PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS DI PERUM DAMRI KANTOR CABANG PALEMBANG

Skripsi

Nama : Nopri Wahyuni

NIM : 212016092

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

Skripsi

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET BUS DI PERUM DAMRI KANTOR CABANG PALEMBANG

Diajukan untuk menyusun Skripsi Pada

Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Nopri Wahyuni

NIM : 212016092

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Nopri Wahyuni
Nim	: 212016092
Konsentrasi	: Pemasaran
Judul penelitian	: Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus di Perum Damri Kantor Cabang Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali sacara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, 12 Desember 2019

METERAI TEMPEL
F8F6EAHF527488115
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Nopri Wahyuni

iii

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus di Perum Damri Kantor Cabang Palembang**

Nama	: Nopri Wahyuni
Nim	: 212016092
Fakultas	: Ekonomi
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal,.....2020

Pembimbing I,

DR. Trisnaiarty AM, S.E.,M.M
NIDN: 0019026101

Pembimbing II,

Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si
NIDN: 0226107001

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Zaleha Tribandayani,S.E,M.Si
NIDN: 0229057501

iv

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

"Skripsi Mungkin Akan Membuatmu Putus Asa. Namun Asa Takkan Putus Hanya Karena Skripsi. Fighting! "

PERSEMBAHAN:

Dengan cinta dan ridho Allah SWT kupersembahkan Skripsi ini khusus kepada:

- *Kedua Orang Tuaku Tercinta, Maida Srinaldi dan Wahyem Serta tiga saudaraku Dedy Rinaldi, Kiki Yuliani, dan Aldi Ardiansyah.*
- *Dosen Pembimbingku Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M. dan Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si.*
- *Dosen Pembimbing Akademikku Zuhriyah, S.E.,M.Si.*
- *Keluarga Besarku*
- *Partner pejuang TM (Terry Nanda Putri dan Irenty Deskalia Herani), partner terhalu (Meta Desri Yana), Teman-teman anti cawa (Valen Tri Wahyuni, Maulidina Amartani, Melisa Anggraini, Tania Aliya Sari) , Partner Sempro (Anita Nirwana dan Septa Eka), Partner Satu Bimbingan (Nurul Lailia, Devilia A.), Partner Magang (Khairul Zakaria dan Wahyu Bhaskara) Terima Kasih telah banyak membantuku dan berjuang bersama.*
- *Teman-teman KKN Angkatan ke-53 Posko 222 Kelurahan Air Batu (Lindriani, Desti Andriani, Yuniar Nabillah, Mentari Alisha, Irfansyah, M. Fitrah Al-Ghozie, M. Nur Ridho Hasan, Azmi Azis Suganda, Ari Saputra, Dimasz Alfariza, dan Anjas Bagaskara) Terima Kasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga baru.*
- *Teman-teman Paket 04*
- *Teman-teman Prodi Manajemen Angkatan 2016*
- *Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang*

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala berkat dan RahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus di Kantor Cabang Palembang** dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Dalam menyelesaikan Tugas akhir ini tentu banyak didapatkan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih terutama kepada Bapak Maida Srinaldi dan Ibu Wahyem yang telah memberikan doa, motivasi, kasih sayangnya yang tiada henti kepada saya.

Ucapan terima kasih juga penuulis sampaikan kepada:

1. Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Zaleha Tri Handayani, S.E.,M.Si, selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Dr. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E.,M.M dan Mardiana Puspasari, S.E.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Skripsi
4. Fitantina, S.E.,M.Si. dan Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si, selaku Dosen Penelaah
5. Responden yang telah membantu dalam mengisi koesioner
6. Dosen/staf Pengajar, staf akademik dan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman dari prodi Manajemen dan Akuntansi
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya tugas akhir ini.

