

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
INDERALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMILIH JASA KMC. EXPRESS BAHARI PADA PT. SAKTI INTI
MAKMUR CABANG PANGKALPINANG**



**Diajukan Oleh:
MELINDA MILANS
01013110037**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
2005**

7
658.8107
Mil
a
2005



**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
INDERALAYA**

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM MEMILIH JASA KMC. EXPRESS BAHARI PADA PT. SAKTI INTI
MAKMUR CABANG PANGKALPINANG**



R. 13806 / 14167

**Diajukan Oleh:
MELINDA MILANS
01013110037**

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
2005**

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

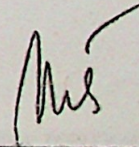
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : MELINDA MILANS
Nomor Induk Mahasiswa : 01013110037
Jurusan : MANAJEMEN
Mata Kuliah Pokok : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YNG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMILIH JASA KMC.EXPRESS BAHARI PADA
PT. SAKTI INTI MAKMUR CABANG
PANGKALPINANG

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal: 28-1- 2006

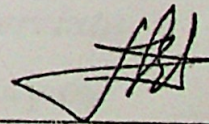
Ketua panitia :



Dr. Diah Natalisa, MBA

Tanggal: 30-1- 2006

Anggota panitia:



Drs. Dian Eka, MM

MOTTO:

" Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu "

(QS. Al Baqarah: 45)

Kupersembahkan untuk:

« Ad - dienku (Islam)

« Papa dan mamaku tercinta

« Aa' dan adekku tersayang

« Keluarga besarku yang kuhormati

« Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA KMC EXPRESS BAHARI PADA PT. SAKTI INTI MAKMUR CABANG PANGKAL PINANG".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih jasa KMC Express Bahari dan untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Adapun maksud dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini terdiri dari lima bab. **Bab I** merupakan bab pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian. **Bab II** berisikan tentang landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka konseptual penelitian, dan metode penelitian. **Bab III** berisi tentang gambaran umum perusahaan, yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan, fasilitas-fasilitas, struktur organisasi, dan pembagian tugas. **Bab IV** merupakan pembahasan dari masalah yang dihadapi oleh perusahaan dengan menggunakan persamaan regresi berganda, dan koefisien korelasi sebagai alat untuk mengukur hubungan antara variabel independen (harga, kualitas jasa, saluran distribusi, promosi, personalia, pelayanan pelanggan

(*Customer Service*), dan proses) dengan variabel independen (keputusan konsumen).

Bab V berisikan tentang kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan.

Rasa hormat dan terima kasih penulis ucapkan kepada orang-orang yang telah memberikan dukungan, saran dan doa-doanya :

1. **Bapak DR. Syamsurijal AK.** sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya beserta staf yang telah memberikan bantuan dalam urusan akademik.
2. **Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, M. M.** Sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRI beserta staf yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama studi.
3. **Bapak Drs. M. Kosasi Zen, M. Si** sebagai Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRI yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama studi hingga penyelesaian skripsi ini.
4. **Bapak Drs. H. Fuad Gafar** sebagai Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingannya selama masa perkuliahan sampai akhir masa perkuliahan.
5. **Ibu Dr. Diah Natalisa, MBA dan Bapak Drs. Dian Eka, MM** selaku pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu untuk mengarahkan penulisan skripsi ini.

6. **Staf Dosen dan Asisten serta karyawan Fakultas Ekonomi UNSRI** yang telah memberikan yang terbaik berupa pelayanan, pengarahan dan bimbingan selama di bangku kuliah sampai akhir masa perkuliahan.
7. **Bapak A. Rajab Rasyid** selaku pimpinan PT Sakti Inti Makmur Cabang Pangkal Pinang, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. **Seluruh Instruktur dan Staf Administrasi PT. Sakti Inti Makmur Cabang Pangkal Pinang** yang telah membantu memberikan data untuk penyelesaian skripsi ini.
9. **Papa (A. Zonkipli R.T) dan Mama (Rosyaniwati)**, atas doa kasih sayang dan pengorbanannya untuk membahagiakan ananda hingga detik ini (U're my Soul).
10. **Aa'ku (Emmy Yusniarti) dan Adek-adekku (Erwinsyah Putra, Alm & Yusi Aprianti)** yang telah berbagi kasih sayang selama ini (U're my Inspiration).
11. **Kakak Iparku (Syaidina, SH)** yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
12. **Bpk. Welly Nailis, MM** yang telah banyak membantu dalam pengolahan data.
13. **Sahabat-sahabatku, Amie Boomie, Fe'd Cute, Olda, Tri W,** tempatku berbagi tawa dan tangis..

