MEN

ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN ANGKUTAN PT KERETA API (PERSERO) DIVISI REGIONAL (DIVRE) III SUMATERA SELATAN KELAS EKSEKUTIF

Skripsi Oleh:

ETRIN KARINA

NIM. 01053110050

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
2009

1/1

S
380.107
Kar
a
c-090252
2009

R. 1 01020/1 0625

ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN ANGKUTAN PT KERETA API (PERSERO) DIVISI REGIONAL (DIVRE) III SUMATERA SELATAN KELAS EKSEKUTIF

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
UPT PERPUSTAKAAN

R. 19087
19531

Skripsi Oleh:

ETRIN KARINA

NIM. 01053110050

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
2009

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: ETRIN KARINA
NIM	: 01053110050
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN ANGKUTAN PT KERETA API (PERSERO) DIVISI REGIONAL (DIVRE) III SUMATERA SELATAN KELAS EKSEKUTIF

PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN		DOSEN PEMBIMBING
Tanggal 13 Januari 2009	Ketua :	Dr. Zakaria Wahab, M.B.A NIP. 131413969
Tanggal 15 Januari 2009	Anggota :	Drs. H. Dian Eka, M.M NIP. 131885906

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA	: ETRIN KARINA
NIM	: 01053110050
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN ANGKUTAN PT KERETA API (PERSERO) DIVISI REGIONAL (DIVRE) III SUMATERA SELATAN KELAS EKSEKUTIF

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 9 Februari 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Inderalaya, 9 Februari 2009

Ketua,	Anggota,	Anggota,
Dr. Zakaria Wahab, M.B.A	Drs. H. Dian Eka, MM	Drs. Islahuddin Daud, MM
NIP. 131885906	NIP. 131413969	NIP.131412524

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP.131474902

Motto:

Mimpi adalah kunci untuk kita menaklukkan dunia
Berlarilah tanpa lelah sampai engkau meraihnya
(Laskar Pelangi_Nidji)

Jangan tunggu sampai reda karena badai pasti berlalu
Melangkahlah dari satu sisi menuju tujuan yang pasti
Merangkaklah jika kau tak lagi mampu berdiri
Kelak kan kau temui arti dari sebuah kehidupan
(Bintang Jatuh)

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- *Kedua Orangtuaku Tercinta*
- *Saudara-saudaraku Tersayang*
- *Hidupku dan Masa Depanku*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas izinNya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan kelas Eksekutif.** Penulisan skripsi ini dibagi dalam enam bab, terdiri dari Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Metode Penelitian, Bab VI Gambaran Umum Perusahaan, Bab V Analisa dan Pembahasan, dan Bab VI Kesimpulan dan Saran.

Data utama yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner di dalam ruangan Kereta Api Eksekutif dengan tujuan Tanjung Karang (Lampung). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun elemen bauran pemasaran yang paling dominan adalah variabel proses. Dalam hal ini, Variabel proses terdiri dari pelayanan yang diberikan cepat dan tepat, pemberian informasi yang jelas dan mudah dimengerti, ketepatan berangkat dan waktu tiba. Hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam variabel proses adalah pelayanan yang diberikan cepat dan tepat.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan masukan bagi PT. Kereta Api (Persero) Divisi Regional III Sumatera Selatan serta dapat menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi dasar dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Penulis,

Etrin Karina

UCAPAN TERIMA KASIH

Skripsi ini sesungguhnya masih jauh dari sempurna, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan serta dorongan semangat dari berbagai pihak niscaya skripsi ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Bapak Ir. Rasiwan dan Ibu Yuliantini, terima kasih atas setiap cinta, kasih sayang dan untaian do'a yang tak pernah putus hingga hari ini.
2. Prof. Dr. Badia Perizade, M.B.A selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Dr. Syamsurijal, AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Drs. Yuliansyah M. Diah selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Drs. M. Kosasih Zen, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Dr. Zakaria Wahab, M.B.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih waktu yang diberikan dan bimbingannya.
7. Drs. H. Dian Eka, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi II dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih waktu yang diberikan dan bimbingannya.
8. Drs. Islahuddin Daud, M.M selaku Dosen Penguji Komprehensif.
9. Dra. Hj Rusmiyati Sofyan selaku Dosen Pembimbing Akademik.

