

## ABSTRACT

Andhirin Saraswati (2005). **“Influence of marketing mix concerning decision consumers service of Parahyangan executive train at PT. Kereta Api (Persero)”**. Faculty Economy Kristen Maranatha University, under the guidance of Dra. Ika Gunawan.

Transportation industry is an industry that necessary to economy development, public expansion and development industrialization. Parahyangan train is an object of research which use in this problem, which PT. Kereta Api is a service company that give a transportation service for consumers.

The objectives of this research were to find out how the implementation of marketing mix by PT. Kereta Api and reaction of consumers for that marketing mix and then influence of marketing mix concerning decision consumer service of PT. Kereta Api, so this research used a survey method. Procedure collected data by a questionare, interview, observation, and literature research. In a basis marketing mix has seven variables which can use by company for influence a decision consumers service to apply a Parahyangan executive train there are product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence.

The data and information from result of questionare were analysed by statistic method which has purpose for analysed influence of marketing mix (variable X) concerning decision consumers service (variable Y). However, the hypothesis test by correlation coefficient statistic test (rank spearman). The results of this research illustrate that marketing mix by PT. Kereta Api has give a good reaction by consumers service and implementation of marketing mix give an influence for consumers service to apply Parahyangan executive train.

The suggestion from results of this research are that the company hope can increase the quality of work by better strategy marketing mix in factors of marketing mix that has a low reaction from consumers service as an increase of service train by specially pay attention of criticism from consumers and defend of marketing mix factors that has a good reaction from consumers for give consumers service an influence to apply Parahyangan executive train.

## ABSTRAK

Andhirin Saraswati, “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Parahyangan pada PT. Kereta Api (Persero)**”, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha, Tahun 2005, di bawah bimbingan Dra. Ika Gunawan.

Industri transportasi merupakan industri yang sangat diperlukan bagi pembangunan ekonomi, perkembangan masyarakat serta pertumbuhan industrialisasi. Kereta api Parahyangan adalah objek penelitian yang digunakan dalam permasalahan ini, dimana PT. Kereta Api merupakan perusahaan jasa yang memberikan jasa transportasi kepada konsumen.

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan oleh PT. Kereta Api dan tanggapan konsumen terhadap bauran pemasaran tersebut, serta untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran PT. Kereta api terhadap keputusan pengguna jasa, maka untuk penelitian ini digunakan metode survei. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui kuesioner, wawancara, observasi dan penelitian kepustakaan. Pada dasarnya ada tujuh variabel bauran pemasaran jasa yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi keputusan pengguna jasa agar menggunakan kereta api eksekutif Parahyangan yaitu produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik.

Informasi dan data yang diperoleh dari hasil kuesioner tersebut dianalisa dengan menggunakan metode statistik yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran (variabel X) terhadap keputusan pengguna jasa (variabel Y). Adapun pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan uji statistik koefisien korelasi (rank spearman). Hasil penelitian ini memberikan kesimpulan umum bahwa pelaksanaan bauran pemasaran yang dilakukan PT. Kereta api, telah ditanggapi dengan baik oleh pengguna jasa dan pelaksanaan bauran pemasaran tersebut berpengaruh cukup kuat dalam mempengaruhi pengguna jasa untuk menggunakan Kereta Api Eksekutif Parahyangan.

Dari hasil penelitian ini saran yang dikemukakan adalah perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya dengan melakukan strategi bauran pemasaran yang lebih baik pada faktor-faktor bauran pemasaran yang kurang ditanggapi konsumen dengan baik seperti meningkatkan pelayanan kereta api dengan secara khusus memperhatikan keluhan pelanggan serta tetap mempertahankan faktor-faktor bauran pemasaran yang telah memperoleh tanggapan baik dari konsumen dalam rangka terus mempengaruhi pengguna jasa untuk menggunakan kereta api eksekutif Parahyangan.

