

# DAFTAR ISI

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PERNYATAAN PROGRAM SARJANA**

<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Kegunaan Penelitian .....	10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN</b>	
<b>HIPOTESIS PENELITIAN</b> .....	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 Definisi Pemasaran .....	12
2.1.1.1 Pengertian Jasa .....	12

2.1.1.2	Karakteristik Jasa .....	14
2.1.1.3	Variabel-variabel dalam Bauran Pemasaran Jasa ...	15
2.1.2	Harga .....	16
2.1.2.1	Fungsi Harga .....	17
2.1.2.2	Tujuan Penetapan Harga .....	18
2.1.2.3	Proses Penetapan Harga .....	20
2.1.2.4	Strategi Penetapan Harga .....	23
2.1.3	Kualitas Pelayanan .....	27
2.1.3.1	Atribut Pelayanan Pelanggan .....	27
2.1.3.2	Pendekatan untuk Penyempurnaan Kualitas Jasa .....	28
2.1.3.3	Sistem Umpan Balik untuk Kualitas Pelayanan Pelanggan .....	28
2.1.3.4	Implementasi .....	29
2.1.3.5	Konsep Kualitas Jasa/Layanan .....	29
2.1.3.6	Memahami Kualitas Jasa .....	30
2.1.3.7	Dimensi Kualitas Jasa SERVQUAL .....	31
2.1.4	Perilaku Konsumen .....	32
2.1.4.1	Jenis-jenis Perilaku Konsumen .....	35
2.1.4.2	Proses Keputusan Pembelian .....	35
2.1.5	Keputusan Pembelian .....	38
2.1.6	Penelitian Terdahulu .....	42
2.2	Kerangka Pemikiran .....	43
2.3	Hipotesis Penelitian.....	48

<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Objek Penelitian .....	49
3.1.1 Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia .....	49
3.1.2 Visi Dan Misi PT. Pos Indonesia .....	50
3.1.3 Logo Perusahaan .....	51
3.2 Metode Penelitian .....	53
3.2.1 Metode Yang Digunakan .....	53
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	54
3.2.3 Populasi dan Teknis Penarikan Sampel .....	57
3.2.3.1 Populasi .....	57
3.2.3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	57
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data .....	59
3.2.5 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	61
3.2.5.1 Instrumen Penelitian .....	61
3.2.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	61
3.2.5.3 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	64
3.2.5.2.1 Langkah-langkah dalam Analisis Jalur .....	65
3.2.5.4 Hipotesis Penelitian .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1 Pengujian Instrumen .....	74
4.1.1 Hasil Uji Validitas .....	74
4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	76

4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	77
4.2.1	Pembahasan Mengenai Strategi Harga pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	78
4.2.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Psikologi Konsumen .....	78
4.2.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penyesuaian Harga Pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	81
4.2.2	Pembahasan Mengenai Kualitas Pelayanan pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	85
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangible</i> pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	85
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i> pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	87
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung.....	88
4.2.2.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i> pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	90

4.2.2.5	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Emphaty</i> pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	93
4.2.3	Pembahasan Mengenai Keputusan Pembelian pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	97
4.2.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Merek .....	97
4.2.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penyalur .....	99
4.2.3.3	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kuantitas .....	101
4.2.3.4	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Waktu .....	103
4.2.3.5	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Metode Pembayaran .....	104
4.3	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	107
4.3.1	Koefisien Korelasi .....	108
4.3.2	Koefisien Jalur .....	110
4.3.3	Pengujian Hipotesis Simultan (F-test) .....	113
4.3.4	Pengujian t-test .....	115
4.3.5	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Strategi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	118

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>120</b>
---	------------

5.1 Kesimpulan .....	120
----------------------	-----

5.2 Saran .....	123
-----------------	-----

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>127</b>
-----------------------------	------------