10. Semua Bapak/Ibu Dosen, terima kasih atas pendidikan dan pengajaran yang telah diberikan selama masa perkuliahan yang kelak menjadi pegangan untuk masa depan.
11. Mbak Ninil, Kak Eka, Kak Okta, Kak Udin, Kak Hendri, Pak Tutur dan seluruh Staf Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, Terima kasih atas bantuannya selama proses perkuliahan maupun dalam penyusunan skripsi ini yang mungkin dapat terbalaskan hingga ujung waktu.
12. Pimpinan Kantor PT. Kereta Api (Persero) Divisi Regional III Sumatera Selatan, Kepala Stasiun Besar Kertapati, dan seluruh staf serta karyawan PT. Kereta Api (Persero) Divisi Regional III Sumatera Selatan. Terima kasih atas bantuan data dan izin penyebaran kuesioner yang diberikan.
13. Bapak Heriyanto Tarmizi, S.Sos dan Ibu Ria Herawati, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.
14. Ketiga Saudaraku: Nani Indarty, S.IP, terima kasih tak terhingga atas banyak bantuan selama penulisan skripsi ini, Ani Indriany dan M. Fikri Muharram.
15. Robert Zeli, Terima kasih atas motivasi dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini.
16. Sahabat-sahabatku, Pri Harum Belawati, Ellen Rosniari Sinambela, Lisa Selpiyani, Henny Aryani, Iyut Mulyanti dan Aprinalia, terima kasih telah berbagi tawa, derita maupun air mata dalam melewati hari bersama. Tanpa kalian mungkin hariku takkan bermakna dan tak berarah. Dian Meylia, Gita Mustika Asmarani, Rizki Early Oktari, Lia Magdalena dan Deasy Lia, terima

kasih telah menjadi tempat penghilang lara dan gundah serta telah mengubah duka dan air mata menjadi ceria dan tawa.

17. Teman seperjuanganku, Pri Harum Belawati dan Hela Pramita Mutiq, terima kasih telah berjuang bersama meski lelah, marah dan pasrah kadang menyapa. Namun keajaiban itu memang ada dan kebahagiaan itu tak hanya dalam angan.
18. Kak Jaka dan Kak Iyus, terima kasih atas masukan, pengarahan, pengalaman yang telah dibagi bersama dan skripsi-skripsinya yang sangat membantu.
19. M. Andri Fajwim, terima kasih untuk master SPSSnya, sungguh sangat-sangat membantu. Chely', Meylu, Wisnu, Erni, Yuli, Meylina, Wenny A, Wenny P, Nelly, Bella, Hendri WK (AK '05) dan semua teman-teman manajemen angkatan 2005, terima kasih telah menjadi bagian dari hari yang pernah terlewati dalam bingkai kehidupanku. Meski hari-hari itu takkan kembali namun yakinlah semua itu akan menjadi kisah klasik untuk masa depan.
20. Serta semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam bentuk moril, materiil, motivasi maupun do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT merahmati dan membalas budi baik Anda semua. Amin.

Palembang, Februari 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii
HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
UCAPAN TERIMA KASIH vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ABSTRAKSI xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 6
1.3 Tujuan Penelitian 6
1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran 8
2.1.2 Pengertian Jasa 8
2.1.3 Karakteristik Jasa 9
2.1.4 Bauran Pemasaran Jasa 10
2.15 Keputusan Pembelian 13
2.2 Penelitian Terdahulu 18
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian 19

BAB III METODE PENELITIAN 22
3.1 Ruang Lingkup Penelitian 22

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
NO. INV : 090252
TANGGAL : 23 FEB 2009

3.2 Rancangan Penelitian 22
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel 23
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian 25
3.4.1 Pengukuran Variabel Penelitian 26
3.5 Metode Pengumpulan Data 27
3.6 Instrumen Penelitian 27
3.7 Jenis Data dan Sumber Data 28
3.8 Teknik Analisis Data 29