14. **Sahabat2ku (Outdoor)**, Mir-One Ckg, Dwi Setiawati, ST, Abib, Aza Gtl, Teguh, Dian, Alim, Sauhani, ST, Diouf, Rachmad Diansyah Putra, SP, Andi Wiyanto, SP, Eka Oneng, dan seluruh teman-temanku yang ada di Serumpun dan Permata, terima kasih atas persahabatan yang indah yang telah kita jalani selama ini.
15. **My Old Friend**, Mimi. Makasih uda setia nemenin aku begadang. Miss U, babe
16. **Adek Tingkatku**: Nurmaidah, Uli', Era, Husna, Marini, Sha-Sha, Juni, Dani, Tomi, Omi, Joe, makasih untuk semua yang telah kalian berikan.
17. **Abang n Uyukku**, B' Jun, B'Rian, Y' Rina, Y' Ijir. Makasih atas doa dan nasehatnya, I Miss U
18. **Teman-teman serta adek-adek** yang telah membantu dalam penyebaran dan pengisian kuesioner.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi sesuatu yang berguna bagi orang lain, pihak KMC Express Bahari, dan saya sendiri. Amin Yarobbal'Alamin.

Wassalamu'Alaikum Wr. Wb.

Indralaya, Januari 2006

Penulis

(MELINDA MILANS)

DAFTAR ISI

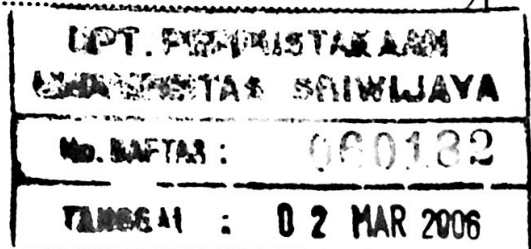
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6

BAB II. LANDASAN TEORI DAN METODE PENELITIAN

2.1 Landasan Teori	
2.1.1 Pengertian Jasa	8
2.1.2 Karakteristik Jasa	8
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	10
2.1.4 Perilaku Konsumen	11
2.1.5 Proses Pengambilan Keputusan	13
2.2 Penelitian Sebelumnya	
2.2.1 Perilaku Konsumen Dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Sophie Martin di BC Mas Ayu Amelia	21



2.2.2 Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Budidaya English Language Center, Palembang	22
2.2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Warung Internet	23
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	24
2.4 Metode Penelitian	
2.4.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
2.4.2 Desain Penelitian	26
2.4.3 Populasi dan Sampel	26
2.4.4 Variabel Penelitian	29
2.4.5 Instrumen Penelitian	33
2.4.6 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	34
2.4.7 Teknik Analisis	35

BAB III. GAMBARAN UMUM KMC EXPRESS BAHARI

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan Pelayaran PT. Sakti Inti Makmur cabang Pangkal Pinang	37
3.2 Fasilitas-Fasilitas	39
3.3 Struktur Organisasi	40
3.4 Pembagian Tugas	42

BAB IV. ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMILIH JASA KMC EXPRESS BAHARI PADA PT. SAKTI INTI MAKMUR CABANG PANGKAL PINANG

4.1 Pengkodean dan Penomoran Variabel	54
4.2 Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas	55

	Halaman
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.2 Uji Realibilitas	58
4.2.3 Uji Normalitas	59
4.3 Profil Responden	
4.3.1 Jenis Kelamin	60
4.3.2 Status	61
4.3.3 Usia Responden	62
4.3.4 Pekerjaan	63
4.3.5 Pengeluaran Perbulan	63
4.3.6 Waktu Terakhir Menggunakan KMC Express Bahari ...	64
4.3.7 Frekuensi Menggunakan Jasa KMC Express Bahari	65
4.3.8 Informasi Tentang KMC Express bahari	66
4.3.9 Kelas yang Pernah Digunakan	67
4.4 Deskripsi Variabel	
4.4.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	68
4.4.2 Keputusan Konsumen	83
4.5 Analisis Regresi	86
4.6 Pengaruh Yang Dominan Dari Variabel Independen (Faktor-faktor Penentu Keputusan) Terhadap Variabel Dependen (Keputusan Konsumen) Pada jasa KMC Express Bahari	99