Disadari bahwa apa yang telah penulis sampaikan dalam tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan demikian Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Penulis

Nopri Wahyuni

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar i
Halaman Judul ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat iii
Halaman Pengesahan Skripsi iv
Halaman Persembahan dan Motto v
Halaman Prakarta vi
Halaman Daftar Isi vii
Halaman Daftar Tabel ix
Halaman Daftar Gambar x
Halaman Daftar Lampiran xi
Abstrak xii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori 8
B. Penelitian Sebelumnya 17
C. Kerangka Pemikiran 22
D. Hipotesis 22

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 23
B. Lokasi Penelitian 24
C. Operasionalisasi Variabel 25
D. Populasi Dan Sampling 26
E. Data Yang Diperlukan 28
F. Metode Pengumpulan Data 28
G. Uji Instrumen 29
H. Analisis Data Dan Teknik Analisis 30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 37
B. Pembahasan Hasil Penelitian 76

BAB V

A. Simpulan 86
B. Saran 87

DAFTAR PUSTAKA 90

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Top Brand P.O. Bus Yang Menjadi Pilihan Untuk Rute Palembang-Jawa 3
Tabel I.2 Hasil Pra Survei Pendahuluan 4
Tabel III.1 Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian..... 25
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 39
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 40
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Menggunakan Jasa Perum Damri Dalam 2 Tahun Terakhir 41
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pertimbangan Responden Menggunakan Jasa Perum Damri..... 42
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 43
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Bukti Fisik 44
Tabel IV.7 Hasil Uji Validitas Harga 45
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas Lokasi 46
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Promosi 47
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Orang 48
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Proses..... 49
Tabel IV.12 Hasil Uji Validitas Layanan Konsumen 50
Tabel IV.13 Hasil Uji Reliabilitas 51
Tabel IV. 14 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian 52
Tabel IV.15 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Bukti Fisik 54
Tabel IV.16 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Harga 57
Tabel IV.17 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Lokasi 59
Tabel IV.18 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Promosi..... 62
Tabel IV.19 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Orang 64
Tabel IV.20 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Proses 65
Tabel IV.21 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Layanan Konsumen. 67
Tabel IV.22 Hasil Uji Analisis Linear Berganda 70

Tabel IV.23 Hasil Uji F ANOVA 72
Tabel IV.24 Hasil Uji t (Parsial) 73
Tabel IV.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... 75

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen 9

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran 22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian 92

Lampiran 2 : Kuesioner 93

Lampiran 3 : Tabulasi Data Validitas dan Reliabilitas 99

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 105

Lampiran 5 : Tabulasi Jawaban Responden 114

Lampiran 6 : Frekuensi Jawaban Responden 130

Lampiran 7 : Hasil Print Out SPSS 146

Lampiran 8 : Tabel r 148

Lampiran 9 : Tabel F 150

Lampiran 10 : Tabel t 154

Lampiran 11 : Kartu Aktivitas Bimbingan Penulisan Skripsi 158

Lampiran 12 : Surat Selesai Riset 159

Lampiran 13 : Sertifikat TOEFL 160

Lampiran 14 : Sertifikat AIK 161

Lampiran 15 : Plagiarism Checker 163

Lampiran 16 : Lembar Persetujuan Skripsi 164

Lampiran 17 : Jurnal 165

Lampiran 18 : Data Peserta 179

Lampiran 19 : Biodata Penulis 180

ABSTRAK

Nopri Wahyuni /212016092/2020/ Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus Di Bus Perum Damri Kota Cabang Palembang/Manajemen Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri kantor cabang kota Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri kantor cabang di kota Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Asosiatif.* Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, dengan Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis *Kualitatif* dan *Kuantitatif*. Teknik analisis yang data yang digunakan adalah regresi linear berganda, Uji Hipotesis F dan t, serta Koefisien Determinasi. Hasil analisis menunjukkan ada pengaruh posistif variabel bukti fisik, harga, lokasi, promosi, orang, proses, dan layanan konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F menunjukkan ada pengaruh signifikan bauran pemasaran jasa yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t ada pengaruh yang signifikan bukti fisik, harga, lokasi, promosi, orang, proses, atau layanan konsumen terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi menunjukkan variabel bauran pemasaran jasa hanya mampu berkontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 72,4% dan 27,6% dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daa pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri kantor cabang Palembang.

