DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**
HALAMAN PERNYATAAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **vii**
ABSTRACK ..... **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 (*Marketing Mix*) 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 *Methods of Successive Interval* (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 *Method Succesive Interval (*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