## DAFTAR ISI

|                                                 |             |
|-------------------------------------------------|-------------|
| <b>ABSTRAK.....</b>                             | <b>i</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                     | <b>ii</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                          | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                        | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                       | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN</b>                     |             |
| 1.1. Latar Belakang.....                        | 1           |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                 | 3           |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....          | 4           |
| 1.4. Kegunaan Penelitian.....                   | 4           |
| 1.5. Kerangka Pemikiran.....                    | 5           |
| 1.6. Metode Penelitian.....                     | 10          |
| 1.6.1. Operasional Variabel.....                | 11          |
| 1.6.2. Jenis dan Sumber Data.....               | 14          |
| 1.6.3. Teknik Pengumpulan Data.....             | 14          |
| 1.6.4. Metode Pengumpulan Data.....             | 15          |
| 1.6.5. Teknik Pengolahan dan Analisis Data..... | 16          |
| 1.6.6. Pengujian Hipotesis.....                 | 18          |
| 1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....           | 19          |
| <b>BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>          | <b>20</b>   |
| 2.1. Ruang Lingkup Jasa.....                    | 20          |
| 2.1.1. Pengertian Jasa.....                     | 20          |
| 2.1.2. Karakteristik Jasa.....                  | 21          |
| 2.1.3. Klasifikasi Jasa.....                    | 22          |

|                                                                                                                                                                                 |                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| 2.2. Pengertian Pemasaran .....                                                                                                                                                 | 22                   |
| 2.3. Pengertian Bauran Pemasaran.....                                                                                                                                           | 24                   |
| 2.4. Produk.....                                                                                                                                                                | 25                   |
| 2.4.1. Pengertian Produk.....                                                                                                                                                   | 25                   |
| 2.4.2. Elemen-elemen Produk.....                                                                                                                                                | 26                   |
| 2.5. Harga.....                                                                                                                                                                 | 29                   |
| 2.5.1. Pengertian Harga.....                                                                                                                                                    | 29                   |
| 2.5.2. Elemen-elemen Harga.....                                                                                                                                                 | 30                   |
| 2.5.3. Tujuan Penetapan Harga.....                                                                                                                                              | 32                   |
| 2.6. Tempat.....                                                                                                                                                                | 33                   |
| 2.6.1. Pengertian Tempat.....                                                                                                                                                   | 33                   |
| 2.6.2. Elemen-elemen Tempat.....                                                                                                                                                | 33                   |
| 2.7. Promosi.....                                                                                                                                                               | 34                   |
| 2.7.1. Pengertian Promosi.....                                                                                                                                                  | 34                   |
| 2.7.2. Elemen-elemen Promosi.....                                                                                                                                               | 34                   |
| 2.8. Orang.....                                                                                                                                                                 | 42                   |
| 2.9. Proses.....                                                                                                                                                                | 43                   |
| 2.10. Bukti Fisik.....                                                                                                                                                          | 43                   |
| 2.11. Hubungan antara Bauran Pemasaran dengan Keputusan<br>Pengguna Jasa.....                                                                                                   | 44                   |
| <b>BAB III OBJEK PENELITIAN.....</b>                                                                                                                                            | <b>47</b>            |
| 3.1. Sejarah Perusahaan.....                                                                                                                                                    | 47                   |
| 3.1.1. Sejarah Kereta Api Parahyangan.....                                                                                                                                      | 51                   |
| 3.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....                                                                                                                                        | 51                   |
| <b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                                                                                    | <b>55</b>            |
| 4.1. Pelaksanaan Bauran Pemasaran pada PT. Kereta Api...<br>4.1.1. Produk (Product).....<br>4.1.2. Harga (Price).....<br>4.1.3. Tempat atau Saluran Pemasaran (Distribution)... | 55<br>57<br>58<br>59 |

