

PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMAKAIAN JASA PENGIRIMAN BARANG (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PT. KERTA GAYA PUSAKA (KGP) DI KUPANG)

The Influence of Price, Service Quality and Location on the Decision to use Goods Delivery Services (Case Study on Consumers of PT. Kerta Gaya Pusaka (Kgp) in Kupang)

Benedikta Altrisna^{1,a)}, Paulina Y. Amtiran^{2,b)}, Ronald P. C. Fanggalda^{3,c)}, Apriana H. J. Fanggalda^{4,d)}

^{1,2,3,4)}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia*

Koresponden: ^{a)} altrisnabenedikta@gmail.com, ^{b)} paulinaamtiran@staf.undana.ac.id,

^{c)} ronald.fanggalda@staf.undana.ac.id, ^{d)} apriana.fanggalda@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman barang (studi kasus pada konsumen PT. Kerta Gaya Pusaka (KGP) di Kupang). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui penyebaran kuesioner. Populasi data dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pemakai jasa pengiriman di PT. Kerta Gaya Pusaka dan jumlah sampel yang diambil berjumlah 96 responden dengan menggunakan teknik rumus lemeshow. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman dan lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai adjusted R square sebesar 0,134 yang menunjukkan besar presentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 13,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pemakaian Jasa Pengiriman

PENDAHULUAN

Ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi yang semakin berkembang dengan pesat memberikan banyak pengaruh juga perubahan dalam berbagai aspek kehidupan salah satunya dalam dunia bisnis. Perkembangan bisnis di Indonesia menyebabkan persaingan yang terjadi antar perusahaan semakin ketat. Persaingan dalam dunia bisnis ini terjadi hampir pada semua sektor bisnis tidak terkecuali pada bisnis jasa khususnya jasa pengiriman barang. Persaingan dalam sektor jasa pengiriman barang tampak ketat, salah satunya disebabkan oleh tingginya

frekuensi pengiriman barang yang dilakukan oleh masyarakat luas karena maraknya bisnis online selain itu juga pengiriman dokumen-dokumen yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan atau instansi (Novia & Sutrisna, 2017). Kondisi ini menuntut setiap perusahaan pelaku bisnis jasa pengiriman untuk lebih kreatif dan inovatif, merancang strategi dan mengamati segala faktor yang mempengaruhi pengguna jasa pengiriman atau konsumen dalam mengambil keputusan untuk memakai jasa pengiriman. Keputusan pemakaian jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku Konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2008). Tjiptono (2015) menjelaskan bahwa harga, kualitas pelayanan dan lokasi merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi dalam proses keputusan pemakaian jasa yang dilakukan oleh konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi tolak ukur bagi konsumen dalam mengambil keputusan. Menurut Kotler dan Amstrong (2014) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah ini yang dipertukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau jasa. Selain harga, kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pemakaian jasa. Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2015) dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan pelanggan lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Lokasi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pemakaian jasa. Lokasi yang strategis dan nyaman yang diberikan perusahaan bisa menjadi salah satu tolak ukur bagi konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Lokasi menurut Tjiptono (2015) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Lokasi merupakan tempat usaha yang sangat mempengaruhi keinginan seseorang konsumen untuk datang dan berbelanja.

Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang masih bertahan dan bersaing di tengah menjamurnya perusahaan jasa pengiriman barang adalah PT. Kerta Gaya Pusaka atau yang biasa di kenal dengan nama KGP. PT. Kerta Gaya Pusaka merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penitipan barang, dimana bidang usahanya adalah jasa titipan barang via udara (*courier*), via laut (*cargo*) dan jasa titipan barang via darat. PT. Kerta Gaya Pusaka merupakan perusahaan yang beroperasi lebih dari 50 tahun melayani pengiriman barang. PT. Kerta Gaya Pusaka dalam memenuhi standar pelayanan yang dituntut oleh para pelanggan, membuka kantor-kantor perwakilan yang tersebar di wilayah Indonesia, salah satunya adalah PT. Kerta Gaya Pusaka Cabang Kupang yang beralamat di Jl. Sam Ratulangi II No 31. Menjamurnya perusahaan jasa pengiriman barang yang ada di Kota Kupang dengan persaingan yang semakin ketat, kondisi ini menuntut PT. Kerta Gaya Pusaka (KGP) sebagai pelaku usaha jasa pengiriman untuk menciptakan strategi serta inovasi agar bisa mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pemakaian jasa pengiriman, sehingga mampu untuk bersaing dengan dan unggul dibandingkan dengan pelaku usaha jasa pengiriman lain yang ada di kota Kupang.