Kata kunci: Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Nopri Wahyuni / 212016092/2020 / The Effect of Service Marketing Mix On The Decision To Purchase Bus Tickets On The Bus Perum Damri Kota Palembang Branch / Marketing Management

The formulation of the problem in this study is the effect of the service marketing mix on the decision to buy bus tickets at Perum Damri, Palembang city branch office. The purpose of this study was to determine the effect of the service marketing mix on the decision to buy bus tickets at the Perum Damri branch office in Palembang. This type of research is associative research. The sample in this study were 100 respondents, with the sampling technique using purposive sampling. The data used in this study are primary data. The method used in this research is a questionnaire. The data analysis used is qualitative and quantitative analysis. The data analysis technique used is multiple linear regression, Hypothesis Test F and t, and the coefficient of determination. The results of the analysis show that there is a positive influence on the variables of physical evidence, price, location, promotion, people, processes, and consumer services on purchasing decisions. The results of the F test show that there is a significant effect of service marketing mix which is significant on purchasing decisions. The t test results show a significant effect of physical evidence, price, location, promotion, people, processes, or consumer services on purchasing decisions. The coefficient of determination shows that the service marketing mix variable is only able to contribute to purchasing decisions by 72.4% and 27.6% of other variables not included in this study. The results showed that there was an effect of the service marketing mix on the decision to buy bus tickets at Perum Damri, Palembang branch office.

Keywords: Marketing Mix and Purchasing Decisions

PENGESAHAN
NO. 262 /Abstract LB UMP/ VIII / 20 20
Telah di Koreksi oleh
Lembaga Bahasa
Universitas Muhammadiyah Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyak orang berpikir bahwa pemasaran hanyalah menjual dan mengiklankan. Itu tidak mengherankan setiap hari kita dibombardir dengan iklan televisi, penawaran surat langsung, penawaran lewat telepon, dan melalui internet. Sesungguhnya, penjualan dan iklan hanyalah puncak dari gunung es pemasaran.

Pemasaran merupakan suatu hal penting yang harus diperhatikan dalam mendirikan suatu perusahaan, karena pemasaran dapat menghubungkan antara produksi dan konsumsi. Masalah pemasaran dapat dikatakan penting jika melihat pada persaingan barang dan jasa yang semakin ketat. Persaingan pasar yang semakin ketat memungkinkan bagi suatu perusahaan untuk merancang strategi bauran pemasaran yang tepat bagi perusahaannya agar dapat memenangkan hati pelanggan. Jadi tidak heran jika semakin terlihatnya persaingan bisnis dalam hal kegiatan atau strategi pemasarannya.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:70) unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu *Product, Price, Place, People, Promotion, Process,* dan *Physical Evidence.* Tujuh P inilah yang nantinya akan menjadi acuan atau alat yang akan digunakan oleh perusahaan sebagai alat pemasarannya. Melalui pemasaran jasa ini juga diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga tujuan perusahaan

dapat tercapai yaitu dapat menjual produk dan jasa perusahaan. Namun, perusahaan tetap harus menyesuaikan dan memperhatikan kebutuhan serta keinginan konsumen supaya konsumen tertarik melakukan pembelian terhadap produk serta jasa perusahaan.

Dari semua jasa tersebut penulis tertarik untuk meneliti perusahaan jasa dalam bidang transportasi. Karena jasa transportasi merupakan salah satu perusahaan jasa yang berkembang sangat cepat saat ini. Dalam mencapai tujuan yang berorientasi pada kepuasan konsumen, kinerja perusahaan akan menentukan persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Bus Damri merupakan salah satu perusahaan jasa milik negara yang memberikan pelayanan transportasi yang memiliki peran yang sangat strategis dalam upaya peningkatan pengurangan kemacetan. Dalam menawarkan jasa bus Damri harus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada pengguna bus Damri dan memberikan perbedaan serta karakteristik masing-masing. Penggunan bus Damri sangat teliti menyeleksi dan sangat memperhitungkan jenis pelayanan yang diberikan pihak bus Damri tersebut, sehingga hal ini merupakan sebuah tantangan dalam perkembangan Perum Damri. Pengguna bus Damri mengharapkan untuk memperoleh pelayanan/*service* yang maksimal dari para penyedia jasa yang menyediakan *service* yang memuaskan harapan mereka atau bahkan melebihi harapan mereka. Oleh karena itu, manajemen dari Perum Damri perlu untuk selalu meningkatkan pelayanan kepada pengguna bus Damri. Selain itu juga, pihak