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 30
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan 30
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan 36
4.3 Pembagian Tugas 38
4.4 Kebijakan Bauran Pemasaran 42
4.4.1 Produk *(product)* 42
4.4.2 Harga *(price)* 45
4.4.3 Saluran Distribusi *(place)* 46
4.4.4 Sumber Daya Manusia *(people)* 47
4.4.5 Proses *(process)* 47
4.4.6 Pelayanan Penumpang *(customen service)* 47

BAB V ANALISA DAN PEMBAHASAN 49
5.1 Uji Instrumen 49
5.1.1 Uji Validitas 49
5.1.2 Uji Reabilitas 51
5.2 Analisa Frekuensi 52
5.2.1 Profil Responden 52
5.2.2 Perilaku Responden 54
5.2.3 Variabel Utama 58
5.3 Analisa Deskripsi 71
5.4 Analisa Tabulasi Silang (Cross Tabulation) 73
5.5 Analisa Regresi Linier Berganda 79

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN 84
6.1 Kesimpulan 84
6.2 Saran 85

DAFTAR PUSTAKA 87
LAMPIRAN 89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perusahaan Angkutan Milik Pemerintah	3
Tabel 1.2	Jumlah Penumpang KA. Tahun 2004-Oktober 2008	4
Tabel 1.3	Jadwal Perjalanan KA. Sriwijaya	43
Tabel 4.2	Jadwal Perjalanan KA. Fajar	43
Tabel 4.3	Jadwal Perjalanan KA. Rajabasa	44
Tabel 4.4	Daftar Tarif Angkutan Penumpang	45
Tabel 5.1	Hasil Uji Validitas	50
Tabel 5.2	Hasil Uji Reabilitas	51
Tabel 5.3	Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 5.4	Usia	53
Tabel 5.5	Profesi	54
Tabel 5.6	Pengeluaran per Bulan	55
Tabel 5.7	Berapa Kali Menggunakan	56
Tabel 5.8	Pihak yang Mempengaruhi	57
Tabel 5.9	Kebersihan Ruangan Kereta	58
Tabel 5.10	Kerapian Ruangan Kereta	59
Tabel 5.11	Kenyamanan Kereta	59
Tabel 5.12	Penataan Letak Ruangan Kereta	60
Tabel 5.13	AC	60
Tabel 5.14	Toilet	61
Tabel 5.15	Kesesuaian Harga Tiket dengan Kualitas	61
Tabel 5.16	Kestabilan Harga Tiket	62
Tabel 5.17	Kemudahan dalam Memperoleh Tiket	63
Tabel 5.18	Kenyamanan dalam Pembelian Tiket	63
Tabel 5.19	Agen Penjualan Tiket	64
Tabel 5.20	Penampilan Karyawan/ti	64
Tabel 5.21	Keramahan Karyawan/ti	65
Tabel 5.22	Keterampilan Karyawan/ti	65
Tabel 2.23	Pelayanan yang diberikan Cepat dan Tepat	66
Tabel 5.24	Pemberian Informasi yang Jelas	67

Tabel 5.25 Ketepatan Keberangkatan dan Waktu Tiba 67
Tabel 5.26 Tanggapan Karyawan/ti 68
Tabel 5.27 Pelayanan yang Sama 68
Tabel 5.28 Jaminan Keamanan 69
Tabel 5.29 Pertimbangan Menggunakan 70
Tabel 5.30 Keputusan Pembelian 71
Tabel 5.31 Deskripsi 72
Tabel 5.32 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Pengeluaran per bulan 73
Tabel 5.33 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Berapa Kali Menggunakan 74
Tabel 5.34 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Pihak yang Mempengaruhi 74
Tabel 5.35 Tabulasi Silang Usia dengan Pengeluaran per bulan 75
Tabel 5.35 Tabulasi Silang Usia dengan Berapa Kali Menggunakan 76
Tabel 5.37 Tabulasi Silang Usia dengan Pihak yang Mempengaruhi 77
Tabel 5.38 Tabulasi Silang Profesi dengan Pengeluaran per bulan 77
Tabel 5.39 Tabulasi Silang Profesi dengan Berapa Kali Menggunakan .. 78
Tabel 5.40 Tabulasi Silang Profesi dengan Pihak yang Mempengaruhi .. 78
Tabel 5.41 Model Summary 79
Tabel 5.42 Hasil Uji F (F Test) Anova 80
Tabel 5.43 Koefisien Regresi Linier Berganda 81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Proses Keputusan Membeli 14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian 21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan 37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Peta Lintas Kereta Api Divre III Sumsel 89
Lampiran 2 Kuesioner 90
Lampiran 3 *Output SPSS* 93

Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan kelas Eksekutif

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan Kelas Eksekutif terhadap keputusan pembelian konsumen dan 2) ntuk mengetahui elemen bauran pemasaran mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut.

Hasil menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran ternyata berpengaruh kecil dalam pengambilan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan kelas Eksekutif, yakni besarnya hanya sebesar 17,2%. Elemen bauran pemasaran yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut adalah variabel proses. Yakni dengan nilai koefisien regresi linier berganda sebesar 0,323. Variabel proses terdiri dari pelayanan yang diberikan cepat dan tepat, pemberian informasi yang jelas dan mudah dimengerti, ketepatan berangkat dan waktu tiba. Hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam variabel proses adalah pelayanan yang diberikan cepat dan tepat.

Untuk mempengaruhi pembelian konsumen secara optimal, pihak PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan harus memprioritaskan variabel proses tersebut dan lebih ditingkatkan lagi. Terlebih pada hal-hal inti seperti jadwal keberangkatan dan waktu tiba serta meningkatkan kembali elemen bauran pemasaran selain elemen proses, yakni elemen produk, harga, distribusi, sumber daya manusia, dan pelayanan pelanggan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa dan Keputusan Pembelian.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor jasa dewasa ini telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya. Hal ini terlihat dari kontribusi sektor ini terhadap perekonomian dunia yang kini telah mendominasi sekitar dua pertiganya. Di Eropa, sektor ini telah memberi kontribusi sebanyak 60% PDB, sementara di Indonesia mencapai hampir 30% PDB. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap sebagian besar pasokan tenaga kerja.[1]

Secara umum sektor jasa dibagi menjadi dua, yakni sektor jasa murni dan sektor jasa tidak murni. Sektor jasa murni adalah sektor jasa yang ditawarkan ke pasar tanpa banyak menggunakan benda-benda fisik sebagai instrumen pemasaran jasa tersebut. Sedangkan pemasaran jasa tidak murni adalah sektor jasa yang ditawarkan ke pasar yang bergantung pada benda-benda fisik yang menyertainya.

Salah satu sektor jasa tidak murni yang telah lama berkembang di dunia adalah jasa kereta api. Kereta api sendiri diciptakan karena tingginya kebutuhan akan alat transportasi. Terlebih lagi di Indonesia merupakan negara yang terdiri dari pulau-pulau besar dimana satu daerah ke daerah lainnya memiliki jarak tempuh yang jauh. Untuk mencapai adaerah-daerah tersebut sangat diperlukan alat trasnportasi yang memadai. Permintaan akan alat transportasi tidak hanya diperlukan manusia untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat

---

[1] Rambat Lupiyoadi & A Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat. hal 2.

lainnya tetapi juga diperlukan untuk melakukan perpindahan barang guna memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktifitas sehari-hari.[2]

Proses kemajuan alat angkut sendiri telah mengalami evolusi yang sangat cepat. Penciptaan alat angkut semula dimulai dari bentuk dan kapasitas yang sangat sederhana dan terbatas (seperti gerobak dorong baik oleh tenaga manusia maupun dengan tenaga hewan), sampai ke alat angkut yang besar dan modern berupa bus, kapal laut ataupun pesawat terbang dengan kecepatan dan kapasitas luar biasa seperti yang banyak dijumpai saat ini. Masing-masing alat pengangkutan tersebut memperebutkan konsumen dengan cara berusaha memuaskan pengguna jasanya melalui peningkatan servis.

Pemerintah Indonesia menyadari akan pentingnya alat transportasi bagi penduduknya. Oleh karena itu pemerintah mengupayakan alat angkutan yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat. Tabel berikut ini menunjukan perusahaan-perusahaan angkutan yang dimiliki oleh Pemerintah Indonesia.

