

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PLAGIARISME.....	ii
SURAT KETERANGAN	iii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR ISTILAH.....	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Tinjauan Pustaka	5
1.7. Landasan Teori.....	9
1.8. Metode Penelitian.....	13
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	16
2.1. Alamat Stasiun Besar Yogyakarta	16
2.2. Profil Stasiun Besar Yogyakarta	17
2.3. Sejarah PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	17
2.4. Struktur Stasiun Besar Yogyakarta	19
2.5. Denah Stasiun Besar Yogyakarta	20
2.6. Visi dan Misi PT Kereta Api Indonesia	20

2.7. Logo PT Kereta Api Indonesia	21
2.8. Budaya Perusahaan.....	22
2.9 Layanan Perusahaan	23
2.10 Fasilitas Perusahaan.....	24
BAB III PEMBAHASAN.....	26
3.1. Strategi Pemasaran Berdasarkan Produk (<i>product</i>).....	26
3.1.1 Keunggulan dan Kekurangan Produk Jasa KA Bandara	27
3.1.2 Jadwal Produk Jasa KA Bandara	28
3.1.3 Manfaat Jasa KA Bandara	28
3.2. Strategi Pemasaran Berdasarkan Harga (<i>price</i>)	29
3.2.1 Penentuan Harga Tiket KA Bandara di Setiap Stasiun	29
3.2.2 Tanggapan Masyarakat Terkait Harga Tiket KA Bandara	30
3.2.3 Faktor Penentu Harga Tiket KA Bandara	31
3.3. Strategi Pemasaran Berdasarkan Tempat (<i>place</i>).....	31
3.3.1 Tempat Stasiun yang dilintasi KA Bandara	31
3.3.2 Manfaat Pemilihan Tempat Stasiun yang dilintasi KA Bandara.....	31
3.3.3 Faktor Pemilihan Tempat Stasiun yang dilintasi KA Bandara	32
3.4 Strategi Pemasaran Berdasarkan Promosi (<i>promotion</i>).....	33
3.4.1 Periklanan.....	33
3.4.1.1 Media Cetak	33
3.4.1.1.1 Majalah	34
3.4.1.1.2 Brosur	35
3.4.1.1.3 Spanduk dan Banner	36
3.4.1.2 Media Baru	37
3.4.1.2.1 Televisi	37
3.4.1.2.2 Internet.....	38
3.4.1.2.3 Aplikasi KAI Access	41
3.4.2 Penjualan Personal	43
3.4.2.1 Salesmanship.....	44
3.4.2.2 Negoisasi	44

3.4.3 Promosi Penjualan	47
3.4.3.1 Event	47
3.4.3.2 Pemberian Diskon	49
3.4.4 Publishitas – <i>Public Relations</i> (PR).....	50
3.4.4.1 Publishitas Artikel.....	51
3.4.4.2 Sosialisasi Masyarakat	52
BAB IV PENUTUP	54
4.1 Kesimpulan	54
4.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
DAFTAR LAMAN.....	58
LAMPIRAN	60