

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

Sejarah perkeretaapian di Indonesia dimulai ketika pencangkulan pertama jalur kereta api Semarang-*Vorstenlanden* (Solo-Yogyakarta) di Desa Kemijen oleh Gubernur Jendral Hindia Belanda Mr. L.A.J Baron Sloet van de Beele tanggal 17 Juni 1864. Pembangunan dilaksanakan oleh perusahaan swasta *Naamlooze Venootschap Nederlansch Indische Spoorweg Maatschappij* (NV. NISM) menggunakan lebar sepur 1435 mm.

Sementara itu, pemerintah Hindia Belanda membangun jalur kereta api negara melalui Staatsporwegen (SS) pada tanggal 8 April 1875. Rute pertama SS meliputi Surabaya-Pasuruan-Malang. Keberhasilan NISM dan SS mendorong investor swasta membangun jalur kereta api seperti Semarang Joana Stoomtram Maatschappij (SJSM), Semarang Cheribon Stoomtram Maatschappij (SCSM), Serajoedal Stoomtram Maatschappij (SSM), Oost Java Stoomtram Maatschappij (OJSM), Pasoeroean Stoomtram Maatschappij (PsSM), Kediri Stoomtram Maatschappij (KSM), Probolinggo Stoomtram Maatschappij (PbSM), Modjokerto Stoomtram Maatschappij (MSM), Malang Stoomtram Maatschappij (MS), Madoera Stoomtram Maatschappij (Mad.SM), Deli Spoorweg Maatschappij (DSM).

Selain di Jawa, pembangunan jalur kereta api dilaksanakan di Aceh (1876), Sumatera Utara (1889), Sumatera Barat (1891), Sumatera Selatan (1914), dan Sulawesi (1922). Sementara itu di Kalimantan, Bali, dan Lombok hanya dilakukan studi mengenai kemungkinan pemasangan jalan rel, belum sampai tahap pembangunan. Sampai akhir tahun 1928, panjang jalan kereta api dan trem di Indonesia mencapai 7.464 km dengan perincian rel milik pemerintah sepanjang 4.089 km dan swasta sepanjang 3.375 km.

Pada tahun 1942 Pemerintah Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Semenjak itu, perkeretaapian Indonesia diambil alih Jepang dan berubah nama menjadi *Rikuyu Sokyuku* (Dinas Kereta Api). Selama penguasaan Jepang, operasional kereta api hanya diutamakan untuk kepentingan perang. Salah satu pembangunan di era Jepang adalah lintas Saketi-Bayah dan Muaro-Pekanbaru untuk pengangkutan hasil tambang batu bara guna menjalankan mesin-mesin perang mereka. Namun, Jepang juga melakukan pembongkaran rel sepanjang 473 km yang diangkut ke Burma untuk pembangunan kereta api disana.

Setelah Indonesia memproklamasikan kemerdekaan pada tanggal 17 Agustus 1945, beberapa hari kemudian dilakukan pengambilalihan stasiun dan kantor pusat kereta api yang dikuasai Jepang. Puncaknya adalah pengambil alihan Kantor Pusat Kereta Api Bandung tanggal 28 September 1945 (kini diperingati sebagai Hari Kereta Api Indonesia). Hal ini sekaligus menandai berdirinya Djawatan Kereta Api Indonesia Republik Indonesia (DKARI). Ketika Belanda kembali ke Indonesia tahun 1946, Belanda membentuk kembali perkeretaapian di Indonesia bernama *Staatssporwegen/Verenigde Spoorwegbedrijf* (SS/VS), gabungan SS dan seluruh perusahaan kereta api swasta (kecuali DSM).

