



**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan
Penumpang Kapal PT. Pelni Semarang melalui Keputusan
Penggunaan
(Studi pada Penumpang KM. Egon Pelni Semarang-Kumai)**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan strata 1
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

**Nama : Novia Ardianti
NIM : 14020214130092**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2021

**PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Novia Ardianti
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14020214130092
3. Tempat / Tanggal Lahir : Banyumas, 21 November 1995
4. Departemen/Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl. Raya Pernasidi RT 05 / RW 03, Kec.
Cilongok, Kab. Banyumas

Menyatakan bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Pelnis Semarang melalui Keputusan Penggunaan (Studi pada KM. Egon Pelnis Semarang-Kumai)

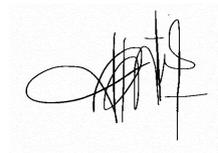
Adalah benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah atau jiplakan karya ilmiah orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 25 Juni 2021

Pembuat Pernyataan,



Novia Ardianti
NIM. 14020214130092

PENGESAHAN

Judul Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Peln Semarang melalui Keputusan Penggunaan (Studi pada KM. Egon Peln Semarang-Kumai)

Nama Penyusun Novia Ardianti

Departemen Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1

Semarang, 25 Juni 2021



Wakil Dekan I

Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing

1. Widayanto, S.Sos, M.Si

(.....)

Dosen Penguji

1. Drs. Handoyo Djoko W, M. Si

(.....)

2. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D

(.....)

3. Widayanto, S.Sos, M.Si

(.....)

MOTTO

Aal izz well.

“Hati kita terlalu mudah takut. Andai kamu punya keberanian sedikit saja,
mungkin hidupmu akan berubah.”

(Ranchoddas Shamaldas Chanchad)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT. Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan juga kesempatan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan segala kekurangannya. Segala syukur kuucapkan kepada-Mu Ya Rabb, atas takdirmu peneliti bisa menjadi pribadi yang berpikir, berilmu, beriman, bersabar, dan sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling peneliti, yang selalu memberi semangat dan doa, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak dan Ibu yang telah memberikan kasih sayang yang berlimpah sejak penulis lahir sampai sekarang, terimakasih atas dukungan serta doa yang tak berkesudahan, yakin selalu dan akan mendukung, berdoa, memberikan nasihat yang baik.
3. Kakak dan Adik penulis yang luar biasa, dalam memberi dukungan dan doa yang tanpa henti. Mba Naning, Mas Gilang, Adek, dan Anza yang selama ini sudah menjadi tempat peneliti berlari ketika merasa tidak ada yang memahami di luar rumah.
4. Keluarga besar yang senantiasa memberi doa dan semangat kepada peneliti
5. PWT Squad yaitu Arin, Eka, Handi, Alfian, Awang teman sejak kecil yang selalu mendengarkan cerita

6. Bang Toguro yaitu Jessica, Medok, Jambon, Icing dan Indah yang selalu ada, dan selalu memberikan canda-tawa serta menerima peneliti apa adanya dari jaman maba sampai sekarang
7. Semua teman-temanku di *Run the World, Girls!* yang menerima dan memberikan dukungan kepada peneliti. I Love you all.
8. Temen temen HMJ Administrasi Bisnis periode 2016.
9. Rendi, Kresno, Paskal, teman teman seperbimbingan skripsi lainnya yang berjuang menunggu antrian bimbingan di lorong departemen bersama peneliti
10. Maghfira, Nina, Zenia yang selalu direpotkan dan membantu peneliti dalam mengerjakan skripsi
11. Temen –temen KKN (42 hari) Desa Rau yang selalu ada sampai saat ini
12. Teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2014 dan terutama kelas 12 yang telah menjadi keluarga baru yang indah selama 5 tahun ini
13. Teman-teman dan pihak-pihak yang terkait dalam pembuat skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu
14. Kepada diriku sendiri, Novia Ardianti. Terimakasih karena telah berjuang dan tetap bertahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Tetap semangat dan terus berjuang. *Keep going. Be brave, you're a strong woman!*

ABSTRAK

Transportasi merupakan aspek perekonomian yang memiliki pengaruh yang sangat besar. Moda transportasi laut di Indonesia salah satunya kapal. PT Pelni (PT Pelni) merupakan sebuah perusahaan jasa yang bergerak di bidang transportasi laut yang meliputi jasa angkutan penumpang dan muatan barang antar pulau. KM. Egon merupakan salah satu kapal milik PT.Pelni yang beroperasi dari Semarang-Kumai.