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2008) adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar benar akan membeli. Menurut Assauri (2015) keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian, dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tahap dalam proses pengambilan keputusan bagi konsumen untuk memutuskan apakah akan membeli atau tidak suatu produk atau jasa dengan memperhatikan beberapa aspek untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan.

Harga

Kotler dan Keller (2012) menjelaskan bahwa dalam elemen bauran pemasaran harga merupakan satu satunya elemen yang menghasilkan pendapatan, elemen bauran pemasaran lainnya yaitu produk, tempat dan promosi menghasilkan beban. Tjiptono (2008) menjelaskan bahwa harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, di mana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Kotler dan Amstrong (2014) menjelaskan bahwa harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah ini yang dipertukarkan konsumen untuk memperoleh manfaat yang dimiliki dengan menggunakan produk atau jasa. Selain itu Supranto dkk (2017) menjelaskan harga ialah jumlah uang dimana seseorang harus membayar untuk mendapatkan hak menggunakan produk. Berdasarkan beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah nilai yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang/ jasa. Kotler dan Keller (2008) mengemukakan empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan Harga
2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk
3. Daya Saing Harga
4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono dan Chandra (2005) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah fungsi harapan konsumen pada pra pembelian, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen bagus dan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan semakin yakin untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Kotler (2002) menjabarkan kualitas pelayanan dipengaruhi lima dimensi mutu pelayanan, yaitu:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)
2. Keandalan (*Reliability*).
3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

Lokasi

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen (Tjiptono, 2015). Menurut Kotler dan Armstrong (2008) salah satu kunci sukses bisnis adalah lokasi. Pemilihan lokasi yang baik merupakan keputusan yang sangat penting. Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa lokasi adalah tempat dimana usaha berlangsung. Pemilihan lokasi yang strategis dapat berpengaruh terhadap keputusan pelanggan. Semakin strategis suatu lokasi perusahaan, pelanggan akan lebih tertarik dan keputusan pembelian bisa meningkat. Indikator lokasi menurut Tjiptono (2008) yaitu sebagai berikut :

1. Akses.
2. Visibilitas.
3. Tempat parkir
4. Lingkungan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, menggunakan jenis penelitian survey. Dan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Untuk memperoleh data dan pengukuran yang valid maka peneliti melakukan survey dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pemakai jasa pengiriman barang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen pengguna jasa pengiriman PT. Kerta Gaya Pusaka (KGP) yang ada di Kupang. Penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan non probability sampling dengan teknik *Accidental Sampling*. Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (Akdon, 2010), dan diperoleh yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 konsumen pengguna jasa pengiriman PT. Kerta Gaya Pusaka (KGP) di Kupang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.462	3.614		3.172	.002
x1	.265	.099	.258	2.666	.009
x2	.197	.082	.231	2.415	.018
x3	.127	.084	.146	1.515	.133

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan data primer 2024

Dari tabel diatas, dapat dirumuskan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 11.462 + 0,265X_1 + 0,197X_2 + 0,127X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut: nilai konstanta (a) bernilai positif sebesar 11.462. Tanda positif menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen. Artinya jika variabel independen harga, kualitas pelayanan, dan lokasi bernilai nol maka keputusan pemakaian jasa mengalami kenaikan sebesar 11.462. Koefisien regresi variabel harga (X1) memiliki nilai sebesar 0,265 satuan, artinya jika nilai variabel harga (X1) mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan pemakaian jasa akan meningkat sebesar 0,265. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai sebesar 0,197 satuan, artinya jika nilai variabel kualitas pelayanan (X2) mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan pemakaian jasa akan meningkat sebesar 0,197. Koefisien regresi variabel lokasi (X3) memiliki nilai sebesar 0,127 satuan, artinya jika nilai variabel lokasi (X3) mengalami kenaikan 1 satuan maka keputusan mengambil pinjaman akan meningkat sebesar 0,127.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.402 ^a	.162	.134	2.067