Berdasarkan perjanjian damai Konfrensi Meja Bundar (KMB) Desember 1949, dilaksanakan pengambilalihan aset-aset milik pemerintah Hindia Belanda. Pengalihan dalam bentuk penggabungan antara DKARI dan SS/VS menjadi Djawatan Kereta Api (DKA) tahun 1950. Pada tanggal 25 Mei DKA berganti menjadi Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA). Pada tahun tersebut mulai diperkenalkan juga lambang Wahana Daya Pertiwi yang mencerminkan transformasi Perkeretaapian Indonesia sebagai sarana transportasi andalan guna mewujudkan kesejahteraan bangsa tanah air. Selanjutnya pemerintah mengubah struktur PNKA menjadi Perusahaan Jawatan Kereta Api (PJKA) tahun 1971. Dalam rangka meningkatkan pelayanan jasa angkutan, PJKA berubah bentuk menjadi Perusahaan Umum Kereta Api (Perumka) tahun 1991. Perumka berubah menjadi Perseroan Terbatas, PT. Kereta Api (Persero) tahun 1998. Pada tahun 2011 nama

perusahaan PT. Kereta Api (Persero) berubah menjadi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan meluncurkan logo baru.

Saat ini, PT Kereta Api Indonesia (Persero) memiliki tujuh anak perusahaan yakni PT Reska Multi Usaha (2003), PT Railink (2006), PT Kereta Api Indonesia Commuter Jabodetabek (2008), PT Kereta Api Pariwisata (2009), PT Kereta Api Logistik (2009), PT Kereta Api Properti Manajemen (2009), PT Pilar Sinergi BUMN Indonesia (2015). www.kereta-api.co.id, diakses 21 Maret 2017.

Berikut ini adalah rangkuman sejarah yang pernah dilalui PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dari awal berdiri sampai sekarang.

TABEL 1.1
Sejarah Singkat PT. Kereta Api Indonesia

Periode	Status	Dasar Hukum
Tahun 1864	Pertama kali dibangun jalan rel sepanjang 26 Km antara Kemijen- Tanggung oleh Pemerintah Hindia belanda	
1864 s.d 1945	<i>Staat Spoorwegen (SS)</i> <i>Verenigde Spoorwegenbedrijf (VS)</i> <i>Deli Spoorwegen Maatschappij (DSM)</i>	IBW
1945 s.d 1950	DKA	IBW
1950 s.d 1963	DKA- RI	IBW
1963 s.d 1971	PNKA	PP. No. 22 Tahun 1963
1971 s.d 1991	PJKA	PP. No. 61 Tahun 1971
1991 s.d 1998	PERUMKA	PP. No. 57 Tahun 1990

(Bersambung)

(Sambungan)

1998 s.d 2010	PT. Kereta Api (Persero)	PP. NO 19 Tahun 1998 Keppres No 39 Tahun 1999 Akte Notaris Imas Fatimah
Mei 2010 s.d sekarang	PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	Instruksi Direksi No. 16/OT.203/KA 2010

Sumber: www.kereta-api.co.id, 2017

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Adapun logo dan makna logo PT. Kereta Api Indonesia sebagai berikut:



GAMBAR 1.1

Logo Perusahaan

Sumber : www.kereta-api.co.id

Berikut ini penjelasan mengenai logo perusahaan :

- Garis melengkung melambangkan gerakan yang dinamis PT. KAI dalam mencapai Visi dan Misinya.
- Anak Panah melambangkan Nilai Integritas, yang harus dimiliki insan PT. KAI dalam mewujudkan Pelayanan Prima.
- Orange melambangkan proses Pelayanan Prima (Kepuasan Pelanggan) yang ditujukan kepada pelanggan internal dan eksternal.
- Biru melambangkan semangat Inovasi yang harus dilakukan dalam memberi nilai tambah ke *stakeholders*. Inovasi dilakukan dengan semangat sinergi disemua bidang dan dimulai dari hal yang paling kecil sehingga dapat melesat.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi dari PT Kereta Api Indonesia yaitu :

a. Visi :

Visi menjadi penyedia jasa perkeretaapian terbaik yang fokus pada pelayanan pelanggan dan memenuhi harapan *stakeholders*

b. Misi :

Misi menyelenggarakan bisnis perkeretaapian dan bisnis usaha penunjangnya, melalui praktek bisnis dan model organisasi terbaik untuk memberikan nilai tambah yang tinggi bagi *stakeholders* dan kelestarian lingkungan berdasarkan 4 pilar utama : Keselamatan, Ketepatan waktu, Pelayanan dan Kenyamanan.