Tipe penelitian ini adalah explanatory research, dengan menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik Non Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling dan Accidental Sampling. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden penumpang KM. Egon Pelni Semarang-Kumai yang dipilih berdasarkan pertimbangan. Penelitian menggunakan teknik analisis Partial Least Square, yang diestimasi dengan program WarpPLS 6.0.

Hasil analisis dengan WarpPLS menjelaskan bahwa pada hasil uji pengaruh langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil negatif dan signifikan, pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil positif dan signifikan, Harga terhadap Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan, dan pengaruh Keputusan Penggunaan terhadap Kepuasan Penumpang menunjukkan hasil positif dan signifikan. Uji pengaruh tidak langsung pada model penelitian yaitu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil positif dan signifikan, pengaruh Harga terhadap Kepuasan Penumpang melalui Keputusan Penggunaan menunjukkan hasil negatif dan signifikan.

Saran kepada pihak PT. Pelni berdasarkan nilai rekapitulasi terendah yang diberikan responden pada indikator penilaian, yaitu mengevaluasi kualitas pelayanan, menyediakan fasilitas yang memadai, serta terus meningkatkan kuantitas dan kualitas petugas agar bekerja sesuai SOP.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Penggunaan, Kepuasan Penumpang, Pelni

ABSTRACT

Transportation is an aspect of advertising that has numerous influences. One of the modes of shipping in Indonesia is the vessel. PT Pelni (PT Pelni) is a passenger shipping company of Indonesia that spans across Indonesian archipelago and the national cargo. KM Egon is one of the vessels belong to PT. Pelni operates from Semarang-Kumai.

This type of research is explanatory research, using a questionnaire as a method of data collection. The research method used is the Non Probability Sampling technique with Purposive Sampling and Accidental Sampling methods. Samples collected were 100 KM, passenger respondents. Egon Pelni Semarang-Kumai was chosen based on consideration. The study used a Partial Least Square analysis technique, which is estimated with the WarpPLS 6.0 program.

The results of the analysis by WarpPLS showed that the test results of the direct effect on the research model are positive and significant on the effect of Service Quality on Passenger Satisfaction. The effect of Prices on Passenger Satisfaction showed negative and significant results, the effect of Service Quality on Decision of Use showed positive and significant results, Prices for Use Decisions showed negative and significant results, and the effect of Use Decisions on Passenger Satisfaction shows positive and significant results. Test the indirect effect on the research model that is the effect of Service Quality on Passenger Satisfaction through the Decision of Use shows positive and significant results, the effect of Prices on Passenger Satisfaction through the Decision of Use shows negative and significant results. Suggestions for PT. Pelni is based on the lowest recapitulation value are improving service quality, providing adequate facilities, and improving the quantity and quality of officers to work based on the SOP.

Keyword: Service Quality, Price, Purchase Decision, Costumer Satisfactions, Pelni

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Penumpang Kapal PT. Pelnis Semarang melalui Keputusan Penggunaan (Studi pada KM. Egon Pelnis Semarang-Kumai)”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan program Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro Semarang.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan berhasil tanpa adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah mendorong dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Izinkan dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat diantaranya kepada :

1. Dr. Hardi Warsono, M.TP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Dr. Drs. Teguh Y.M. Pol. Admin selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
3. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D., selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro sekaligus dosen wali
5. Widayanto, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing
6. Drs. Handoyo Djoko W, M. Si, selaku dosen penguji skripsi

Akhir kata, tidak ada sesuatu hal di dunia ini yang sempurna, termasuk juga dari skripsi yang telah peneliti lakukan. Maka dari itu, besar harapan peneliti dan terbuka bagi siapa saja untuk dapat memberikan kritik, saran serta masukan agar kedepan skripsi ini dapat diperbaiki lagi dan bermanfaat bagi pembaca serta bagi penelitian selanjutnya.