|                                                                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.1.4. Promosi (Promotion).....                                                                                  | 61         |
| 4.1.5. Orang (People).....                                                                                       | 62         |
| 4.1.6. Proses (Process).....                                                                                     | 65         |
| 4.1.7. Bukti Fisik (Physical Evidence).....                                                                      | 66         |
| 4.2. Karakteristik Responden.....                                                                                | 67         |
| 4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                           | 68         |
| 4.2.2. Profil Responden Berdasarkan Usia.....                                                                    | 68         |
| 4.2.3. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                                                               | 69         |
| 4.2.4. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....                                                              | 70         |
| 4.2.5. Profil Responden Berdasarkan Banyaknya<br>Menggunakan Kereta Api Eksekutif Parahyangan                    | 70         |
| 4.3. Tanggapan Responden Terhadap Bauran Pemasaran Jasa<br>Yang Dilaksanakan PT. Kereta Api.....                 | 71         |
| 4.4. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan<br>Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Parahyangan.....    | 93         |
| 4.5. Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan<br>Pengguna Jasa Kereta Api Eksekutif Parahyangan..... | 115        |
| 4.5.1. Korelasi Rank Spearman.....                                                                               | 115        |
| 4.5.2. Analisa Koefisien Determinasi.....                                                                        | 120        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                           | <b>125</b> |
| 5.1. Kesimpulan.....                                                                                             | 125        |
| 5.2. Saran.....                                                                                                  | 127        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                                                                       | <b>129</b> |
| <b>LAMPIRAN A MODEL KUESIONER</b>                                                                                |            |
| <b>LAMPIRAN B TABEL DATA ORDINAL HASIL JAWABAN</b>                                                               |            |
| <b>RESPONDEN VARIABEL X DAN VARIABEL Y</b>                                                                       |            |
| <b>LAMPIRAN C GAMBAR INTERIOR KERETA API EKSEKUTIF</b>                                                           |            |
| <b>PARAHYANGAN</b>                                                                                               |            |

## DAFTAR TABEL

| Tabel                                                                                                                                     | Halaman |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1. Operasional Variabel.....                                                                                                            | 12      |
| 3.1. Kronologis Bentuk Perusahaan.....                                                                                                    | 50      |
| 4.1. Jadwal Keberangkatan dan Kedatangan Kereta Api Parahyangan.....                                                                      | 57      |
| 4.2. Daftar Tarif Potongan Harga Kereta Api Eksekutif Parahyangan<br>Tahun 2004.....                                                      | 59      |
| 4.3. Jenis Kelamin Responden.....                                                                                                         | 67      |
| 4.4. Usia Responden.....                                                                                                                  | 68      |
| 4.5. Pekerjaan Responden.....                                                                                                             | 68      |
| 4.6. Tingkat Pendapatan Responden.....                                                                                                    | 69      |
| 4.7. Banyaknya Penggunaan Jasa Kereta Api Parahyangan.....                                                                                | 70      |
| 4.8. Tanggapan responden mengenai persediaan tempat duduk eksekutif<br>Parahyangan setiap jam keberangkatan.....                          | 72      |
| 4.9. Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diberikan<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                        | 72      |
| 4.10. Tanggapan responden mengenai rasa aman dalam kereta api eksekutif<br>Parahyangan.....                                               | 73      |
| 4.11. Tanggapan responden mengenai banyaknya pilihan alternatif jadwal<br>keberangkatan kereta api Parahyangan .....                      | 74      |
| 4.12. Tanggapan responden mengenai tarif kereta api ekskeutif Parahyangan<br>yang diberikan kepada pengguna jasa.....                     | 75      |
| 4.13. Tanggapan responden mengenai kemudahan mendapatkan potongan<br>harga pada kereta api eksekutif Parahyangan.....                     | 75      |
| 4.14. Tanggapan responden mengenai keberadaan lokasi loket penjualan<br>karcis kereta api eksekutif Parahyangan yang mudah dijangkau..... | 76      |
| 4.15. Tanggapan responden mengenai ketepatan waktu berangkat kereta<br>api Parahyangan.....                                               | 77      |
| 4.16. Tanggapan responden mengenai ketepatan waktu tiba kereta api                                                                        |         |