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	104
5.2 Saran-saran	105

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
2.1 Model Perilaku Pembeli	14
2.2 Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	15
4.2.1 Uji Validitas	57
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.2.3 Hasil Uji Normalitas Dengan Menggunakan One-sample Kolmogorof-Smirnov Test.....	59
4.3.1 Jenis Kelamin Responden	61
4.3.2 Status	61
4.3.3 Usia Responden	62
4.3.4 Pekerjaan	63
4.3.5 Pengeluaran Perbulan	64
4.3.6 Waktu Terakhir Menggunakan Jasa KMC. Express Bahari	64
4.3.7 Frekuensi Menggunakan Jasa KMC. Express Bahari	65
4.3.8 Informasi Tentang KMC. Express Bahari	66
4.3.9 Kelas Yang Pernah Digunakan	67
4.4.1 Penilaian Responden Terhadap Faktor Harga	69
4.4.2 Penilaian Responden Terhadap Faktor Kualitas Jasa	71
4.4.3 Penilaian Responden Terhadap Faktor Saluran Distribusi	73
4.4.4 Penilaian Responden Terhadap faktor Promosi	75
4.4.5 Penilaian Responden Terhadap Faktor Personalia	77
4.4.6 Penilaian Responden Terhadap Faktor Layanan Pelanggan (Customer Service)	79
4.4.7 Penilaian Responden terhadap Faktor Proses	81
4.4.8 Penilaian Responden Terhadap Faktor Keputusan memilih Jasa KMC. Express Bahari	84
4.5.1 Korelasi Antar Variabel	86

	Halaman
4.5.2 Model Summary	87
4.5.3 Hasil Analisis Dengan Uji ANOVA	88
4.5.4 Hasil Analisis Regresi	88
4.5.5 Variabel Yang Dikeluarkan Dengan Cara/Metode Stepwise (Variables Entered/ Removed)	90
4.5.6 Model Summary Dengan Metode Stepwise	90
4.5.7 Hasil Analisis Dengan Uji ANOVA Menggunakan Metode Stepwise	92
4.5.8 Variabel Yang Dikeluarkan Dengan Metode Stepwise (Excluded Variables)	93
4.5.9 Hasil Analisis Regresi Menggunakan cara/Metode Stepwise	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	16
2. Kerangka Konseptual Penelitian	24
3. Struktur Organisasi Perusahaan Pelayaran PT. Sakti Inti Makmur Cabang Pangkal Pinang	41

DAFTAR LAMPIRAN

1. Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas
2. Frekuensi Profil Responden
3. Frekuensi Faktor-Faktor dan Keputusan
4. Analisis Regresi
5. Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi era perdagangan bebas, pemerintah lebih meningkatkan pembangunan di berbagai sektor, sektor yang menunjang pembangunan tersebut salah satunya adalah sektor perhubungan, yaitu masalah pengangkutan.

“Meningat keadaan geografis Indonesia yang berupa negara kepulauan, maka transportasi laut memegang peranan penting dalam usaha memajukan pembangunan Nasional. Tanpa adanya jasa transportasi sebagai sarana penunjang, tidak dapat diharapkan tercapainya hasil yang memuaskan dalam usaha pengembangan ekonomi suatu negara.”¹

Sebagai suatu negara yang wilayah perairannya lebih dominan dibandingkan dengan daratan, untuk itu peranan transportasi dibidang ekonomi sebagai sarana pengangkutan terlihat sebagai berikut:²

1. Pengangkutan menghubungkan pusat-pusat kegiatan produksi dan konsumsi yang berbeda lokasinya sehingga kegiatan-kegiatan ekonomi dapat berjalan lancar
2. Perbaikan dalam bidang pengangkutan akan memperluas pasar, peningkatan spesialisasi yang selanjutnya menjamin produktivitas yang lebih tinggi
3. Pengangkutan memberikan “*internal economic*” kepada unit-unit usaha yang menggunakan jasa-jasa, karena dalam perbaikan pengangkutan memungkinkan ditekannya faktor biaya, begitupun pengangkutan dapat menimbulkan “*external economic*” kepada semua sektor ekonomi lainnya

¹ Dikutip dari skripsi, Arya Kriswandaru, Aktivitas Kegiatan Keagenan pada Kapal Laut pada Perusahaan pelayaran PT. Haluan Segara Lines Palembang, 1998, Hal 4 - 5

² Muchtarudin Siregar. MA, Beberapa Masalah Ekonomi dan Manajemen Pengangkutan. LPFE – UI. Jakarta, 1980, hal 3-4

4. Pengangkutan membantu tercapainya tujuan immaterial lainnya seperti kesatuan bangsa dan politik”

Sedangkan pengangkutan itu sendiri menurut Muchtarudin Siregar³, diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ketempat tujuan. Dalam hubungan ini terlihat hal-hal berikut:⁴