Semarang, 25 Juni 2021



Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Teori.....	11
1.5.1 Manajemen Pemasaran.....	11
1.5.2 Unsur-Unsur Pemasaran.....	13
1.5.3 Bauran Pemasaran.....	14
1.5.4 Kualitas Pelayanan.....	16
1.5.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	17
1.5.4.2 Aspek-aspek Dimensi Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	18
1.5.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
1.5.5 Harga.....	23

1.5.5.1	Definisi Harga.....	23
1.5.5.2	Dimensi Harga.....	25
1.5.5.3	Indikator Harga.....	26
1.5.5.4	Faktor Pertimbangan dalam Penetapan Harga Jasa.....	26
1.5.5.5	Tujuan Umum Penetapan Harga.....	27
1.5.5.6	Tujuan Spesifik Penetapan Harga Jasa.....	27
1.5.5.7	Strategi Penetapan Harga.....	28
1.5.5.8	Cara Pembayaran.....	28
1.5.6	Keputusan Pembelian (Variabel Intervening).....	29
1.5.6.1	Definisi Keputusan Pembelian.....	30
1.5.6.2	Proses Keputusan Pembelian.....	31
1.5.6.3	Struktur Keputusan Pembelian.....	33
1.5.6.4	Peran Konsumen dalam Keputusan Pembelian.....	34
1.5.6.5	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Membeli.....	35
1.5.7	Kepuasan Konsumen.....	36
1.5.7.1	Definisi Kepuasan Konsumen.....	36
1.5.7.2	Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	37
1.5.7.3	Indikator Kepuasan Konsumen.....	38
1.5.7.4	Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	38
1.5.8	Pengaruh Antar Variabel.....	40
1.5.8.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
1.5.8.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	40
1.5.8.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	41
1.5.8.4	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
1.5.8.5	Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Kepuasan Konsumen.....	41
1.6	Penelitian Terdahulu.....	42

1.7	Hipotesis.....	45
1.8	Definisi Konseptual.....	47
1.8.1	Kualitas Pelayanan.....	47
1.8.2	Harga.....	47
1.8.3	Keputusan Pembelian.....	48
1.8.4	Kepuasan Pelanggan.....	48
1.9	Definisi Operasional Variabel.....	48
1.9.1	Kualitas Pelayanan.....	48
1.9.2	Harga.....	50
1.9.3	Keputusan Pembelian.....	50
1.9.4	Kepuasan Pelanggan.....	51
1.10	Metode Penelitian.....	51
1.10.1	Tipe Penelitian.....	51
1.10.2	Unit Analisis.....	52
1.10.3	Populasi dan Sampel.....	52
1.10.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	53
1.10.4.1	Jenis Data.....	53
1.10.4.2	Sumber Data.....	53
1.10.5	Skala Pengukuran.....	54
1.10.6	Teknik Pengumpulan Data.....	55
1.10.7	Teknik Pengolahan Data.....	56
1.10.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
1.10.9	Teknik Analisis Data.....	59
1.10.9.1	Analisis Kualitatif.....	59
1.10.9.2	Analisis Kuantitatif.....	60
1.10.9.3	Analisis Partial Least Square (PLS).....	60