1.1.4 Bidang Usaha

Sesuai dengan Pasal 3 Anggaran Dasar Perusahaan, PT. KAI memiliki kegiatan utama dan kegiatan usaha penunjang. Kegiatan usaha utama mencakup :

- a. Penyelenggaraan prasarana perkeretaapian umum, meliputi kegiatan pembangunan, pengoperasian, perawatan, dan pengusahaan prasarana.
- b. Penyelenggaraan sarana perkeretaapian umum, meliputi kegiatan pengadaan, pengoperasian, perawatan, dan pengusahaan sarana usaha pengangkutan orang dan/atau barang dengan kereta api.
- c. Usaha angkutan pra- dan purna-angkutan kereta api, intermoda dan bongkar muat.
- d. Usaha penyewaan sarana dan atau prasarana serta fasilitas perkeretaapian.
- e. Jasa pengadaan barang dan jasa lainnya yang berkaitan dengan perawatan perkeretaapian.
- f. Usaha jasa keahlian di bidang perkeretaapian dan jasa konsultan transportasi.
- g. Usaha keagenan di bidang transportasi barang dan penumpang.
- h. Usaha pendidikan dan pelatihan di bidang perkeretaapian.

1.1.5 Profil Kereta Api Argo Jati

Kereta api Argo Jati adalah kereta api kelas eksekutif yang dioperasikan oleh PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dipulau Jawa dengan jurusan dari stasiun Gambir ke Cirebon dan sebaliknya. Peluncuran KA Argo Jati mulai beroperasi pada tanggal 12 April 2007 kemudian KA Argo Jati berganti nama menjadi New Argo Jati pada tanggal 3 November 2010 sebagai pengganti rangkaian kereta api Argo Jati layanan lama yang merupakan hasil improvisasi/ peningkatan dari kereta api Cirebon Ekspres.

Kereta api Argo Jati menyediakan fasilitas sarana hiburan selama perjalanan. Selain hiburan, penumpang juga dapat memesan makanan dan minuman dari kereta makan yang tersedia. Kereta ini dilengkapi dengan toilet, AC, tempat duduk yang bisa dilipat dan diputar, serta rak bagasi yang cukup untuk memuat bagasi yang relatif besar.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini kepadatan penduduk menjadi salah satu masalah utama yang dialami Negara. Kepadatan penduduk diakibatkan dari jumlah kelahiran yang sangat tinggi dan tidak sebanding dengan jumlah kematian. Banyak Negara saat ini mengalami masalah kepadatan penduduk walaupun sudah menerapkan program Keluarga Berencana (KB) untuk membatasi tingkat kelahiran yang semakin meningkat setiap tahun, salah satu contohnya adalah Negara Indonesia. Indonesia tercatat sebagai salah satu Negara yang memiliki jumlah kepadatan penduduk terbanyak nomor dua di Dunia.<http://sp2010.bps.go.id/>.

Menurut Aziz (2015:2) Peningkatan jumlah penduduk yang semakin tinggi di Indonesia dapat menjadi peluang tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang bergerak dibidang industri jasa. Salah satu dari industri jasa tersebut adalah industri jasa yang bergerak di bidang transportasi.

Transportasi adalah perpindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Menurut Aziz (2015:3) Transportasi yang baik akan berperan sentral dalam perkembangan wilayah terutama dalam hal aksesibilitas. Adapun pengertian aksesibilitas itu sendiri adalah kemudahan dan kemampuan suatu wilayah atau ruang untuk diakses atau dijangkau secara langsung maupun tidak langsung.