manajemen Perum Damri juga harus memperhatikan perkembangan dari segi pemasaran.

Perusahaan jasa Perum Damri sebagai salah satu jasa dalam dunia pemasaran dituntut dalam memberikan kualitas optimal atas kinerja yang diberikan kepada pengguna bus Damri karena pengguna bus Damri akan menggunakan penilaian yang subjektif atau membentuk persepsi langsung terhadap perusahaan atau penyedia jasa yang bersangkutan.

Tabel 1.1
Top Brand P.O. Bus yang menjadi pilihan untuk rute Palembang-Jawa.

NO.	NAMA P.O BUS
1.	Perum Damri
2.	P.O. Rosalia Indah
3.	P.O. Pahala Kencana
4.	P.O. Kramat Djati
5.	P.O. San
6.	P.O. Giri Indah
7.	P.O. Putra Pelangi
8.	P.O. Putra Remaja
9.	P.O. Laju Prima

Sumber: Rating Ulasan Google, 2019

Bila dilihat dari tabel diatas Perum Damri termasuk perusahaan jasa transportasi yang sangat di minati di kota Palembang khususnya. Bisnis Perusahaan Umum Damri (Perum Damri) merupakan perusahaan umum sebagai penyedia jasa transportasi darat yang mempunyai tingkat kepadatan yang cukup padat di Indonesia, Perum Damri selalu berusaha memberikan keselamatan, ketepatan waktu, pelayanan dan kenyamanan yang terbaik bagi penumpang. PO bus swasta di kota Palembang menawarkan tiket dengan tarif harga yang berkisar Rp 380.000 – Rp 450.000 tentu cukup mahal dibandingkan

dengan tarif yang ditawarkan oleh Perum Damri yaitu sebesar Rp 350.000 saja. Dengan fasilitas yang tak kalah dari PO bus swasta yang ada di kota Palembang. Tentunya ini menjadi keunggulan bagi Perum Damri.

Berdasarkan hasil riset pendahuluan yang dilakukan terhadap 35 orang responden diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 1.2
Hasil Pra Survei Pendahuluan

No.	Pernyataan	Ya	Tidak	Jumlah (Orang)
1.	Murah	27	8	35
2.	Langganan	23	12	35
3.	Aman dan nyaman	23	12	35
4.	Kru/karyawan Damri ramah	21	14	35
5.	Kru/karyawan Damri melayani konsumen dengan baik	7	28	35
6.	Dekat/mudah dijangkau	23	12	35
7.	Ketepatan waktu pemberangkatan bus	12	23	35
8.	Kualitas bus baik	12	23	35
9.	Promosi gencar/sering	17	18	35

Sumber : Data Primer 2019

Menurut hasil riset pendahuluan yang dilakukan pada 35 responden dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Responden yang setuju akan harga murah yang diberikan Perum Damri berjumlah 27 orang (77,14%) sedangkan yang tidak berjumlah 8 orang. Harga murah yang diberikan Perum Damri menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membuat keputusan pembelian tiket bus.
2. Responden yang melakukan keputusan pembelian tiket di Perum Damri karena telah berlangganan berjumlah 23 orang (65,71%) sedangkan yang tidak berjumlah 12 orang (34,29%). Dengan banyaknya jumlah pelanggan

di Perum Damri tentu tak terlepas dari baiknya kualitas kru/pegawai Damri dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggannya.