1.10.9.4 Analisis Metode VAF.....	66
BAB II GAMBARAN UMUM PT PELAYARAN NASIONAL INDONESIA (PELNI).....	67
2.1 Sejarah PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI).....	67
2.1.2 Visi dan Misi PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI).....	70
2.1.2.1 Visi.....	70
2.1.2.2 Misi.....	71
2.1.3 Arti Logo PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI).....	72
2.1.4 Budaya Perusahaan.....	73
2.2 Struktur Organisasi PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Semarang.....	73
2.3 Deskripsi Tugas.....	74
2.3.1 Kepala Cabang.....	74
2.3.2 Manager Usaha.....	76
2.3.3 Manager Administrasi.....	77
2.3.4 Manager Sub Cabang Cirebon.....	79
2.3.5 Asman Pemasaran.....	79
2.3.6 Asman Pelayanan Jasa.....	79
2.3.7 Asman Keuangan.....	79
2.3.8 Asman SDM dan Umum.....	80
2.3.9 Kasir.....	80
2.3.10 Senior Staff SDM.....	80
2.3.11 Junior Staff Keuangan.....	81
2.3.12 Junior Staff Pemasaran Jasa.....	81
2.3.13 Junior Staff Operasi.....	81
2.3.14 Junior Officer Operasi.....	81

2.3.15	Junior Office SDM dan Umum.....	82
2.3.16	Administrator Officer Keuangan.....	82
2.3.17	Administrator Officer Pelayanan Jasa.....	82
2.3.18	Administrator Officer Operasi.....	82
2.4	Armada dan Rute Angkutan Penumpang Pelni.....	83
2.6	Identitas Responden.....	85
2.6.1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
2.6.2	Identitas Responden Berdasarkan Umur.....	87
2.6.3	Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	88
2.6.4	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan.....	89
2.6.5	Identitas Responden Berdasarkan Informasi Mengetahui KM. Egon Pelni..	89
2.6.6	Informasi Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan dalam 1 Tahun.	90

BAB III PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG KAPAL PT. PELNI SEMARANG MELALUI KEPUTUSAN PENGGUNAAN.....		92
3.1	Evaluasi Outer Model (Measurement Model).....	92
3.1.1	Validitas Konvergen (Convergent Validity).....	92
3.1.2	Validitas Diskriminan (Discriminant Validity).....	95
3.1.3	Validitas Konvergen (Convergent Validity) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	97
3.1.4	Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Setelah Beberapa Indikator Dihapuskan.....	99
3.1.5	Uji Reliabilitas.....	99
3.2	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian, dan Kepuasan Penumpang.....	100
3.2.1	Persepsi Responden Mengenai Kualitas Pelayanan.....	101
3.2.1.1	Persepsi responden mengenai standar pelayanan petugas.....	101

3.2.2	Persepsi Responden Mengenai Harga.....	124
3.2.2.1	Persepsi responden mengenai keterjangkauan harga tiket.....	124
3.2.2.2	Persepsi responden mengenai kesesuaian harga dengan manfaat jasa yang ditawarkan.....	125
3.2.3	Persepsi Responden Mengenai Keputusan Penggunaan.....	129
3.2.3.1	Persepsi responden mengenai pencarian informasi.....	129
3.2.3.2	Persepsi responden mengenai alternatif kapal lain sebagai pembanding....	130
3.2.4	Persepsi Responden Mengenai Kepuasan Penumpang.....	134
3.2.4.1	Persepsi responden mengenai penawaran jasa yang dirasakan.....	134
3.2.4.2	Persepsi responden mengenai pelayanan petugas.....	135
3.3	Pengujian Model Struktural (Inner Model).....	140
3.3.1	Koefisien Determinasi (R-squared).....	140
3.3.2	Relevansi Prediktif (Q-squared).....	141
3.3.3	Ukuran Efek (F-squared effect size).....	141
3.4	Uji Hipotesis.....	142
3.4.1	Uji Pengaruh Langsung (Direct Effect).....	144
3.4.2	Uji Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect).....	145
3.4.3	Pengujian Mediasi SEM-PLS dengan metode Variance Accounted For (VAF).....	146
3.5	Metode Fit Indices and P values.....	148
3.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	149
3.7	Implikasi Manajerial.....	154
3.7.1	Pengaruh langsung.....	154
3.7.2	Pengaruh Tidak Langsung.....	154
BAB IV	PENUTUP.....	156
4.1	Kesimpulan.....	156