|                                                                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Parahyangan di stasiun tujuan.....                                                                                                   | 77 |
| 4.17. Tanggapan responden mengenai kemudahan transportasi di sekitar stasiun Bandung.....                                            | 78 |
| 4.18. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui kerabat atau sesama pengguna jasa kereta api eksekutif Parahyangan..... | 79 |
| 4.19. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui video dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                       | 79 |
| 4.20. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui surat kabar.....                                                        | 80 |
| 4.21. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui spanduk                                                                 | 81 |
| 4.22. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui brosur...                                                               | 81 |
| 4.23. Tanggapan responden mengenai informasi promosi melalui radio.....                                                              | 82 |
| 4.24. Tanggapan responden mengenai respon karyawan dalam menghadapi pengguna jasa yang mengalami kesulitan.....                      | 83 |
| 4.25. Tanggapan responden mengenai keramahan karyawan dalam melayani penumpang kereta api eksekutif Parahyangan.....                 | 83 |
| 4.26. Tanggapan responden mengenai kesopanan karyawan dalam melayani penumpang kereta api eksekutif Parahyangan.....                 | 84 |
| 4.27. Tanggapan responden mengenai ketertiban antrian pada loket kereta api eksekutif Parahyangan.....                               | 85 |
| 4.28. Tanggapan responden mengenai kecepatan karyawan melakukan pelayanan dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                | 86 |
| 4.29. Tanggapan responden mengenai kejelasan informasi pemberitahuan keberangkatan kereta api Parahyangan di stasiun Bandung.....    | 86 |
| 4.30. Tanggapan responden mengenai kemudahan pemesanan kercis eksekutif sebelum keberangkatan kereta api Parahyangan.....            | 87 |
| 4.31. Tanggapan responden mengenai kenyamanan menggunakan kereta api eksekutif Parahyangan.....                                      | 88 |
| 4.32. Tanggapan responden mengenai kebersihan gerbong kereta api eksekutif Parahyangan.....                                          | 88 |
| 4.33. Tanggapan responden mengenai ketenangan dalam gerbong kereta                                                                   |    |

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| api eksekutif Parahyangan.....                                                                                                            | 89 |
| 4.34. Tanggapan responden mengenai fasilitas berupa bantal dalam kereta<br>api eksekutif Parahyangan.....                                 | 90 |
| 4.35. Tanggapan responden mengenai fasilitas berupa AC dalam kereta api<br>eksekutif Parahyangan.....                                     | 90 |
| 4.36. Tanggapan responden mengenai fasilitas berupa snack dalam kereta<br>api eksekutif Parahyangan.....                                  | 91 |
| 4.37. Tanggapan responden mengenai fasilitas pemutaran video/film dalam<br>kereta api eksekutif Parahyangan.....                          | 92 |
| 4.38. Tanggapan responden mengenai fasilitas toilet dalam kereta api<br>eksekutif Parahyangan.....                                        | 92 |
| 4.39. Tanggapan responden mengenai fasilitas restoran kereta api dalam<br>kereta api eksekutif Parahyangan.....                           | 93 |
| 4.40. Tanggapan responden mengenai fasilitas keselamatan dalam kereta<br>api eksekutif Parahyangan.....                                   | 94 |
| 4.41. Keputusan pengguna jasa terhadap persediaan tempat duduk kereta<br>api eksekutif Parahyangan setiap jam keberangkatan.....          | 95 |
| 4.42. Keputusan pengguna jasa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                   | 95 |
| 4.43. Keputusan pengguna jasa terhadap rasa aman menggunakan kereta<br>api eksekutif Parahyangan.....                                     | 96 |
| 4.44. Keputusan pengguna jasa terhadap banyaknya pilihan alternatif<br>jadwal keberangkatan kereta api Parahyangan.....                   | 97 |
| 4.45. Keputusan pengguna jasa terhadap tarif kereta api eksekutif yang<br>diberikan kepada pengguna kereta api eksekutif Parahyangan..... | 97 |
| 4.46. Keputusan pengguna jasa terhadap kemudahan potongan harga pada<br>kereta api eksekutif Parahyangan.....                             | 98 |
| 4.47. Keputusan pengguna jasa terhadap keberadaan lokasi loket penjualan<br>karcis kereta api eksekutif Parahyangan.....                  | 99 |
| 4.48. Keputusan pengguna jasa terhadap ketepatan waktu berangkat kereta<br>api Parahyangan.....                                           | 99 |

