

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah	6
1.2.1. Identifikasi Masalah	6
1.2.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	7
1.4.2. Kegunaan Akademis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Manajemen Pemasara.....	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Tujuan Manajemen Pemasara	8
2.1.3. Strategi Pemasaran.....	9
2.2. Ketersediaan Informasi	10
2.2.1. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Ketersediaan Informasi.....	10
2.2.2. Dimensi Ketersediaan Informasi	10
2.2.3. Indikator Ketersediaan Informasi	11
2.3. Kualitas Pelayanan	12
2.3.1. Karakteristik Pelayanan	13
2.3.2. Manfaat Kualitas Pelayanan	14
2.3.3. Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.3.4. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.4. Kepuasan Pelanggan	17
2.4.1. Faktor Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	17
2.4.2. Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	17
2.4.3. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	19
2.4.4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	20

2.4.5.	Penelitian Sebelumnya	21
2.5.	Penelitian Sebelumnya dan Konstelasi Pemikiran	34
2.5.1.	Kerangka Pemikiran	34
2.5.2.	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
3.1.	Jenis Penelitian	37
3.2.	Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	37
3.3.	Jenis dan Sumber Data Penelitian	37
3.3.1.	Jenis Data Penelitian	37
3.3.2.	Sumber Data Penelitian	37
3.4.	Operasional Variabel	38
3.5.	Metode Penarikan Sampel	40
3.6.	Metode Pengumpulan Data	41
3.7.	Uji Instrumen Penelitian	42
3.7.1.	Uji Validitas	42
3.7.2.	Uji Reabilitas	43
3.8.	Metode Pengolahan Data	43
3.8.1.	Analisis Deskriptif	43
3.8.2.	Uji Asumsi Klasik	44
3.8.3.	Metode Analisis Regresi Berganda	45
3.8.4.	Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		47
4.1.	Hasil Pengumpulan Data	47
4.1.1.	Gambaran Umum Commuter Line	47
4.2.	Uji Validitas dan Reabilitas	48
4.2.1	Uji Validitas	48
4.2.3.	Uji Reliabilitas	51
4.3.	Profil Responden	52
4.4.	Pembahasan	53
4.4.1.	Ketersediaan Informasi Pada Pengguna Kereta Commuter Line	53
4.4.2.	Kualitas Pelayanan Pada Pengguna Commuter Line	58
4.4.3	Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Commuter Line	64
4.4.4.	Uji Asumsi Klasik	70
4.4.5.	Analisis Regresi Berganda	73
4.4.6.	Uji Hipotesis	75
4.5.	Pembahasan	76
4.5.1.	Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan	76
4.5.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	76

4.5.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Pengguna Kereta Commuter Line	77
4.5.4. Pengaruh Ketersediaan Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Commuter Line	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1. Kesimpulan	79
5.2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82