Konsumsi jasa terutama transportasi adalah sektor jasa yang memiliki pengaruh besar atas perkembangan perekonomian. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak jasa transportasi umum yang disediakan di seluruh Indonesia, mulai dari yang termurah hingga yang termahal.

Transportasi umum Antar Kota Dalam Propinsi (AKDP) yang menghubungkan kota Jakarta dan Cirebon yang tersedia sekarang ini ada 3 jenis yaitu travel, bis, dan kereta api. Kereta api adalah salah satu alat atau jasa transportasi yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini. Para konsumen yang menggunakan alat transportasi kereta api dengan alasan selain masalah ketepatan waktu juga memperhatikan aspek keamanan dan kenyamanan.

Kereta api menjadi pilihan favorit di negara berkembang karena termasuk transportasi yang cukup terjangkau, cepat, dan memiliki akses khusus. Oleh karena itu pemerintah harus turut berperan dan memberi perhatian khusus terhadap transportasi ini agar kereta api memiliki persepsi positif di benak para konsumen. Hal tersebut diperkuat oleh hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2016 jelas menggambarkan bahwa kereta api menjadi ujung tombak transportasi yang digunakan masyarakat Indonesia pada tabel 1.2 di bawah ini.

TABEL 1.2
Persentase Peningkatan Pengguna Moda Transportasi dari Tahun 2015
dibandingkan dengan Tahun 2016

No	Jenis Moda	Persentase
1	Angkutan Kereta Api	7,94 %
2	Angkutan Udara	5,57 %
3	Angkutan Jalan	3,54 %
4	Angkutan Laut	3,05 %

Sumber: www.bps.go.id, 2017

Dengan jelas tertulis pada Tabel 1.2 menjelaskan bahwa peningkatan yang lebih tinggi secara signifikan adalah pada pengguna kereta api dibandingkan transportasi lainnya. Pengguna moda transportasi kereta api berada di urutan pertama dengan 7,94% lebih unggul 3,37% dari angkutan udara yang berada di peringkat kedua dengan persentase sebesar 5,57%.

Keunggulan tersebut dapat diartikan bahwa masyarakat Indonesia lebih banyak untuk menggunakan jasa transportasi kereta api dibandingkan transportasi lainnya. Keunggulan pengguna kereta api dapat dikarenakan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan satu-satunya perusahaan jasa yang menyediakan moda transportasi darat berupa kereta api yang memiliki wilayah pengoperasian sendiri dan memiliki jalur-jalur yang mencakup wilayah Jawa dan Sumatra.

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) resmi mengoperasikan KA Argo Jati jalur Jakarta- Cirebon dan sebaliknya, sebagai salah satu alternatif transportasi baru pada tahun 2007. Kereta Api Argo Jati menyediakan fasilitas sarana hiburan selama perjalanan. Selain hiburan, penumpang juga dapat memesan menu makanan dan minuman. Kereta juga dilengkapi dengan toilet, AC, tempat duduk yang bisa dilipat dan diputar, serta rak bagasi yang cukup untuk memuat bagasi yang relatif besar.

PT Kereta Api Indonesia (KAI) berupaya meningkatkan okupansi penumpang KA Argo Jati Cirebon-Jakarta. Okupansi kereta api yang menghubungkan dua kota besar itu cenderung kurang menggembirakan. Adapun pengertian okupansi itu adalah jumlah tiket yang terjual.

