

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero)	1
1.1.2 Logo Perusahaan	3
1.1.3 Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	4
1.1.4 Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero)	4
1.1.5 Strategi Perusahaan secara umum	6
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Perumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian	16
1.5 Kegunaan Penelitian	17
1.5.1 Kegunaan Teoritis	17
1.5.2 Kegunaan Praktis	17
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	17
1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian	17
1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian	17
1.7 Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	19

2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Jasa.....	20
2.1.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	21
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.6 Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
2.1.7 Hubungan Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Pemikiran	45
2.4 Hipotesis Penelitian	46
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Jenis Penelitian.....	48
3.2 Tahapan Penelitian	49
3.3 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	50
3.3.1 Variabel Operasional	50
3.3.2 Skala Pengukuran	52
3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.4.1 Populasi	53
3.4.2 Sampel.....	53
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5.1 Data Primer	55
3.5.2 Data Sekunder	55
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.6.1 Uji Validitas	56
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.7 Teknik Analisis Data	59
3.7.1 Analisis Deskriptif	59
3.7.2 <i>Methods of Successive Interval</i> (MSI)	60
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	62

3.7.5 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)	63
3.7.6 Koefisien Determinasi	63
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Analisis Deskriptif.....	65
4.1.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Bauran Pemasaran (X).....	65
4.1.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)...	67
4.2 <i>Method Succesive Interval</i> (MSI).....	68
4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	69
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	72
4.3.3 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	73
4.3.4 Analisis Koefisien Korelasi.....	74
4.3.5 Koefisien Determinasi	74
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Praktis	78
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA	80