---

[2] http://id.wikipedia.org/wiki/Transportasi diakses tanggal 3 September 2008.

Tabel 1.1

Perusahaan-perusahaan Angkutan yang Dimiliki oleh Pemerintah Indonesia

Jenis Transportasi	BUMN Jasa
Angkutan Darat	Perum DAMRI Perum PPD PT Kereta Api Indonesia
Angkutan Laut	PT Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan PT Bahtera Adhiguna PT Djakarta Lloyd PT Pelayaran Nasional Indonesia
Angkutan Udara	PT Angkasa Pura I PT Angkasa Pura II
Pelabuhan	PT Pelabuhan Indonesia I PT Pelabuhan Indonesia II PT Pelabuhan Indonesia III PT Pelabuhan Indonesia IV

Sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/BUMN/Transportasi

Kereta api merupakan alat transportasi massal yang umumnya terdiri dari lokomotif (kendaraan dengan tenaga gerak yang berjalan sendiri) dan rangkaian kereta atau gerbong (dirangkaikan dengan kendaraan lainnya). Rangkaian kereta atau gerbong tersebut berukuran relatif luas sehingga mampu memuat penumpang maupun barang dalam jumlah banyak.

Saat ini, kereta api merupakan satu-satunya moda transportasi dengan multi keunggulan komparatif: hemat lahan & energi, rendah polusi, besifat massal, adaptif dengan perubahan teknologi yang memasuki era kompetisi, potensinya diharapkan dapat dimobilisasi dalam skala nasional, sehingga mampu menciptakan keunggulan kompetitif terhadap produksi dan jasa domestik di pasar global.

PT. Kereta Api Indonesia terbagi atas beberapa kelompok daerah/divisi. Daerah utama dibagi dua, yakni daerah Sumatera dan daerah Jawa. Daerah Sumatera terbagi lagi menjadi tiga regional, yakni Divisi Regional (Divre) I Sumatera Utara dengan rute perjalanan terpanjang Sumatera Utara-Nangroe Aceh Darussalam, Divisi Regional (Divre) II Sumatera Barat dengan rute perjalan di sepanjang Sumatera Barat, Serta Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan dengan rute perjalanan terpanjang Palembang (Kertapati)-Lampung (Tanjun Karang).

Di Sumatera Selatan sendiri, kereta api sebagai alat angkut massal yang masih diminati. Hal ini terlihat dari banyaknya penumpang yang ada pada setiap tahunnya. Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah penumpang PT. Kereta Api Divisi Regional III Sumatera Selatan dari tahun 2004 hingga Oktober 2008.

Tabel 1.2

Jumlah Penumpang KA. Tahun 2004 – Oktober 2008

No.	Tahun	Jumlah Penumpang		
		Kls. Eksekutif	Kls. Bisnis	Kls. Ekonomi
1.	2000	132.320	781.155	551.966
2.	2001	144.139	987.848	380.514
3.	2002	136.742	642.973	565.875
4	2003	138.661	509.860	499.312
5	2004	132.276	508.355	499.537
6	2005	136.304	520.103	551.167
7	2006	144.811	501.826	752.199
8	2007	141.054	474.795	859.154
9	s/d Oktober 2008	117.018	406527	965.877

Sumber: PT. KA (Persero) Divre III Sumsel

Dari tabel persebut terlihat bahwa kelas eksekutif dan kelas bisnis mengalami penurunan penumpang yang signifikan. Namun jika diperhatikan lebih lanjut, kelas ekonomi malah mengalami peningkatan penumpang secara terus

menerus setiap tahunnya. Disini terlihat jelas bahwa PT. KAI memegang peranan pentingnya sebagai jasa transportasi publik.

Di satu sisi, perkeretaapian sangat berpotensi untuk membantu memecahkan masalah transportasi, yaitu polusi, kemacetan dan kecelakaan, karena kereta api menawarkan kondisi yang ramah lingkungan, transportasi yang relatif aman, dapat mengurangi pertumbuhan dan ketergantungan pada moda transportasi jalan raya.

