



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR ISTILAH	x
INTISARI	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Metode Penelitian	4
1.6. Teknik Pembahasan	7
BAB II GAMBARAN UMUM	
2.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	8
2.1.1. Sejarah PT KAI (Persero)	8
2.1.2. Sejarah Stasiun Besar Lempuyangan	12
2.1.3. Logo PT KAI (Persero)	13
2.1.4. Visi dan Misi PT KAI (Persero)	14
2.1.5. Budaya Perusahaan	15
2.2. Struktur Organisasi di Stasiun Besar Lempuyangan	16
2.3. Definisi Pekerjaan	18
BAB III LANDASAN TEORI	
3.1. Pengertian Pemasaran	23
3.2. Karakteristik Jasa	24
3.3. Kualitas Jasa	25



3.4. Konsep KeputusanPelanggan	27
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1. Analisis	31
4.2. Interpretasi dan Pembahasan	51
4.2.1. Reliabilitas.....	51
4.2.2. Responsivness.....	52
4.2.3. Assurance	52
4.2.4. Empathy	52
4.2.5. Tangible.....	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	54
5.2. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	58