3. Responden yang setuju dengan keamanan dan kenyamanan selama menggunakan jasa transportasi bus di Perum Damri berjumlah 23 orang (65,71%) sedangkan yang tidak berjumlah 12 orang (34,29%). Jika dilihat dari tabel banyak penumpang yang setuju bahwa bus Damri telah memberikan keamanan serta kenyamanan kepada setiap penumpangnya dengan semaksimal mungkin.
4. Responden yang setuju dengan keramahan para kru/karyawan Damri berjumlah 21 orang (60%) dan yang tidak berjumlah 14 orang (40%). Dengan keramahan kru/pegawai Perum Damri tentunya menjadi daya tarik atau pertimbangan bagi keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri.
5. Responden yang setuju dengan pelayanan para kru/karyawan Damri berjumlah 7 orang (20%) dan yang tidak berjumlah 28 orang (80%). Meskipun kru/pegawai sudah melayani konsumen serta pelanggan dengan sebaik mungkin tetapi masih saja ada beberapa konsumen yang mengeluhkan kesigapan pegawai dalam mempersiapkan armada busnya yang sering menjadi penyebab keterlambatan waktu pemberangkatan bus yang tidak sesuai dengan jadwal pemberangkatan.
6. Responden yang setuju dengan lokasi Perum Damri yang dekat/mudah dijangkau berejumlah 23 orang (65,71%) sedangkan yang tidak berjumlah 12 orang (34,29%). Hal ini membuktikan selain harga yang murah lokasi juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri

karena rata-rata penumpang dan langganan sangat mempertimbangkan lokasi suatu P.O. dalam membuat keputusan pembelian.

7. Responden yang setuju dengan ketepatan waktu pemberangkatan bus berjumlah 12 orang (34,29%) sedangkan yang tidak berjumlah 23 orang (65,71%). Jika dilihat dari tabel tampak beberapa konsumen yang masih mengeluhkan ketepatan waktu pemberangkatan
8. Responden yang setuju dengan kualitas bus yang baik pada Perum Damri berjumlah 12 orang (34,29%) sedangkan yang tidak berjumlah 23 orang (65,71%). Hal ini juga harus lebih diperhatikan oleh pihak Perum Damri karena masih cukup banyaknya konsumen yang mengeluhkan kualitas dari bus yang disediakan oleh Perum Damri.
9. Responden yang setuju dengan promosi yang gencar/sering dilakukan oleh Perum Damri berjumlah 17 orang (48,57%) sedangkan yang tidak berjumlah 18 orang (51,43%). Dengan banyaknya promosi yanag dilakukan oleh Perum Damri maka makin banyak juga para konsumen yang tertarik untuk naik bus Damri.

Berkaitan dengan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul. **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bus di Perum Damri Kantor Cabang Palembang.**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh Bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri kantor cabang Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemsaran jasa terhadap keputusan pembelian tiket bus di Perum Damri kantor cabang Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya peneliti yang memiliki topik yang relatif sama.

DAFTAR PUSTAKA

Arfian Bimantara Putra, Edy Yulianto, Sunarti. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis.* 1(1); 1.

Basu Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2016). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: BPFE.

Buchari Alma. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.

Ervita Safitri dan Zuhriyah. (2017). *Statistik 2.* Palembang: Universitas Muhammadiyah Palembang.

Fandy tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Yogyakarta: CV Andi.

Feisal Abidin, Zainul Arifin, Edy Yulianto. (2017). Pengaruh *Service Marketing Mix* (Bauran Pemasaran Jasa) Terhadap Citra Merk dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis.* 44(1): 1.

Iqbal Hasan. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (statistic deskriptif)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Kotler Philip dan Amstrong Gary. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (pengalih bahasa: Bob Sabran). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (pengalih bahasa: Bob Sabran). Jakarta: Penerbit Erlangga.

Nur Ikhsan Putranto, Zainul Arifin, Sunarti. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis.* 8(2): 1.

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Ratih Hurriyati. (2008). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Wira Setyo Wulan, M. Kholid Mawardi, Edriana Pangestuti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aadministrasi Bisnis.* 38(2): 1.