> "Penyelenggaraan angkutan kereta api dilaksanakan berdasarkan Undang-Undang No. 13/1992 tentang Perkeretaapian yang diikuti dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 69/1998 tentang Pengalihan Bentuk Perum Kereta Api Menjadi Perseroan dan PP No. 81/1998 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Kereta Api (KA) yang secara tegas mewajibkan PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) untuk mengutamakan kepentingan umum *(public utility)* bagi masyarakat luas yang adil dan merata dengan biaya yang terjangkau".[3]

Tetapi di sisi lain, pengelolaan perkeretaapian yang dimonopoli oleh pemerintah (atau BUMN) dianggap sudah tidak sejalan dengan hakikat kepentingan publik. Diketahui pula beberapa hal yang kerap menyertai sektor perkeretaapian di Indonesia, yaitu kualitas pelayanan yang rendah, efisiensi dan efektifitas yang rendah, subsidi yang semakin besar, teknologi dalam kondisi tersendat, jaringan kereta api yang semakin berkurang bahkan dengan kualitas yang semakin menurun, dan perusahaan yang monopolistik.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, maka diadakan penelitian mengenai keputusan pembelian bagi pelanggan PT. Kereta Api Divisi Regional III Sumatera Selatan, dengan judul:

---

[3] http://www.kppu.go.id/baru/index.php?type=art&aid=139&encodurl=05%2F04%2F08%2C09%3A05%3A06 diakses tanggal 2 September 2008

"Analisa Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan kelas Eksekutif"

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah:

1. Berapa besar pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan Kelas Eksekutif terhadap keputusan pembelian konsumen?
2. Elemen bauran pemasaran mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1 Mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran yang diterapkan PT Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan Kelas Eksekutif terhadap keputusan pembelian konsumen.

2 Untuk mengetahui elemen bauran pemasaran mana yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi PT. Kereta Api (Persero) Divisi Regional (Divre) III Sumatera Selatan dalam pengambilan keputusan di masa yang akan datang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi dasar dalam melakukan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Anoraga S.E.,M.M, Pandji. 2004. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.

Harahap, Fardihan Ronitua. 2005. *Analisa Strategi Bauran Pemasaran* (Marketing Mix) *Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Angkutan PO. LORENA Cabang Palembang.* Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya.

Husein, Umar. 1997. *Metodologi Penalitian Aplikasi dalam pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Jerry. 2007. *Pengaruh Atribut Produk simPATI Jitu Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Kota Palembang*. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Bahasa Milenium Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Bahasa Milenium Jilid 2. . Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid 1.

Lupiyoadi, Rambat – A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

M. Yani Syafei. *Pengaruh Citra Merek dan Penyampaian Jasa Bengkel Resmi terhadap Nilai Pelanggan serta Dampaknya pada Keputusan Pelanggan.(Suatu Survey Terhadap Kendaraan MPV 2000 cc ke bawah Pada Bengkel Resmi Dealer Mobil Di Bandung).*

Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran-Konsep dan Aplikasi dalam Penelitian.* Palembang: Universitas Sriwijaya.

Natalisa, Diah. 2007. *Perilaku Konsumen Konsep Pasar dan Pemahaman.* Palembang: Universitas Sriwijaya.

Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran-Implementasi dalam Bauran Pemasaran.* Jakarta: PT. Grasindo.

Rangkuti, Freddy. 2005. *Riset Pemasaran.* Jakarta: Garamedia Pustaka Utama.

Salim, Drs. H.A. Abbas. 2004. *Manajemen Transportasi.* Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian dalam Bisnis. Jakarta: Salemba Empat

Siringoringo, Hotniar. 2004. *Peran Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen.* Jurnal Ekonomi & Bisnis No. 3, Jilid 9. Depok: Universitas Gunadarma.

Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan.* Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE.

Tim Penulis Buku Pedonan Penulisan Skripsi. 2008. *Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Unsri.* Palembang: Universitas Sriwijaya.

Situs internet:

http://id.wikipedia.org/wiki/

http://www.infoka.kereta-api.com/

http://www.kereta-api.com/

http://www.kppu.go.id/