

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	5
2.1.2 Konsep Pemasaran	6
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	8
2.1.4 Prilaku Konsumen	11
2.1.5 Model Prilaku Konsumen	12
2.1.6 Proses Keputusan Membeli.....	13
2.1.7 Tingkat Kepuasan Konsumen	14
2.2 Ruang Lingkup Jasa.....	15
2.2.1 Pengertian Jasa.....	15

2.2.2	Karakteristik Jasa.....	15
2.2.3	Penentu Kualitas Jasa.....	16
2.3	Transportasi.....	17
2.3.1	Pengertian Transportasi.....	17
2.3.2	Sistem Transportasi.....	18
2.4	Hasil Penelitian Sebelumnya.....	20
2.5	Kerangka Konseptual.....	22
2.6	Hipotesis.....	23
III. METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Rancangan Penelitian	24
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1	Cara Pengumpulan Data.....	25
3.3.2	Sumber Data.....	25
3.4	Identifikasi Variabel.....	25
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran Data.....	26
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.5.2	Teknik pengukuran Data.....	28
3.6	Metode Analisis Data.....	30
3.6.1	Metode Logit.....	30
3.6.2	Kriteria Pengambilan Keputusan.....	33
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah.....	37
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	39
4.1.2	Struktur Organisasi	39
4.1.3	Deskripsi Tugas Tanggung Jawab Dalam Perusahaan	40
4.1.4	Karakteristik Responden.....	41
4.2	Analisis Data	44
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
4.2.2	Analisis Model Logit	45

4.3 Pembahasan.....	50
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55