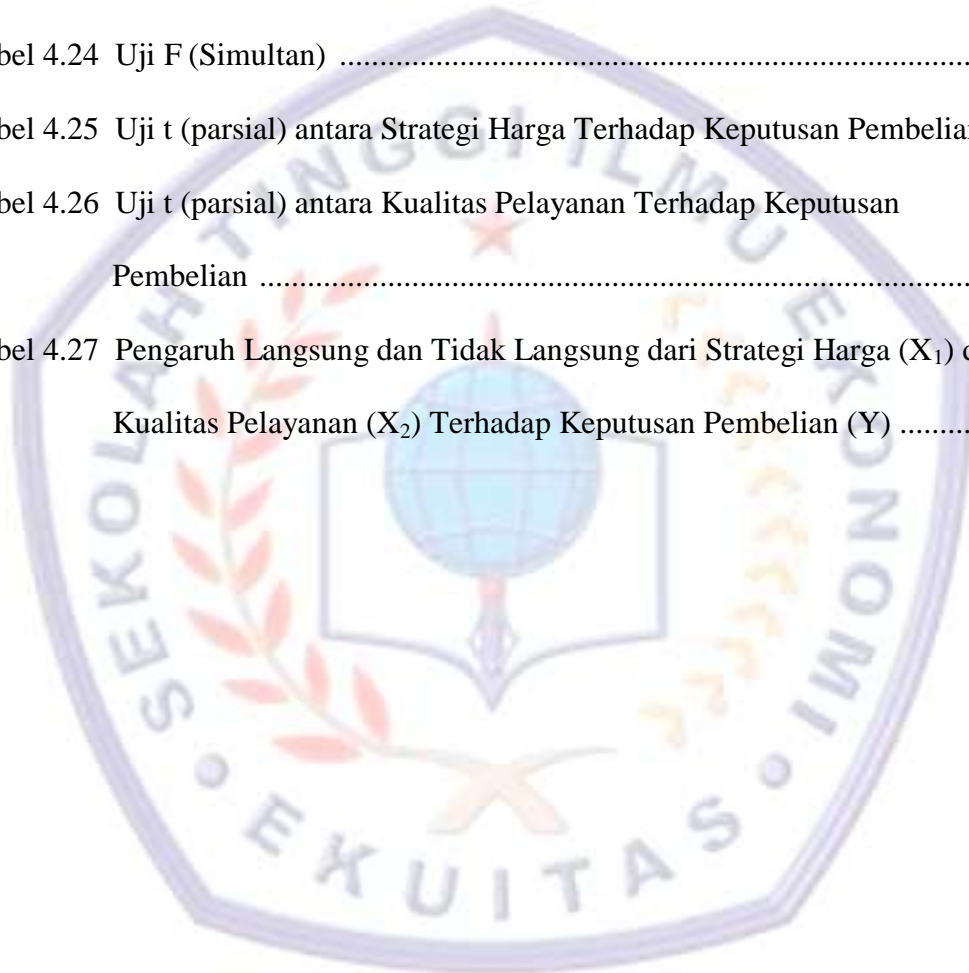
**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	55
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Strategi Harga ( $X_1$ ) .....	74
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) .....	75
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	76
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Psikologi Konsumen .....	79
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penyesuaian Harga .....	81
Tabel 4.7	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Strategi Harga Pada PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	83
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Tangible</i> .....	85
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Reliability</i> .....	87
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	89
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Assurance</i> .....	91
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Empathy</i> .....	93
Tabel 4.13	Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan PT. Pos cabang Kota Bandung .....	95
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Merek .....	97
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Penyalur .....	99
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kuantitas .....	101
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Waktu .....	103
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Metode Pembayaran .....	104

Tabel 4.19 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang PT. Pos Indonesia cabang Kota Bandung .....	106
Tabel 4.20 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	108
Tabel 4.21 Matriks Koefisien Korelasi .....	109
Tabel 4.22 Koefisien Jalur $X_1$ dan $X_2$ Terhadap Y .....	111
Tabel 4.23 Pengaruh Gabungan dari $X_1$ dan $X_2$ Terhadap Y .....	112
Tabel 4.24 Uji F (Simultan) .....	114
Tabel 4.25 Uji t (parsial) antara Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	115
Tabel 4.26 Uji t (parsial) antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian .....	117
Tabel 4.27 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dari Strategi Harga ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	118





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Market Share Jasa Kurir Tahun 2011 .....	6
Gambar 1.2	Market Share PT. Pos Indonesia .....	7
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen .....	33
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	36
Gambar 2.3	Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian .....	41
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran .....	46
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian .....	47
Gambar 3.1	Logo PT. Pos Indonesia Lama .....	51
Gambar 3.2	Logo PT. Pos Indonesia Baru .....	52
Gambar 3.3	Skala Interval .....	60
Gambar 3.4	Kurva Hipotesis .....	71
Gambar 4.1	Garis Kontinum Dimensi Psikologi Konsumen .....	79
Gambar 4.2	Garis Kontinum Dimensi Penyesuaian Harga .....	82
Gambar 4.3	Garis Kontinum Variabel Strategi Harga .....	84
Gambar 4.4	Garis Kontinum Dimensi <i>Tangible</i> .....	86
Gambar 4.5	Garis Kontinum Dimensi <i>Reliability</i> .....	87
Gambar 4.6	Garis Kontinum Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	89
Gambar 4.7	Garis Kontinum Dimensi <i>Assurance</i> .....	91
Gambar 4.8	Garis Kontinum Dimensi <i>Emphaty</i> .....	94
Gambar 4.9	Garis Kontinum Variabel Kualitas Pelayanan .....	96
Gambar 4.10	Garis Kontinum Dimensi Merek .....	98

Gambar 4.11	Garis Kontinum Dimensi Penyalur .....	100
Gambar 4.12	Garis Kontinum Dimensi Kuantitas .....	102
Gambar 4.13	Garis Kontinum Dimensi Waktu .....	103
Gambar 4.14	Garis Kontinum Dimensi Metode Pembayaran .....	105
Gambar 4.15	Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian .....	107
Gambar 4.16	Diagram Jalur Antara $X_1$ dan $X_2$ Terhadap $Y$ .....	113
Gambar 4.17	Kurva Pengujian Hipotesis Simultan .....	114
Gambar 4.18	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial .....	116
Gambar 4.19	Kurva Pengujian Hipotesis Parsial .....	117



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Surat Keputusan Penulisan Skripsi

LAMPIRAN 2: Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN 3: Tabulasi Data Kuesioner

LAMPIRAN 4: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 5: Hasil Uji SPSS versi 20

LAMPIRAN 6: Riwayat Hidup

