DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN…… i
PERNYATAAN KEASLIAN…… ii
MOTTO…… iii
ABSTRAK…… iv
ABSTRACT……. v
KATA PENGANTAR……. vi
DAFTAR ISI……. x
DAFTAR GAMBAR…… xiv
DAFTAR TABEL……. xv
DAFTAR LAMPIRAN…… xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian…… 1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah…… 7
1.2.1. Identifikasi Masalah……. 7
1.2.2. Rumusan Masalah……..…… 7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian…… 8
1.3.1. Maksud Penelitian……. 8
1.3.2. Tujuan Penelitian…… 8
1.4 Kegunaan Penelitian……..…….. 9
1.4.1 Kegunaan Praktis…… 9
1.4.2 Kegunaan Akademis…….. 10
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian..…… 10

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka……. 12
2.1.1 Jasa……..……..…….. 12

2.1.1.1 Definisi Jasa……..…..…….. 12
2.1.1.2 Karakteristik Jasa……..…….. 13
2.1.1.3 Macam-macam Jasa…… 14
2.1.1.4 Sistem Penyampaian Jasa...…….. 16
2.1.2 Citra……..…….……. 17
2.1.2.1. Definisi Citra…… 17
2.1.2.2. Pengertian Umum Citra…… 18
2.1.2.3. Macam-Macam Citra…… 19
2.1.2.4. Citra Perusahaan…… 19
2.1.2.5. Arti Penting Citra Perusahaan…… 22
2.1.2.6. Proses Pembentukan Citra…….. 23
2.1.2.7. Keuntungan Terciptanya Citra Positif…… 24
2.1.3. Keputusan Pembelian Konsumen…….. 26
2.1.3.1. Pihak-pihak Yang Terlibat Dalam Keputusan Pembelian…… 27
2.1.3.2. Jenis-Jenis Pengambilan Keputusan…… 28
2.1.3.3. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian…. 29
2.1.3.4. Hubungan Citra Perusahaan *(Corporate Image)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen…29
2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis……. 30
2.2.1. Kerangka Pemikiran…….. 30
2.2.2. Paradigma Penelitian…… 38
2.2.3. Perbandingan Penelitian Terdahulu…….. 39
2.3 Hipotesis……. 40

BAB III OBJEK DAN METODA PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian…… 41
3.2 Metode Penelitian……. 42
3.2.1 Desain Penelitian…….. 43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel……. 47
3.2.3 Metode Penarikan Sampel……..……. 50

3.2.3.1 Populasi…….. 50
3.2.3.2 Sampel……...…… 51
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data…… 52
3.2.4.1 Jenis Data…… 52
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data……. 53
3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis..…….. 54
3.2.5.1 Metode Analisis…..…… 54
3.2.5.1.1. Uji Validitas…… 55
3.2.5.1.2. Uji Reabilitas……. 59
3.2.5.1.3. Analisis Deskriptif/Kualitatif….. 59
3.2.5.1.4. Analisis Verifikatif/Kuantitatif… 62
3.2.5.2 Perancangan Hipotesis…… 67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian…….. 70
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan…… 70
4.1.1.1. Sejarah Singkat PT. KAI Bandung…….. 70
4.1.1.2. Struktur Organisasi…… 77
4.1.1.3. Deskripsi Jabatan…….. 78
4.1.1.4. Aspek Perusahaan…….. 96
4.1.1.5. Karakteristik Responden…… 98
4.1.1.5.1. Berdasarkan Jenis Kelamin……. 98
4.1.1.5.2. Berdasarkan Usia…… 99
4.1.1.5.3. Berdasarkan Pekerjaan…….. 99
4.1.1.5.4. Berdasarkan Penghasilan…….. 100
4.2 Hasil Pembahasan ……..…….. 100
4.2.1 Pengaruh Citra Perusahaan *(Corporate Image)* Pada PT. KAI Bandung……..... 100
4.2.1.1. *Reputation* (Reputasi*)*…….... 102
4.2.1.2. *Recognition* (Pengenalan)…… 105
4.2.1.3. *Affinity* (Ketertarikan)……. 108

4.2.1.4. *Brand Loyalty* (Kesetiaan)…… 111
4.2.2 Keputusan Pembelian Konsumen Pada
PT. KAI Bandung. ……. 113
4.2.2.1. Pengenalan Masalah…… 115
4.2.2.2. Pencarian Informasi……. 116
4.2.2.3. Evaluasi Alternatif…….. 118
4.2.2.4. Keputusan Pembelian…….. 120
4.2.2.5. Perilaku Paska Pembelian…… 121
4.2.3 Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image)
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada
PT. Kereta Api (Persero) Bandung…… 122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan…….. 131
5.2 Saran……. 132

DAFTAR PUSTAKA ……. 134
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP