

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALEMBANG
DALAM PENGGUNAAN TRANSMUSI**



Skripsi oleh :

RAFLI AKBAR WIDIASMORO

01011181722036

Manajemen

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PALEMBANG

2020

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF
ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALEMBANG DALAM
PENGGUNAAN TRANSMUSI

Disusun oleh :

Nama : Rafli Akbar Widiasmoro

Nomor Induk Mahasiswa : 01011181722036

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

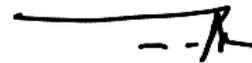
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam perbaikan proposal skripsi :

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Ketua,



Tanggal,

Drs. Achmad Widad, M.Sc.
NIP. 195512281981021002

Anggota,



Tanggal,

Welly Nailis, SE., M.M
NIP. 197407102008011011

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALEMBANG
DALAM PENGGUNAAN TRANSMUSI**

Disusun oleh :

Nama : Rafli Akbar Widiasmoro

Nomor Induk Mahasiswa : 01011181722036

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 17 Desember 2020 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 17 Desember 2020

Ketua

Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

Anggota

Welly Nailis, SE., M.M
NIP. 197407102008011011

Anggota

Drs. H. Akhmad Nazarudin, M.M
NIP. 195706131985031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen,

Isni Andriana, S.E., M.Fin., Ph.D
NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : Rafli Akbar Widiasmoro

NIM : 01011181722036

Jurusan : Manajemen

Bidanga Kajian : Pemasaran

Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :

Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palembang Dalam Penggunaan Transmisi.

Pembimbing :

Ketua : Drs. H. A. Widad, M.Sc.

Anggota : Welly Nailis, SE., M.M.

Tanggal Ujian : 17 Desember 2020

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak saya sebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaan.

Palembang, 17 Desember 2020

Pembuat Pernyataan



Rafli Akbar Widiasmoro
NIM. 01011181722036

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“JANGAN KEJAR APA YANG KAMU INGINKAN! JADILAH VERSI TERBAIK DIRIMU, MAKA HAL YANG DI INGINKAN AKAN MENGEJAR DENGAN SENDIRINYA”

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Universitas Sriwijaya
- Kedua Orang Tua tercinta yang selalu mendorong, memotivasi, membantu serta mendoakan setiap saat
- Mbak Ririz dan Dek Ridho
- Sahabat terbaik yang selalu mendukung
- Teman-teman dari Manajemen S1 Universitas Sriwijaya Angkatan 2017
- Orang – Orang Terdekat yang selalu memberikan motivasi
- Para Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian Skripsi ini yang berjudul Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palembang Dalam Penggunaan Transmusi. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.

Skripsi ini menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palembang Dalam Penggunaan Transmusi. Proses pengumpulan data pada penelitian ini dalam jangka waktu selama tiga bulan yaitu Agustus-Oktober 2020 dengan instrumen kuesioner. Data primer kemudian diolah dengan menggunakan SPSS versi 16.0.

Peneliti tentunya menyadari bahwa pembuatan skripsi ini masih ada kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu, peneliti berharap kepada semua pihak agar menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Namun peneliti tetap berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan menjadi bahan pertimbangan keputusan masyarakat kota Palembang dalam menggunakan moda transportasi Transmusi.

Pembuat Pernyataan



Rafli Akbar Widiasmoro
NIM. 01011181722036

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik dan lancar tanpa do'a, bantuan, bimbingan, pengarahan dan motivasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak terutama kepada :

1. Penulis Panjatkan rasa syukur yang tiada hentinya kepada Allah SWT, karena berkat nikmat kesehatan, kesempatan, iman dan keteguhan hati dari Nya penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
2. Kedua Orang Tua, Papa dan Mama tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan dorongan untuk selalu berkembang, memberikan bantuan baik moriil maupun materiil tanpa keluh kesah.
3. Mbak Ririz dan adek Ridho yang menjadi saksi dalam pengerjaan skripsi dengan kerja keras, selalu mendukung dan menemani.
4. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwah, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Ibu Isni Andriana, S.E., M. Fin., Ph. D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Sriwijaya.

6. Terimakasih kepada Dosen Pembimbing terbaik Bapak Drs. H. A. Widad, M.Sc. yang selalu memberikan masukan ilmu, motivasi, waktu dan masukan agar menjadi pribadi yang lebih disiplin dan teliti dalam mengerjakan tugas serta bertanggung jawab.
 7. Bapak Welly Nailis, SE., M.M. dosen pembimbing yang selalu memberikan semangat, masukan, waktu dan sabar dalam menghadapi mahasiswa.
 8. Bapak Drs. H. Akhmad Nazarudin, M.M , selaku Dosen Penguji Skripsi yang memberikan saya terus semangat dalam memperbaiki kualitas diri.
 9. Seluruh Sahabatku, yang telah menghiiasi hari-hari dan menemani selama masa perkuliahan.
 10. Teman-teman Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya angkatan 2017 yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih.
- Saya berharap skripsi ini dengan kekurangan yang meliputinya, dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Palembang, 17 Desember 2020

Penulis,



Rafli Akbar Widiasmoro
NIM. 01011181722036

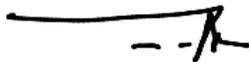
ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALEMBANG DALAM PENGGUNAAN TRANSMUSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran jasa, bauran pemasran jasa terhadap keputusan penggunaan Transmusi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probabilitas* dengan sampel 100 orang masyarakat kota Palembang. Teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan instrumen berupa kuesioner. Data primer diolah dengan menggunakan SPSS versi 16.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan masyarakat terhadap bus Transmusi di kota Palembang. Strategi bauran pemasaran jasa seperti Harga, Tempat, dan Bukti fisik secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan masyarakat terhadap bus Transmusi di kota Palembang. Sedangkan Strategi bauran pemasaran jasa Produk, Promosi, Orang, dan Proses secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan masyarakat terhadap bus Transmusi di kota Palembang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Penggunaan

Advisor I



Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

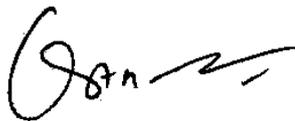
Advisor II



Welly Nailis, SE., M.M
NIP. 197407102008011011

Acknowledge by,

Head of Management Department,



Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP. 197509011999032001

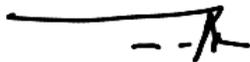
ABSTRACT

ANALYSIS OF THE EFFECT OF THE SERVICE MARKETING MIX ON THE DECISION OF THE PEOPLE OF PALEMBANG CITY IN USING TRANSMUSI

This study aims to determine how the effect of the service marketing mix, the service marketing mix on the decision to use Transmusion. The sampling method used was non-probability with a sample of 100 people from the city of Palembang. The technique of collecting data by using an instrument in the form of a questionnaire. Primary data were processed using SPSS version 16.0. The results of this study indicate that the service marketing mix simultaneously has a significant effect on community use decisions on Transmusi buses in Palembang. The service marketing mix strategy such as price, place, and physical evidence partially has a significant effect on the community's decision to use Transmusi buses in Palembang. Meanwhile, the product, promotion, people, and process service marketing mix strategy partially does not have a significant effect on community use decisions on Transmusi buses in the city of Palembang.

Keywords: Service Marketing Mix, Usage Decisions

Advisor I



Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

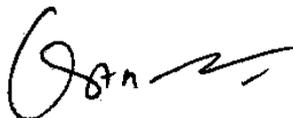
Advisor II



Welly Nailis, SE., M.M
NIP. 197407102008011011

Acknowledge by,

Head of Management Department,



Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP. 197509011999032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

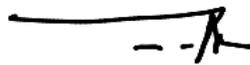
Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa skripsi dari mahasiswa :

Nama : Rafli Akbar Widiasmoro
NIM : 01011181722036
Jurusan : Manajemen
Judul : Analisis Pengaruh Baura Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palembang Dalam Penggunaan Transmusi

Telah kami periksa cara penulisan, grammar, maupun susunan tensesnya dan kami setuju untuk di tempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 17 Desember 2020
Pembimbing Skripsi

Ketua



Drs. H. A. Widad, M.Sc
NIP. 195512281981021002

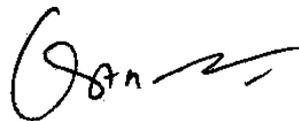
Anggota



Welly Nailis, SE., M.M
NIP. 197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen,



Isni Andriana, S.E, M.Fin, Ph.D

NIP. 197509011999032001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Rafli Akbar Widiasmoro
Jenis Kelamin : Laki laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang/ 9 Juni 2000
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Alamat Rumah : Jl. Mayor zen lorong segaran no. 82 kecamatan kalidoni, kota Palembang
Alamat Email : rafliakbr138@gmail.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD PUSRI Palembang
SLTP : SMP PUSR Palembang
SLTA : SMA Negeri 5 Palembang

Pendidikan Non Formal : -

Pengalaman Organisasi : SAPMA (Satuan Pelajar Mahasiswa) Pemuda Pancasila Kota Palembang

Penghargaan Prestasi : -

DAFTAR ISI

I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Masalah	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
II Studi Pustaka	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Strategi Pemasaran Jasa	16
2.1.2 Bauran Pemasaran jasa (Service Marketing Mix)	16
2.1.3 Pengertian Transportasi Umum	19
2.1.4 Teori Kualitas Pelayanan	20
2.1.5 Keputusan Penggunaan	21
2.1.6 Tingkat Fleksibilitas	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Konseptual	26
2.4 Hipotesis Penelitian	27
III. Metode Penelitian	29
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian	29

3.3 Jenis Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1 Sumber Data	30
3.3.1.1 Data Primer	30
3.3.1.2 Data Sekunder	30
3.3.2 Jenis Data	30
3.3.2.1 Data Kuantitatif	30
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.4.1 Wawancara	31
3.5 Populasi dan Sampel	31
3.5.1 Populasi	31
3.5.2 Sampel	31
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.6.1 Skala Pengukuran Kuisisioner	33
3.6.2 Uji Validitas	34
3.6.3 Uji Reliabilitas	35
3.7 Teknik Analisis Data	35
3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.7.3 Uji Hipotesis	36
3.7.3.1 Uji F (Simultan)	36
3.7.3.2 Uji T (Parsial)	37
3.8 Definisi Operasional Variabel Penelitian	37
IV Hasil Penelitian dan Pembahasan	43

4.1 Hasil Penelitian	43
4.1.1 Gambaran umum Profil dan Perilaku	43
4.1.2 Deskripsi Gambaran Variabel Penelitian	49
4.1.2.1 Produk	50
4.1.2.2 Harga	52
4.1.2.3 Promosi	54
4.1.2.4 Tempat	55
4.1.2.5 Orang	57
4.1.2.6 Proses	59
4.1.2.7 Bukti fisik	60
4.1.2.8 Keputusan Penggunaan	62
4.1.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	64
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas	64
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	65
4.1.4 Hasil Analisis Data	66
4.1.4.1 Uji Simultan (Uji F)	66
4.1.4.2 Uji Parsial (Uji T)	67
4.1.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	74

4.1.4.4 Koefisien Determinasi (R^2)	81
4.2 Pembahasan	82
4.2.1 Produk	82
4.2.2 Harga	83
4.2.3 Promosi	84
4.2.4 Tempat	85
4.2.5 Orang	86
4.2.6 Proses	86
4.2.7 Bukti Fisik	87
4.3 Analisis	88
4.3.1 Produk	88
4.3.2 Harga	90
4.3.3 Promosi	90
4.3.4 Tempat	92
4.3.5 Orang	92
4.3.6 Proses	93
4.3.7 Bukti Fisik	94
IV Kesimpulan dan Saran	96

5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran	96
5.3 Perbandingan dengan penelitian terdahulu	98
Daftar Pustaka	101

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seluruh negara sudah pasti terdapat pembagian wilayah yang mana pembagian wilayah ini berguna untuk mempermudah proses atau kegiatan administrasi di negara tersebut, tak terkecuali dengan Indonesia. Indonesia merupakan suatu negara kedaulatan yang terbagi atas berbagai daerah provinsi. Daerah provinsi ini kemudian dibagi lagi atas tingkat kabupaten dan kota kemudian dipecah lagi menjadi kecamatan maupun kelurahan. Salah satu subdivisi yang banyak tersebar di Indonesia ialah perkotaan. Dalam hierarki pembagian wilayah Indonesia, perkotaan berada di tingkat kedua.

Menurut **Jorge E. Hardoy**, suatu wilayah dapat disebut kota jika ukuran dan jumlah penduduk besar terhadap masa dan tempat, bersifat permanen, memiliki fungsi perkotaan minimum yaitu sebuah pasar, pusat administrasi, pusat militer, pusat keagamaan dan pusat intelektualitas, heterogenitas masyarakat, pusat pelayanan bagi lingkungan setempat (hinterland), tempat dimana masyarakat tinggal dan atau bekerja, pusat kegiatan dan interaksi ekonomi.

Kota merupakan lingkungan kehidupan perkotaan yang memiliki ciri non agraris, contohnya ibukota kabupaten, dan kecamatan yang memiliki fungsi sebagai pusat pertumbuhan (**Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia , 1980**). Sejalan dengan peraturan Menteri Dalam Negeri Republik

Indonesia, Kota adalah pusat permukiman dan kegiatan penduduk yang mempunyai batas wilayah administrasi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan serta permukiman yang telah memperlihatkan watak dan ciri kehidupan perkotaan. Sistem kota adalah sekelompok kota-kota yang saling tergantung satu sama lain secara fungsional dalam suatu wilayah dan berpengaruh terhadap wilayah sekitarnya. Sistem kota berisi tentang distribusi kota, indeks dan keutamaan kota serta fungsi kota.¹ Perkotaan menjadi wilayah yang digunakan sebagai tolak ukur kegiatan perkembangan suatu negara karena semakin lama, maka intensitas kepadatan masyarakat yang berada di perkotaan akan semakin banyak (**Pucher, 1988**).

Kebutuhan penduduk di suatu kota akan ikut meningkat akibat perkembangan jumlah penduduk. Salah satu kebutuhan penduduk di suatu kota ialah kebutuhan moda transportasi. Berdasarkan teori poros (**Babcock, 1960**) pada peranan moda transportasi dalam mempengaruhi struktur keruangan kota. Asumsinya adalah mobilitas fungsi-fungsi dan penduduk mempunyai intensitas yang sama dan topografi kota seragam. Faktor utama yang mempengaruhi mobilitas merupakan poros transportasi yang menghubungkan CBD dengan daerah bagian luarnya. Aksesibilitas memperhatikan biaya waktu dalam sistem transportasi yang ada. Sepanjang poros transportasi akan mengalami perkembangan lebih besar dibanding zona di antaranya. Zona yang tidak terlayani dengan fasilitas transportasi yang cepat. Transportasi sangat dibutuhkan karena sebagai komponen penunjang utama dalam kegiatan setiap hari, alasannya tak lain karena sistem

transportasi merupakan faktor utama dalam mempermudah kegiatan manusia dalam beraktivitas.

Perkembangan transportasi ini didasarkan pada keadaan sosial dan demografi suatu wilayah berpengaruh kepada tinggi rendahnya kinerja transportasi di suatu wilayah. Jumlah kendaraan yang terus bertambah sudah tidak dapat dihindari lagi, hal ini terjadi sebab faktor gaya hidup masyarakat yang berada perkotaan. Mereka beranggapan bahwa apabila mempunyai kendaraan pribadi akan lebih mudah dalam melakukan aktivitas, dan lebih efektif apabila digunakan untuk kegiatan sehari-hari dibanding dengan menggunakan transportasi umum.

Dampak urbanisasi disisi lain juga mengakibatkan jumlah penduduk yang bertambah secara pesat. Ditambah tingkat pendapatan masyarakat yang cepat sehingga akhirnya menjadi pemicu keinginan masyarakat untuk memiliki kendaraan pribadi. Ditambah dengan pelayanan transportasi umum yang masih rendah, sehingga terjadi ketimpangan antara minat masyarakat terhadap transportasi umum dibanding dengan transportasi pribadi.

Pertumbuhan jumlah kendaraan akhirnya tak seimbang dengan kapasitas jalan yang ada. Hal ini ditandai dengan jumlah kendaraan bermotor yang terus banyak, sementara kapasitas ukuran jalan yang tidak berubah berakibat kondisi di jalanan semakin macet. Diperparah dengan banyak muncul agen-agen yang menawarkan jasa kredit kendaraan dengan DP yang ringan walaupun dengan uang yang belum cukup, konsumen kredit tersebut sudah bisa memiliki kendaraan dengan cara menyicil.

Angkutan umum terkadang memang bukan menjadi pilihan utama bagi masyarakat di kota Palembang untuk melakukan aktivitas bepergian, tetapi pihak pemerintah harus terus konsisten dalam melakukan peningkatan secara bertahap guna memberikan pelayanan terbaik juga menumbuhkan minat masyarakat menjadi sadar terhadap manfaat apa yang telah dirasakan dari imbasnya menggunakan transportasi umum.

Masyarakat yang tinggal di suatu negara Indonesia khususnya masyarakat yang berada di kota Palembang, harus berpartisipasi dalam penggunaan fasilitas yang ada. Suatu layanan Bus Rapid Transit (BRT) bernama bus Transmusi pun telah disediakan oleh pemerintah kota Palembang. Bus Transmusi ini dapat dikatakan mempunyai kualitas, seharusnya hal tersebut sudah dapat meningkatkan minat masyarakat dalam mendorong untuk menggunakan Transmusi dan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi. Akibatnya dapat membuat volume kendaraan di jalan raya akan berkurang, hal tersebut juga mendorong terciptanya arus lalu lintas lancar dan pemanfaatan transportasi bus yang disediakan menjadi lebih terealisasi dan tidak sia-sia.

Adapun penulis memperoleh data BRT Transmusi dari website resmi PT. Sarana Pembangunan Palembang Jaya (SP2J), yang merupakan total jumlah unit bus pada saat pertama kali Transmusi Launching.

Tabel 1.1

Data Jumlah Unit Bus Transmusi Saat Launching

No.	Komponen	Satuan	Total	Keterangan
1	Jumlah Bus Operasi	Unit	120	
2	Launching			
	Launching I	Unit	20	22 Februari 2010
		Unit	5	01 Mei 2010
	Launching II	Unit	60	23 Februari 2011
	Grand Launching	Unit	35	21 Mei 2012

Sumber: sp2j.co.id

Dan penulis memperoleh data total jumlah Bus Rapid Transit (BRT) yang sekarang

Tabel 1.2

Data Jumlah Unit Bus Transmusi Tahun 2020

No.	Tahun	Jumlah Transmusi	Transmusi beroperasi	Transmusi Diperbaiki	Transmusi rusak berat
1.	2020	240 armada	115 armada	45 armada	80 armada

Sumber : Sripoku.com,Palembang Rabu (8/1/2020)

Berkaitan dengan penjelasan data yang dilampirkan pada tabel 1.1 dan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat perbandingan antara tahun 2010-2012 pada saat pertama kali launching dan tahun 2020, jumlah BRT Transmusi yang beroperasi mengalami penurunan. Mengalami penurunan sebanyak 5 unit dalam jangka waktu 10 tahun tetapi jumlah unit bus yang ada mengalami peningkatan, hal tersebut menandakan banyaknya unit bus Transmusi yang

mengalami kerusakan atau tidak beroperasi. Maka dari itu pihak SP2J dan Pemerintah harus serius dalam menangani masalah ini guna kembali memanfaatkan unit bus Transmusi yang rusak agar dapat kembali beroperasi lagi. Sehingga dapat menjadi salah satu pendorong minat masyarakat dalam menggunakan Transmusi, dikarenakan adanya *Trust* atau kepercayaan dan keyakinan dari masyarakat akibat produk yang dikelola secara baik dari pihak pengelola.

Adanya keputusan Menteri Perhubungan (Menhub) Budi Karya Sumadi meluncurkan sistem integrasi transportasi LRT, di Palembang Sumatera Selatan. Dengan integrasi, para penumpang bisa melanjutkan perjalanan dengan angkutan umum Transmusi tanpa perlu membeli tiket lagi. Hal ini dilakukan demi tetap memajukan transmusi sebagai transportasi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat kota Palembang untuk berpergian ketempat tujuannya. Sumber: Liputan6.com, Palembang

Dari Jakabaring, LRT sudah terintegrasi dengan bus Transmusi sehingga penumpang yang akan melanjutkan perjalanan tidak perlu membeli tiket lagi. Untuk tahap awal, yang mendapat fasilitas adalah rute menuju ke Kampus UNSRI Indralaya, Kabupaten Ogan Ilir.

Dengan sistem terintegrasi diharapkan bisa mendorong warga untuk menggunakan LRT sebagai alat transportasi utama sehari-hari. Apalagi, sejak usainya Asian Games, LRT Palembang terus menjadi sorotan akibat sepi penumpang terutama pada hari kerja.

Hal ini tentu berpengaruh terhadap performa dan kinerja Transmusi sebagai transportasi umum pilihan masyarakat. Dikarenakan sistem integrasi yang membuat

masyarakat kota Palembang menjadi tertarik untuk memanfaatkan fasilitas transmisi, mengingat banyaknya minat masyarakat yang ingin mencoba LRT dan seterusnya diberikan fasilitas gratis untuk masyarakat yang ingin melanjutkan rute tujuannya dengan transmisi.

Selain keputusan Menhub, PT Kereta Api Indonesia (Persero) juga resmi mengintegrasikan moda LRT, Trans Musi, dan DAMRI di Stasiun LRT DJKA Palembang. PT KAI menyebut integrasi dilakukan sebagai upaya memberikan kemudahan, peningkatan pelayanan, dan okupansi transportasi umum yang berada di kota Palembang agar dapat dimanfaatkan. Sumber: News.detik.com (Senin,25/02/2019)

Integrasi tersebut merupakan buah sinergi yang dilakukan antara PT KAI, khususnya Divisi Regional III Palembang, dengan Balai Pengelola Kereta Api Ringan Sumatera Selatan, Perum DAMRI sarana pembangunan Palembang Jaya (SP2J), dan dinas perhubungan Sumatera Selatan.

Integrasi ini merupakan salah satu upaya peningkatan pelayanan dengan memberikan kemudahan bertransportasi kepada masyarakat. Harapannya, masyarakat akan mulai beralih menggunakan transportasi massal yang telah disediakan oleh pemerintah kota Palembang yang didukung oleh pihak lainnya.

Adapun strategi bisnis lainnya yang dilakukan oleh pihak pemerintah kota Palembang dan Transmisi adalah dengan memberikan total 45 unit bus bantuan dari Kementerian Perhubungan beroperasi di Kota Palembang, Sumatera Selatan, yang bernama teman bus. Bus tersebut beroperasi sesuai standar agar dapat mencegah penyebaran COVID-19. Sumber: detik.news.com (Selasa,02/01/2020)

Teman bus beroperasi dalam kota sebagai angkutan massal. Bahkan bus sudah dilengkapi fasilitas pendukung agar dapat menunjang mobilitas masyarakat di tengah

pandemi COVID-19. "Bus ini beroperasi dengan standar-standar COVID-19. Seharusnya bus 40 penumpang, tetapi saat ini hanya isi 20 penumpang dan dilengkapi teknologi canggih.

Adapun teknologi yang ada dalam bus itu, salah satunya deteksi asap rokok, deteksi saat sopir mengantuk sampai kontrol laju kendaraan. Termasuk aplikasi yang dapat melaporkan keberadaan bus secara real time.

Teman Bus yang bekerjasama dengan PT Transmusi Palembang Jaya. Ini juga telah terintegrasi dengan angkutan lain, seperti LRT dan sebagainya yang diharapkan terus dapat memajukan perkembangan transportasi massal di kota Palembang dengan cara saling mendukung satu dengan yang lain

Fenomena di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk membantu dan melihat peluang terciptanya keputusan masyarakat dalam menggunakan Transmusi dengan cara menganalisis faktor faktor bauran pemasaran. Menurut **(Kotler,2000)** Bauran pemasaran adalah "Campuran dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dipergunakan oleh suatu perusahaan untuk mengejar tingkat penjualan yang diinginkan dalam pasar sasaran." Pendapat ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pemasaran dapat dikendalikan oleh perusahaan sehingga perusahaan dapat bertindak menyelaraskan setiap variabel-variabel tersebut kedalam penerapan upaya mencapai tingkat penjualan yang diinginkan. Adapun variabel variabel pemasaran mencakup *Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence*

Dari variabel bauran di atas dapat dilihat bahwa variabel tersebut lah yang dapat mendorong dalam menentukan keputusan penggunaan masyarakat. Dengan

memperhatikan aspek aspek bauran pemasaran, perusahaan dapat lebih jelas lagi menentukan sasaran pasar. Selain itu juga dengan adanya bauran pemasaran dapat mengalokasikan sumber daya yang bijaksana. Sehingga konsep ini dapat menyederhanakan dan menyatukan berbagai kegiatan pemasaran menjadi satu, sehingga pemasaran lebih mudah dikelola.

Guna terciptanya tingkat penjualan yang di inginkan oleh pihak produsen terhadap keputusan konsumennya, harus diberlakukan strategi yang tepat dengan cara memilih variabel bauran pemasaran yang paling efektif. Hal tersebut harus selaras dengan apa yang terjadi di lapangan agar pihak konsumen / masyarakat dapat benar benar merasakan manfaat dari produk jasa yang diberikan dari Transmusi ini.

Dilihat dari segi Produk, Transmusi merupakan sistem layanan transportasi berjenis Bus Rapid Transit di kota Palembang yang artinya dikelola langsung oleh pengawasan Pemerintah kota Palembang. Adapun produk yang ditawarkan seperti bus yang digunakan merupakan bus yang telah melalui uji KIR sebagai standar kendaraan yang akan ber operasional guna untuk meminimalisir terjadinya hal yang tidak diinginkan seperti kerusakan pada unit bus. Selain itu juga dari segi rute pada Transmusi ini, memiliki jumlah rute yang beragam sehingga konsumen menjadi mudah dalam menentukan tujuan mereka sebagaimana daerah yang dituju dapat dijangkau dengan mudah dikarenakan rute yang bervariasi.

Adapun penerapan dari segi harga Transmusi ini dikatakan masih dapat diterima dikarenakan tarif untuk pelajar dan mahasiswa dikenakan biaya sebesar Rp. 5000 sedangkan untuk tarif tiket terusan umum dikenakan biaya Rp. 7000. Tarif harga yang diberikan masih dapat diterima bagi kalangan masyarakat perkotaan yang memiliki intensitas kegiatan aktivitas yang tinggi, maka dari itu dengan harga Rp. 5000 untuk

pelajar dan mahasiswa dan Rp. 7000 untuk terusan umum masih dapat dikatakan layak. Disesuaikan dengan produk yang ditawarkan, tarif Rp. 5000 – Rp. 7000 sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. dibandingkan dengan angkutan umum lain nya seperti bus kota yang dulu beroperasi, dari segi kualitas Bus Rapid Transit yang dinamakan Transmusi ini terbilang lebih baik dari segi kenyamanan dan keamanan nya. Maka dari itu untuk tarif yang telah ditetapkan sekarang masih dapat diterima oleh masyarakat kota Palembang.

Setelah melihat dari segi produk dan tarif harga yang diberikan, penerapan kegiatan promosi juga harus diterapkan guna untuk meningkatkan jumlah penjualan Transmusi ini. Masyarakat yang belum paham, juga terkadang masih ragu untuk menaiki Transmusi ini seringkali disebabkan karena kurangnya pengetahuan mereka terkait dengan rute yang ditawarkan oleh Transmusi. Maka dari itu bentuk promosi yang paling tepat menurut saya adalah dengan cara melakukan ajakan terlebih dahulu kepada masyarakat, seperti contoh cat di bus Transmusi ini yang bertuliskan “Ayo Naik Bus”. Setelah melakukan ajakan, promosi yang baik dilakukan dengan cara memberikan edukasi terhadap masyarakat, agar mereka menjadi paham terkhusus nya terkait masalah rute yang sering membuat masyarakat menjadi bingung akan tujuannya.

Melihat lokasi perusahaan Transmusi ini, dapat dilihat bahwa lokasi usaha Transmusi berupa halte tempat konsumen yang akan menggunakan pelayanan ini menunggu bus yang akan datang menjemput. Dilihat dari strategis nya tempat, dikatakan Transmusi ini memiliki tempat yang strategis dikarenakan halte yang memiliki banyak koridor dan mempunyai jangkauan yang luas. Sehingga lokasi

halte Transmusi ini dikatakan dapat menunjang efektifitas suatu kegiatan bisnis Transmusi ini karena berada di titik yang tepat dan mudah dijangkau untuk masyarakat.

Selanjutnya, penulis melihat dari segi *People* yang artinya orang / sumber daya manusia yang terlibat dalam kegiatan pelayanan Transmusi ini. Perusahaan yang menawarkan jasa harus benar benar memperhatikan segi sumber daya manusia guna memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat / konsumen. Maka dari itu Transmusi memiliki satu Supir dan satu karyawan pendamping biasanya untuk satu bus, masing masing baik supir maupun pendamping memiliki standar yang telah melewati pelatihan khusus dan juga telah tersertifikasi. Maka dari itu Transmusi juga memberikan pelayanan yang sesuai standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan mulai dari cara berkendara sampai kode etik.

Variabel proses berpengaruh besar terhadap kualitas layanan yang diberikan terhadap seluruh kegiatan perusahaan jasa. Dalam penerapan proses terhadap Bus Rapid Transit Transmusi adalah seluruh rangkaian kegiatan yang dilakukan dari mulai konsumen menunggu sampai konsumen turun sampai tujuan. Pada kegiatan proses, karyawan lah yang memiliki peran penting dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen yang sedang menggunakan Transmusi ini. Melayani konsumen dari mengarahkan tempat duduk, pembayaran tiket, mengemudi yang tidak membahayakan, serta menanyakan rute tujuan sampai konsumen tersebut akhirnya turun di tempat tujuannya.

Yang terakhir yaitu Bukti Fisik Perusahaan, bagian bukti fisik Transmusi adalah segala bentuk yang dilihat dan dirasakan wujud nya, terkait *packaging* yang akan disajikan kepada masyarakat mengenai Transmusi. Dapat memberikan persepsi tertentu sehingga menghasilkan keputusan menggunakan atau tidak nya masyarakat dalam menggunakan Transmusi. Pertama membahas dari bukti fisik Halte Transmusi, Halte yang dilengkapi dengan tempat duduk, dan juga atap seperti ruangan merupakan bukti fisik yang dilihat oleh masyarakat bagi mereka yang menggunakan Halte tersebut disaat menunggu bus Transmusi datang. Selain Halte bukti fisik lainnya dapat dilihat dari kondisi bus tersebut, dari tampilan luar yang dapat dilihat dengan memperhatikan cat bus, dan bagian dalam dengan melihat fasilitas tempat duduk yang layak atau tidak. Menurut **(Kotler dan amstrong, 2012)** Proses ini adalah salah satu elemen inti yang ada di 9 core elemens of marketing, maka elemen ini di tarik masuk menjadi salah satu bagian dalam marketing mix karena berkaitan dengan tampilan sebuah produk / jasa yang ditawarkan. Berarti akan dilihat pertama kali oleh konsumen saat barang atau jasa tersebut disajikan sehingga menimbulkan keputusan konsumen dalam menggunakan barang atau jasa tersebut.

Dalam kaitannya antara faktor Bauran Pemasaran dan fenomena Transmusi yang telah dijelaskan di atas, dalam kesempatan ini penulis menilai bahwa faktor faktor yang dapat diteliti terkait dengan seberapa efektif faktor *Product, Price, Promotion, Place, People, Process dan Physical Evidence* menjadi faktor yang dapat meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan Transmusi. Berdasarkan latar belakang dan penjelasan di atas,

dalam kesempatan kali ini penelitian dilakukan dengan judul: “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Penggunaan Transmusi”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah pada penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan pernyataan sebagai berikut:

1. Apakah bauran pemasaran jasa PT. SP2J berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
2. Apakah Strategi produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
3. Apakah Strategi harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
4. Apakah Strategi promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
5. Apakah Strategi tempat berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
6. Apakah Strategi orang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?

7. Apakah Strategi proses berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
8. Apakah Strategi bukti fisik berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?
9. Variabel bauran pemasaran jasa PT. SP2J manakah yang dominan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara “bagaimana agar dapat meningkatkan keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan Transmusi, dan terus meningkatkan kegiatan menggunakan transportasi umum (Transmusi) sebagai layanan publik secara efektif. Adapun peneliti membagi menjadi 2 tujuan antara lain:

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi.
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh bauran pemasaran berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi.
- c. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan jasa Transmusi.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat teoritis:

1. Manfaat penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu terhadap seluruh elemen yang ikut serta dalam penggunaan Transmusi
2. Manfaat penelitian ini secara umum untuk dapat berkontribusi terhadap berkembangnya pemanfaatan Transmusi.

1.4.2 Manfaat praktis:

1. Manfaat bagi pemerintah: penelitian ini dapat menjadi masukan kepada pemerintah dan juga sebagai bahan evaluasi pemerintahan kota Palembang untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang akan menggunakan Transmusi

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, F., Zainul, A., dan Edy, Y. (2017). Pengaruh Service Marketing Mix (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Kepada Keputusan Pembelian (Survei Kepada Pengguna Armada Bus Pariwisata PO. Anto Wijaya Tour Ponorogo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44(1), 47–53.
- Adrian, Payne, (2000), Pemasaran Jasa, The Essence of Service Maerketing, Andi Yogyakarta.
- Aminah, S. (2009). Transportasi Publik Dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan. *Q-Journal*, Vol 20(1), 1–13. Retrieved from [http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Transportasi Publik dan Aksesibilitas.pdf](http://journal.unair.ac.id/filerPDF/Transportasi%20Publik%20dan%20Aksesibilitas.pdf)
- Anwar, Sanusi. (2013). Metodologi Penelitian Bisnis. Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Anwar, Sanusi. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat
- Dermawan Wibisono. 2006. Manajemen Kinerja, Konsep, Desain, dan Teknik Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Jakarta. Erlangga.
- Fandy Tjiptono, 1996, Manajemen Jasa, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Golob, T. F., Canty, E. T., Gustafson, R. L., & Vitt, J. E. (1972). An analysis of consumer preferences for a public transportation system. *Transportation Research*, 6(1), 81–102. [https://doi.org/10.1016/0041-1647\(72\)90113-X](https://doi.org/10.1016/0041-1647(72)90113-X)
- Ghozali, Imam (2002). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hotniar Siringoringo. (2015). Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen*, (100), 125–137.
- Hovell, P. J., & Jones, W. H. (1975). Some Organisational Problems Facing

Urban Passenger Transport Marketing. *European Journal of Marketing*, 9(2), 117–128. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000005061>

Ibad, S., Arifin, R., & Priyono, A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (Product, Price, Place, Promotion, Process, people, and Physical Evidence) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Ilmu & Riset MANajemer*, 6(10), 167–179. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/867/861>

Kotler, Philip (2000). Prinsip – Prinsip Bauran Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.

Kotler, Amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga : Jakarta.

Kotler dan Keller, 2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1, PT.Indeks, Jakarta.

Lovelock, C, dan John Wirtz, 2011. “Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7”. Jakarta : Erlangga.

Lemeshow, Stanley., 1997, Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan, Gadjah Mada University, Yogyakarta.

Lupiyoadi (2001) Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek, Salemba Empat, Jakarta.

Lupiyoadi dan Hamdani, 2006. Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua. Penerbit Salemba Empat: Jakarta.

Le, T. P. L., & Trinh, T. A. (2016). Encouraging public transport use to reduce traffic congestion and air pollutant: A case study of Ho Chi Minh City, Vietnam. *Procedia Engineering*, 142, 235–242. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.02.037>

- Leksono, R. B., & Herwin, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Promosi Grab Terhadap Brand Image Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Pengguna Transportasi Berbasis Online. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 381–390.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i3.72>
- Pucher, J. (1988). Urban travel behavior as the outcome of public policy: The example of modal-split in Western Europe and North America. *Journal of the American Planning Association*, 54(4), 509–520.
<https://doi.org/10.1080/01944368808976677>
- Putu, N., & Wulandari, D. (n.d.). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSITAS (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Udayana), 555–563.
- Rasyid, R. B. F. Al. (2015a). Kualitas Pelayanan transportasi Publik (Studi Deskriptif tentang Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Umum Perum Damri Unit Angkutan Bus Khusus Gresik-Bandara Juanda). *Ilmu Administrasi Negara*.
- Rasyid, R. B. F. Al. (2015b). Kualitas Pelayanan transportasi Publik (Studi Deskriptif tentang Kualitas Pelayanan Jasa Angkutan Umum Perum Damri Unit Angkutan Bus Khusus Gresik-Bandara Juanda). *Ilmu Administrasi Negara*, 3(2), 97–105.
- Rohani, M. M., Wijeyesekera, D. C., & Karim, A. T. A. (2013). Bus operation, quality service and the role of bus provider and driver. *Procedia Engineering*, 53, 167–178. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2013.02.022>
- Rosa, A., Widad, A., & Eka, D. (2017). Faktor-Faktor yang Membedakan Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Dalam Kota (Studi Kasus Angkutan Umum Konvensional dan Berbasis Online). *Jurnal Manajemen Bisnis Sriwijaya*, 15(3).
- Rumayar, A. L. E., & Sendow, T. K. (2016). MANADO (Studi Kasus : Paal Dua

– Politeknik), 4(6), 367–373.

Selang, C. A. (2013). Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. *Jurnal EMBA*, 71(3), 71–80.

Stanton, Wiliam J. 1998. Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1 . Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian*. Alfabeta.

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*.

Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*. Alfabeta.

Supranto. (2003). *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran (Revisi Ket)*. Rineka Cipta.

Fandy Tjiptono, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Ulus, A. (2013). Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Pada Pt. Astra Internasional Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 1134–1144.

Wangko, M. C. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada Pt Astra Internasional – Izuzu Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 541–549.

Dermawan Wibisono, Ph.D,2006, Manajemen Kinerja, Erlangga

Yulianto, E. (2011). PEMBELIAN.

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner dan Dwayned D. Gremler. (2006). Services Marketing. Integrating Customer Focus Across the Firm. 4th edition. International Edition. Singapore: McGraw-Hill.