4.2	Saran.....	157
-----	------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Penumpang dibandingkan Tahun Anggaran dan Realisasi KM. Egon Pelni Tahun 2014-2018.....	4
Tabel 1. 2	Penelitian Terdahulu.....	42
Tabel 1. 3	Parameter Uji Validitas dalam Model Partial Least Square (PLS).....	58
Tabel 1. 4	Parameter Uji Reabilitas dalam Model Partial Least Square (PLS).....	59
Tabel 2. 1	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	86
Tabel 2. 2	Identitas Responden Berdasarkan Kelompok Umur.....	87
Tabel 2. 3	Identitas Responden Berdasarkan Mata Pencaharian.....	88
Tabel 2. 4	Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Per Bulan.....	89
Tabel 2. 5	Responden Berdasarkan Informasi Mengetahui KM. Egon Pelni.....	90
Tabel 2. 6	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan dalam Satu Tahun.....	90
Tabel 3. 1	Output Combined Loading and Cross Loading.....	93
Tabel 3. 2	Output Latent Variable Coefficients.....	94
Tabel 3. 3	Output Combined Loading and Cross Loading.....	96
Tabel 3. 4	Output Combined Loading and Cross Loading.....	97
Tabel 3. 5	Output Latent Variable Coefficients.....	98
Tabel 3. 6	Output Combined Loading and Cross Loading.....	99
Tabel 3. 7	Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	100
Tabel 3. 8	Persepsi responden mengenai standar pelayanan petugas.....	101
Tabel 3. 13	Rekapitulasi Responden Variabel Promosi.....	121
Tabel 3. 14	Persepsi responden mengenai keterjangkauan harga tiket.....	124
Tabel 3. 15	Persepsi responden mengenai kesesuaian harga dengan manfaat jasa yang ditawarkan.....	126
Tabel 3. 16	Rekapitulasi Responden Variabel Harga.....	128
Tabel 3. 17	Persepsi responden mengenai pencarian informasi.....	129

Tabel 3. 18 Persepsi responden mengenai alternatif kapal lain sebagai pembandingan.....	130
Tabel 3. 19 Rekapitulasi Responden Variabel Keputusan Penggunaan.....	133
Tabel 3. 20 Persepsi responden mengenai penawaran jasa yang dirasakan.....	134
Tabel 3. 21 Persepsi responden mengenai pelayanan petugas.....	136
Tabel 3. 22 Rekapitulasi Responden Variabel Kepuasan Penumpang.....	139
Tabel 3. 23 R-Squared.....	140
Tabel 3. 24 Q-Squared.....	141
Tabel 3. 25 Effect Size for Path coefficients.....	142
Tabel 3. 26 Direct Effect pada Output Path Coefficient.....	144
Tabel 3. 27 P Values.....	145
Tabel 3. 28 Indirect Effect for paths with 2 segment dan p values.....	146
Tabel 3. 29 Indirect Effect for paths with 2 segment dan p values.....	147
Tabel 3. 30 Perhitungan Metode VAF.....	147
Tabel 3. 31 General SEM Analysis Result.....	149

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	30
Gambar 1. 2 Model Hipotesis.....	46
Gambar 1. 3 Skala Pengukuran Rating Scale.....	55
Gambar 1. 4 Diagram Jalur.....	63
Gambar 1. 5 Model Mediasi dengan Metode VAF.....	66
Gambar 2. 1 Logo PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI).....	72
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT. Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) Semarang.....	74
Gambar 2. 3 KM. Egon Pelni.....	83
Gambar 2. 4 Anjungan Kapal.....	84
Gambar 2. 5 Ruang Nahkoda.....	84
Gambar 2. 6 Kantin.....	84
Gambar 2. 7 Kasur Penumpang.....	85
Gambar 2. 8 Dek Bawah Kapal/Pintu Keluar Masuk.....	85
Gambar 3. 1 Diagram Path Analysis Model.....	143