- a. Adanya muatan yang diangkut
- b. Tersedianya kendaraan sebagai alat angkutan
- c. Ada jalan tempat yang dilalui alat angkutan”

Sektor transportasi kini juga dihadapkan pada tuntutan yang besar akan kecepatan, keandalan, efisiensi dan daya saing yang tinggi akibat dari canggihnya teknologi informasi dan telekomunikasi. Selain itu juga transportasi khususnya di dalam negeri dituntut untuk makin mampu berperan untuk mendukung pergerakan orang, barang dan jasa nasional, pengembangan wilayah dan sekaligus mempersempit kesenjangan pembangunan antar daerah.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka Provinsi Bangka Belitung yang merupakan salah satu daerah kepulauan, dituntut lebih mengembangkan daerahnya terutama pelabuhannya guna menunjang sarana transportasi laut dimana pelabuhan laut adalah salah satu penyumbang pendapatan asli daerah.

Pentingnya pelabuhan laut bagi suatu daerah kepulauan disebabkan karena pelabuhan merupakan sarana transportasi laut untuk membawa penumpang maupun

³ Ibid, hal 5

⁴ Drs. H. A. Abbas Salim. Manajemen Transportasi. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta, 1993 ✓

hasil bumi dan laut daerah tersebut, berarti dengan perkataan lain dapat meningkatkan perekonomian masyarakat daerah itu. Disamping itu dengan adanya sarana pelabuhan dan transportasi laut maka diharapkan dapat memperlancar arus penumpang maupun barang, selain itu juga dapat mempersatukan suatu daerah yang dibatasi oleh laut dan juga kegiatan perekonomian antar pulau dapat berlangsung dengan lancar. Sedangkan adanya transportasi laut di suatu daerah disebabkan karena kebutuhan untuk pengangkutan orang (penumpang) maupun barang-barang niaga yang dihasilkan oleh daerah tersebut untuk diperdagangkan antar pulau maupun diekspor ke luar negeri, disamping itu dapat dipergunakan untuk memasok kebutuhan bahan pokok masyarakat di daerah tersebut.

Prinsip utama dari sistem angkutan adalah bahwa barang-barang dapat diangkut dari produsen sampai pada konsumen dengan syarat-syarat sebagai berikut:⁵

- “- . Cepat
- . Tepat waktu, teratur
- . Aman
- . Ekonomis/ murah
- . Nyaman”

Sejalan dengan perkembangan daerah kepulauan Bangka khususnya Pangkal Pinang, maka kebutuhan kapal cepat sangatlah diperlukan untuk meningkatkan arus penumpang maupun barang-barang niaga yang diperjualbelikan antar daerah demi memenuhi kebutuhan sekaligus berdampak pada perekonomian rakyat. Demi kebutuhan tersebut, maka berdirilah perusahaan pelayaran di Pangkal Pinang yang

⁵ Drs.H. A. Abbas Salim, Ibid, hal

beralamat di Jalan Yos Sudarso no.128 Pangkal Pinang, yang merupakan cabang dari perusahaan pelayaran PT.SAKTI INTI MAKMUR yang berkantor pusat di Pontianak. Perusahaan ini menyediakan kapal cepat penumpang yang berlogo EXPRESS BAHARI untuk melayani penumpang Mentok–Palembang dan Pangkal Pinang–Tanjung Pandan Belitung, yang keberangkatannya dijadwalkan setiap hari.

Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, jumlah angkutan laut perlu ditambah, karena banyaknya penambahan kapal laut tersebut, maka berdirilah perusahaan pesaing. Agar tetap bertahan, pimpinan perusahaan harus lebih tanggap dalam menghadapi perusahaan pesaing. Sehubungan dengan hal itu harga tiket bukanlah satu-satunya faktor yang menentukan, terutama dalam kondisi persaingan antar produsen. Untuk itu pimpinan perusahaan harus mencari peluang-peluang dan ancaman-ancaman apa yang ada di perusahaan.