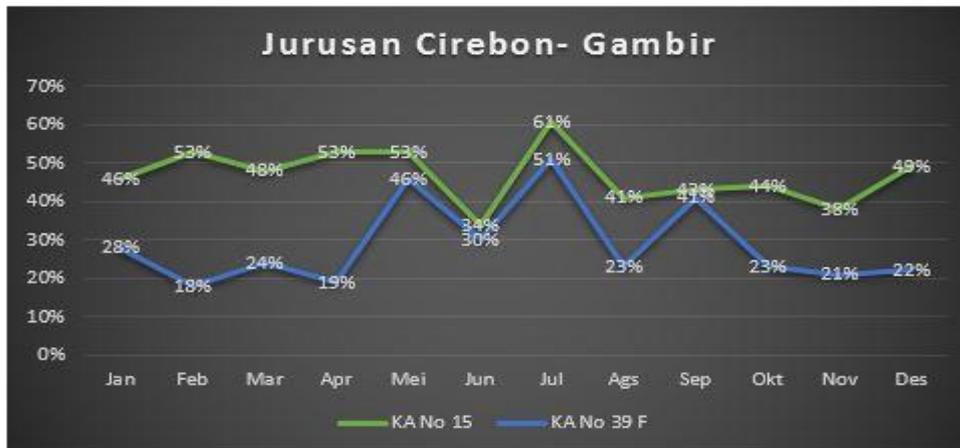
Menurut data PT Kereta Api Indonesia rata- rata okupansi gerbong Kereta Api Argo Jati hanya berkisar antara 17 % sampai 66 %, lebih spesifik okupansi itu lebih banyak berada dibawah 50 % dan rata- rata okupansi gerbong Kereta Api Argo Jati per hari berjalan hanya berkisar 30% sampai 47% pada tahun 2016.

TABEL 1.3
Rata-Rata Okupansi KA Argo Jati Tahun 2016

GAPEKA 2016		RELASI	RATA- RATA OKUPANSI BULANAN												RATA- RATA / HARI BERJALAN
NO KA	NO KA (CODE)		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT	SEP	OKT	NOV	DES	
15	15	CN-GMR	46%	53%	48%	53%	53%	34%	66%	41%	43%	44%	38%	49%	47%
40F	40F	GMR-CN	17%	20%	20%	18%	52%	36%	50%	37%	51%	34%	26%	57%	35%
39F	39F	CN-GMR	28%	18%	24%	19%	46%	30%	51%	23%	41%	23%	21%	22%	30%
16	16	GMR-CN	42%	42%	38%	42%	43%	36%	57%	35%	43%	40%	36%	60%	43%

Sumber: PT. KAI (Persero), 2017

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, Okupansi KA Argo Jati jauh dari angka 100% dan hanya berkisar antara 17% sampai 66% dan lebih spesifik okupansi lebih banyak dibawah 50%. Upaya inovasi yang diterapkan PT KAI untuk meningkatkan okupansi tersebut seperti membongkar pasang gerbong dan meningkatkan layanan kelas eksekutif, namun kondisi itu hanya sedikit mempengaruhi fluktuasi jumlah penumpang yang dapat dilihat secara grafik kenaikan dan penurunan tingkat okupansi Kereta api Argo jati pada Tahun 2016 pada gambar 1.2 berikut ini

