarkan Merek	
Bis Lain Jurusan Tasikmalaya-Kampung	
Rambutan Jakarta Yang Sering Ditumpangi.....	119
4.2.2.2 Pengalaman Responden Berdasarkan	
Alasan Menggunakan Jasa Bis PO. Merdeka	
Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	121
4.2.2.3 Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat	
Memperoleh Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-	
Kampung Rambutan Jakarta	122

4.2.2.4	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	123
4.2.2.5	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	125
4.2.3	Tanggapan Keseluruhan tentang Karakteristik dan Pengalaman Responden Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	126
4.3	Gambaran Variabel Penelitian.....	127
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	127
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Kinerja Proses Keputusan Menggunakan Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	143
4.3.3	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Bauran Pemasaran Jasa dan Proses Keputusan Menggunakan Jasa.....	153
4.4	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	154
4.4.1	Pengujian Hipotesis.....	154
4.4.2	Hasil Analisis Jalur	167
4.4.3	Pembahasan.....	170

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	183
5.1 Kesimpulan	183
5.2 Saran	186
DAFTAR PUSTAKA	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah Armada di Jawa Barat Tahun 2009-2010.....	3
1.2	Daftar Perusahaan Bis di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011	4
1.3	Trayek PO. Merdeka Tahun 2011	7
2.1	<i>The Seven P's Of Marketing</i>	22
2.2	Tipe-tipe Perilaku Keputusan Pembelian.....	47
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	66
3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian	73
3.3	Jumlah Populasi Penumpang Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Rambutan	76
3.4	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	85
3.5	Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	89
3.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	92
3.7	Alternatif Jawaban dalam Skala Likert 5 Kategori.....	95
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	114
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	115
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	116
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	117
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	118
4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Merek Bis Lain Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta yang Sering Ditumpangi.....	120

4.7	Alasan Utama Menggunakan Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	121
4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Tempat Memperoleh Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	122
4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	124
4.10	Lama Menggunakan Menggunakan Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	125
4.11	Tanggapan Responden Terhadap Pelaksanaan <i>Product</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	129
4.12	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Price</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	131
4.13	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Place</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	133
4.14	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Promotion</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	135
4.15	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>People</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	137
4.16	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Process</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta	139

4.17	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan <i>Physical Evidence</i> Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta...	141
4.18	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Pengenalan Masalah Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta...	144
4.19	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Pencarian Informasi Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta...	146
4.20	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Evaluasi Alternatif Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta...	148
4.21	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Keputusan Pembelian PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan	150
4.22	Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Perilaku Pascapembelian PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan	152
4.23	Rekapitulasi Skoring Data Variabel Bauran Pemasaran Jasa dan Proses Keputusan Menggunakan Jasa.....	153
4.24	Matriks Korelasi antara Dimensi Bauran Pemasaran Jasa dengan Proses Keputusan Menggunakan Jasa.....	155
4.25	Nilai F Hitung Menggunakan SPSS	162
4.26	Statistik Uji t	164
4.27	Dekomposisi Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	168
4.28	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Bauran Pemasaran Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya- Kampung Rambutan Jakarta.....	171

4.29	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Proses Keputusan Menggunakan Jasa Bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Kampung Rambutan Jakarta.....	174
------	---	-----



DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Armada dan Kondisi Armada PO. Merdeka Tahun 2011.....	6
1.2 Jumlah Penumpang bis PO. Merdeka Jurusan Tasikmalaya-Rambutan Rata-rata Per Hari	9
2.1 Sistem Bisnis Jasa	23
2.2 Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa.....	24
2.3 Matrix Ansoff	26
2.4 Tiga Dasar Pemasaran Berdasarkan Stuktur Harga.....	31
2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen.....	43
2.6 Model Perilaku Pembeli	46
2.7 Proses Keputusan Pembelian.....	48
2.8 Kerangka Pemikiran	57
2.9 Paradigma Penelitian	58
3.1 Diagram Jalur Hipotesis	98
3.2 Diagram Jalur Sub Struktur Hipotesis.....	99
4.1 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis	159
4.3 Garis Kontinum Dimensi Bauran Pemasaran Jasa.....	161

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran Jasa dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Irawan, Prasetya. (2000). *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: Infomedika.
- Istijanto. (2005). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing 13th Edition*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Payne, Adrian. (2000). *The Essence of Services Marketing*. Yogyakarta: ANDI and Pearson Education (Asia) Pte. Ltd.
- Riduwan. (2008). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung : Alfabeta.
- Salim, Abbas. (2002). *Manajemen Transportasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Umar. Husein. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Zeithmal, Valarie and Binner. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