Kita dapat membedakan 5 (lima) peran yang dimainkan orang dalam keputusan pembelian:⁶

- ❖ Pencetus: seseorang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli suatu produk atau jasa
- ❖ Pemberi pengaruh: seseorang yang pandangan atau sarannya mempengaruhi keputusan
- ❖ Pengambil keputusan: seseorang yang mengambil keputusan untuk setiap komponen. Keputusan pembelian apakah, tidak membeli, dan dimana akan membeli
- ❖ Pembeli: orang yang melakukan pembelian yang sesungguhnya
- ❖ Pemakai: seseorang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa yang bersangkutan”

⁶ Kotler, Philip. Manajemen Pemasaran (Edisi Milenium). Jakarta: Prenhallindo, 2002, hal 202

Dalam hubungannya dengan proses pengambilan keputusan pembelian ini, konsumen juga perlu diidentifikasi kebutuhannya. Dalam mengidentifikasi kebutuhan tersebut perusahaan perlu mengetahui jenis-jenis kebutuhan yang ada pada setiap orang.

Permasalahan mengenai perilaku konsumen di dalam pengambilan keputusan atas pemilihan jasa Kapal Motor Cepat (KMC) Express Bahari ini, khususnya di kota Pangkal Pinang diangkat menjadi topik yang akan dibahas. Alasan konsumen memilih jasa KMC Express Bahari dibanding dengan jasa transportasi dari perusahaan pesaing, faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhinya, akan coba diketahui dengan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen tersebut. Faktor tersebut antara lain: faktor Harga (tarif), Kualitas jasa yang ditawarkan, Saluran distribusi, Promosi, Personalia, layanan pelanggan (*Customer Service*), dan Proses. Dari beberapa faktor tersebut faktor mana yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jasa KMC. Express Bahari.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka perumusan masalah yang akan dikaji dari penelitian ini yaitu, **"Diantara faktor Harga (Tarif), Kualitas Jasa, Saluran Distribusi, Promosi, Personalia, Layanan Pelanggan**

(Customer Service), dan Proses. Faktor manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa KMC Express Bahari"

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa KMC.EXpress Bahari.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat memberi mamfaat yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Adapun mamfaat penelitian ini adalah:

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perusahaan, dalam memperbaiki pelayanannya dengan mengetahui perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, pihak perusahaan dapat lebih memahami faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumen untuk membeli. Sehingga bisnis yang mereka jalani dapat lebih menguntungkan di masa depan.

- b. Dapat membantu masyarakat dalam mengetahui apa sebenarnya KMC. Express Bahari itu, apa keuntungannya menggunakan jasa KMC. Express Bahari dibandingkan menggunakan jasa lainnya. Diharapkan juga hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan untuk studi perbandingan atau referensi bagi peneliti lain dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Bethy Aprilia. (2005). **Perilaku Konsumen dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian produk Shopie Martin di BC “Masayu Amalia”**, Skripsi sarjana Ekonomi, Perpustakaan UNSRI. Inderalaya.
- Dajan, Anto. (1980). **Pengantar Statistik**, Jilid II. Jakarta: LP3ES.
- Ika Lisma Aprianti.(2003). **Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Budidaya English Language Center Palembang**. Skripsi Sarjana Ekonomi, Perpustakaan FE UNSRI, Inderalaya.
- Junita Sarlis. (2002). **Faktor- faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Warung Internet**, Skripsi Sarjana Ekonomi, Perpustakaan FE UNSRI. Inderalaya.
- Kotler, Philip. (2002). **Manajemen Pemasaran (edisi milenium)**. Jakarta : Prenhallindo.
- Kriswandaru, arya. (1998). **Aktivitas Keagenan pada kapal laut pada perusahaan pelayaran PT. Haluan Segara Lines Palembang**. Palembang.
- Rambat, Lupiyadi. (2001). **Manajemen Pemasaran Jasa; Teori dan Praktek**, Edisi I. Jakarta: Salemba Empat.
- Rangkuti, Freddy. (1997). **Riset Pemasaran**, Cetakan 1. Jakarta: P.T Gramedia Pustaka Utama.
- Salim H.A, Abas. (1993). **Manajemen Transportasi**. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, Singgih. (2000). **SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional**. Jakarta. PT. Elecmedia Komputindo.
- Santoso, Singgih., dan Tjiptono, Fandy. (2001). **Riset Pemasaran (Konsep dan Aplikasi dengan SPSS)**. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Setiadi, J. Nugroho. (2003). **Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**. Jakarta: Kencana.

- Siregar MA, Muchtarudin. (1980). **Beberapa Masalah Ekonomi dan Manajemen Pengangkutan**. Jakarta: LPFE-UI.
- Stanton, J. William. (1996). **Prinsip Pemasaran**, Edisi Ketujuh, Jilid 1. Jakarta: PT. Erlangga.
- Sumarwan, Ujang.. (2003). **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Umar, Husein. (1997). **Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran**. Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.