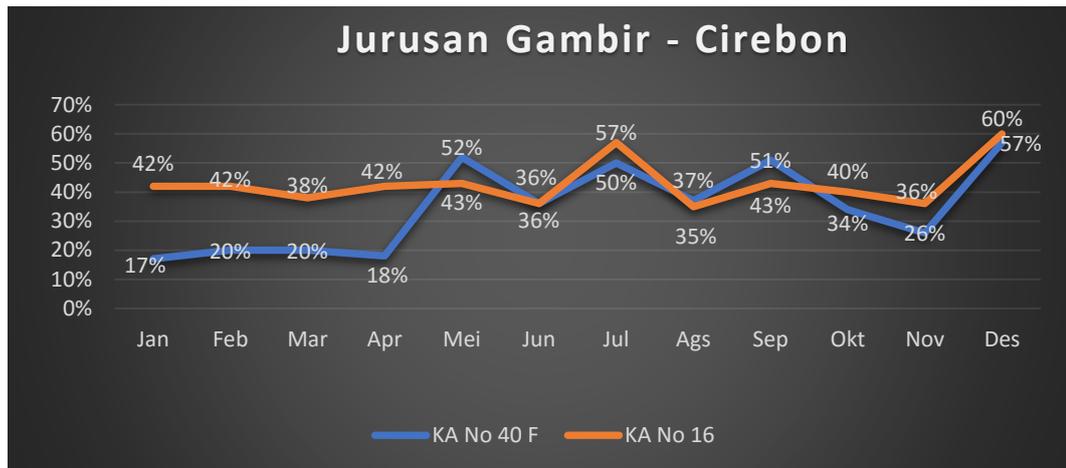


GAMBAR 1.2

Grafik Okupansi KA Argo Jati Cirebon- Gambir Tahun 2016

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan gambar 1.2 di atas dapat dilihat bahwa garis berwarna hijau merupakan Kereta Api Argo Jati Nomor 15 jurusan Cirebon- Gambir terjadi penurunan drastis dibulan Juni sebesar 19% kemudian meningkat drastis pada bulan Juli sebesar 27 % dan penurunan drastis terjadi lagi pada bulan Agustus sebesar 20%. Peningkatan pengguna moda transportasi Kereta Api terjadi pada bulan Juli karena mudik lebaran dan libur sekolah. Sedangkan dengan grafik warna biru untuk Kereta Api Argo Jati Nomor 39 F jurusan Cirebon- Gambir terjadi peningkatan drastis pada bulan Mei sebesar 27% dan penurunan terjadi pada bulan Agustus dengan jumlah persentase sebesar 28%. Penurunan pengguna transportasi kereta api terjadi pada bulan Agustus karena selesai lebaran dan liburan sekolah.



GAMBAR 1.3

Grafik Okupansi Argo Jati Gambir- Cirebon Tahun 2016

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan gambar 1.3 di atas dapat dilihat bahwa garis berwarna kuning merupakan Kereta Api Argo Jati Nomor 16 jurusan Gambir- Cirebon terjadi penurunan drastis pada bulan Agustus sebesar 22% kemudian meningkat drastis pada bulan Desember sebesar 24 %. Peningkatan pengguna moda transportasi Kereta Api terjadi pada bulan Desember karena libur sekolah. Sedangkan dengan grafik warna orange untuk Kereta Api Argo Jati Nomor 40 F jurusan Cirebon-Gambir terjadi peningkatan drastis pada bulan Mei sebesar 34% dan penurunan terjadi pada bulan Oktober sebesar 17%. Tingkat okupansi Kereta api Argo Jati tiap bulan selalu mengalami peningkatan dan penurunan tetapi tidak mencapai target yang ingin diharapkan.

Salah satu faktor penyebab menurunnya tingkat okupansi Kereta api Argo Jati adalah kurangnya promosi yang dilakukan, keterbatasan waktu keberangkatan hanya 2 kali sehari dan telah dibukanya jalan tol yang menghubungkan kota Jakarta dan Cirebon . Maka PT. KAI (Persero) melakukan terobosan guna meningkatkan minat penumpang adalah dengan mengencarkan bauran promosi dan Peningkatan kualitas pelayanan melalui fasilitas terbaik dengan harapan masyarakat merasa puas menggunakan jasa Kereta api Argo Jati

Promosi yang diterapkan oleh PT. KAI (Persero) dalam memasarkan produk jasa ini terbilang kurang baik dan belum sempurna. Selaras dengan apa yang dikatakan Kotler dan Armstrong (2012:432), berpendapat bahwa bauran promosi adalah suatu perpaduan dari alat- alat promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai untuk konsumen dan membangun hubungan dengan konsumen.