|                                                                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.49. Keputusan pengguna jasa terhadap ketepatan waktu tiba kereta api Parahyangan di stasiun tujuan.....                               | 100 |
| 4.50. Keputusan pengguna jasa terhadap kemudahan transportasi disekitar stasiun Bandung.....                                            | 101 |
| 4.51. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui kerabat atau sesama pengguna jasa..... | 101 |
| 4.52. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui video dalam kereta.....                | 102 |
| 4.53. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui surat kabar.....                       | 103 |
| 4.54. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui spanduk.....                           | 104 |
| 4.55. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui brosur.....                            | 104 |
| 4.56. Keputusan pengguna jasa terhadap informasi promosi mengenai kereta api Parahyangan melalui radio.....                             | 105 |
| 4.57. Keputusan pengguna jasa terhadap respon karyawan dalam menghadapi pengguna jasa yang mengalami kesulitan.....                     | 106 |
| 4.58. Keputusan pengguna jasa terhadap keramahan karyawan dalam melayani penumpang kereta api eksekutif Parahyangan.....                | 106 |
| 4.59. Keputusan pengguna jasa terhadap kesopanan karyawan dalam melayani penumpang kereta api eksekutif Parahyangan.....                | 107 |
| 4.60. Keputusan pengguna jasa terhadap ketertiban antrian pada loket kereta api eksekutif Parahyangan.....                              | 108 |
| 4.61. Keputusan pengguna jasa terhadap kecepatan karyawan melakukan pelayanan dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....               | 109 |
| 4.62. Keputusan pengguna jasa terhadap kemudahan pemesanan karcis eksekutif sebelum keberangkatan kereta api Parahyangan.....           | 109 |
| 4.63. Keputusan pengguna jasa terhadap kejelasan informasi pemberitahuan keberangkatan kereta api Parahyangan.....                      | 110 |
| 4.64. Keputusan pengguna jasa terhadap kenyamanan menggunakan kereta                                                                    |     |

|                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| api eksekutif Parahyangan.....                                                                                                      | 111 |
| 4.65. Keputusan pengguna jasa terhadap kebersihan gerbong kereta api<br>eksekutif Parahyangan.....                                  | 112 |
| 4.66. Keputusan pengguna jasa terhadap ketenangan dalam gerbong kereta<br>api eksekutif Parahyangan.....                            | 112 |
| 4.67. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas bantal yang diberikan<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....               | 113 |
| 4.68. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas AC yang diberikan<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                   | 114 |
| 4.69. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas snack yang diberikan<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                | 115 |
| 4.70. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas pemutaran video/film<br>yang diberikan dalam kereta api eksekutif Parahyangan..... | 115 |
| 4.71. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas toilet dalam kereta api<br>eksekutif Parahyangan.....                              | 116 |
| 4.72. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas restoran kereta api<br>dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....                 | 117 |
| 4.73. Keputusan pengguna jasa terhadap fasilitas keselamatan yang<br>diberikan dalam kereta api eksekutif Parahyangan.....          | 118 |
| 4.74. Perhitungan Rank Spearman.....                                                                                                | 119 |

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar                                            | Halaman |
|---------------------------------------------------|---------|
| 1.1. Model Perilaku Pembeli.....                  | 9       |
| 1.2. Kerangka Pemikiran.....                      | 10      |
| 2.1. 7P Bauran Pemasaran.....                     | 25      |
| 2.2. Lima Tahap Proses Pengambilan Keputusan..... | 45      |
| 3.2. Struktur Organisasi.....                     | 52      |