Berikut gambaran dari penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) dalam memasarkan produk jasa Kereta api Argo jati

TABEL 1.4
Promosi yang dilakukan oleh PT. KAI (Persero)

No	<i>Promotion Mix</i>	Penerapan	
		Ya	Tidak
1	<i>Advertising</i>	✓	
2	<i>Sales Promotion</i>		✓
3	<i>Interactive Marketing</i>	✓	
4	<i>Public Relation and Publicity</i>	✓	
5	<i>Direct Marketing</i>		✓
6	<i>Word of Mouth</i>	✓	
7	<i>Personal Selling</i>		✓
8	<i>Event and Experience</i>		✓

Sumber: PT. KAI (Persero), 2017

PT. KAI (Persero) menerapkan 4 dari 8 alat promosi yang ada. Sehingga berdampak nyata pada kondisi saat ini yang menunjukkan tingkat okupansi rendah dikisaran 17% - 66%. 4 alat promosi yang digunakan adalah *Advertising*, *Interactive Marketing*, *Public Relation and Publicity*, *Word of Mouth*. *Advertising*

merupakan promosi utama yang dilakukan PT. KAI (Persero) dengan menggunakan media konvensional berupa spanduk, *banner* serta penyediaan brosur ditambah siaran iklan pada media elektronik berupa siaran radio dan dilengkapi dengan media cetak seperti koran lokal daerah yang beredar harian. *Public relation and publicity* yang diterapkan PT. Kereta Api Indonesia berupa penerbitan majalah Kereta Api dan mengadakan kegiatan sosial masyarakat masyarakat seperti kegiatan donor darah dan kegiatan *medical check up* gratis di stasiun. Ketiga adalah *interactive marketing* dimana PT. KAI (Persero) memanfaatkan jejaring sosial seperti *facebook*, *Instagram* dan *website* untuk memasarkan produknya, pihak perusahaan juga menyediakan situs resmi yang beralamat di www.kereta-api.co.id dimana di dalamnya berisi seluruh informasi perusahaan seperti profil, jadwal kereta, dan pemesanan tiket kereta api serta PT. KAI bekerjasama dengan beberapa minimarket ternama dan bank negeri maupun swasta dalam kepengurusan pembayaran tiket *online* dengan tujuan mempermudah akses bagi para konsumen. Alat promosi yang terakhir adalah *word of mouth* yang secara otomatis berjalan dari mulut ke mulut konsumen yang merasa puas.

Atas permasalahan yang telah diuraikan di atas menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti dalam memahami pentingnya bauran promosi dan pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan pembelian, sehingga penulis tertarik memilih judul: “***Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Moda Angkutan Kereta Api Argo Jati Tahun 2017***”.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan bauran promosi yang diterapkan oleh PT. KAI (Persero) pada Kereta Api Argo Jati?
2. Bagaimana keputusan pembelian pengguna moda transportasi Kereta api Argo Jati?
3. Seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pengguna moda transportasi Kereta Api Argo Jati?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pelaksanaan bauran promosi yang diterapkan oleh PT. KAI (Persero) pada Kereta Api Argo Jati.
2. Mengetahui keputusan pembelian pengguna moda transportasi Kereta Api Argo Jati.
3. Mengetahui jumlah pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pengguna moda transportasi Kereta Api Argo Jati.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Aspek Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan, pengetahuan dan dapat meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana pengaruh Bauran promosi terhadap Keputusan pembelian tiket moda Kereta Api Argo Jati. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kepustakaan dan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu manajemen.

1.5.2 Aspek Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi PT Kereta Api Indonesia sebagai masukan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan Bauran promosi dan Keputusan Pembelian guna semakin meningkatkan Profitabilitas PT Kereta Api Indonesia di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan tugas akhir ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum tentang isi penelitian meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan tentang hasil kajian kepustakaan terkait dengan topik pembahasan dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis, meliputi rangkuman teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan masalah penelitian meliputi uraian tentang jenis penelitian, mengenai variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai cara pengumpulan dan pengolahan data serta analisis data yang telah melalui proses pengolahan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dalam menyajikan saran atau rekomendasi berdasarkan hasil dari penelitian.