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan data primer 2024

Berdasarkan tabel diatas hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,134. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel

independen yaitu harga, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap pengaruh dependen (keputusan pemakaian jasa) sebesar 13,4% dan sisanya sebesar 86,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3.
Hasil Uji t (Uji Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.462	3.614		3.172	.002
x1	.265	.099	.258	2.666	.009
x2	.197	.082	.231	2.415	.018
x3	.127	.084	.146	1.515	.133

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan data primer 2024

Berdasarkan tabel 3, yang diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS maka uji t dari setiap variabel X adalah sebagai berikut:

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pengiriman Pada PT. Kerta Gaya Pusaka.

Karena nilai t_{hitung} (2,666) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,009) lebih kecil daripada α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka

Karena nilai t_{hitung} (2,145) lebih besar dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,018) lebih kecil daripada α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka.

Pengaruh lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka

Karena nilai t_{hitung} (1,515) lebih kecil dari t_{tabel} (1,986) dan nilai signifikansi (0,133) lebih besar daripada α (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hasil pengujian nilai F dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

Tabel 4.
Hasil Uji F (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	75.875	3	25.292	5.919	.001 ^b
Residual	393.083	92	4.273		
Total	468.958	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Sumber: Olahan data primer 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas, tahap-tahap pengujian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

H_0 : Harga, kualitas pelayanan, dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT Kerta Gaya Pusaka

H_a : Harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT Kerta Gaya Pusaka

2. Menentukan F_{hitung} dan nilai signifikan

Dari tabel 4. diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 5.919 dan nilai signifikansi sebesar 0,001.

3. Menentukan F_{tabel}

Mencari F_{tabel} dengan derajat kebebasan $df = n - K - 1 = 96 - 3 - 1 = 92$, (n = jumlah data, K = jumlah variabel independen), pada tingkat alpha (α) = 5% = 0,05, pengujian 2 sisi, maka diperoleh $F_{tabel} = 3,10$

4. Kriteria Pengujian

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

5. Membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

F_{hitung} sebesar 5.919 lebih besar ($>$) dari F_{tabel} sebesar 3,10 dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil ($<$) daripada α (0,05).

6. Kesimpulan

Karena nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan signifikan lebih kecil daripada α maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya Harga, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT Kerta Gaya Pusaka.

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka sehingga dapat diartikan PT. Kerta Gaya Pusaka mengeluarkan keputusan mengenai harga sudah tepat dan sesuai, secara tidak langsung mempengaruhi keputusan pemakaian jasa sebaliknya apabila harga yang ditetapkan kurang tepat maka keinginan konsumen untuk memakai jasa

bisa menurun. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa indikator harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa oleh konsumen PT. Kerta Gaya Pusaka, sehingga dapat diartikan bahwa pelanggan memiliki persepsi bahwa harga yang ditetapkan PT. Kerta Gaya Pusaka terjangkau dengan hasil yang diberikan sesuai dengan harga yang dikeluarkan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Milasari dan Indah (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa(Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pemakaian jasa yang dilakukan oleh konsumen begitu juga sebaliknya apabila kualitas pelayanan menurun maka akan diikuti dengan menurunnya keputusan pemakaian jasa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurlina, Milasari dan Indah (2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa dan penelitian yang dilakukan oleh Suratmiyati dan Yudhi Anggoro (2020) terdapat adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan Pembelian Produk Dan Jasa Di Villa Victoria Boutique Residence Malang. Sejalan dengan penelitian (Jema et al., 2023) kualitas pelayanan secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada SiCepat Express Cabang Kupang yang akan meningkatkan Keputusan pemakain jasa tersebut.

Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa(Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk memakai jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka. Sebagian konsumen yang menjadi responden setuju bahwa lokasi kantor PT. Kerta Gaya Pusaka yang nyaman, tersedianya tempat parkir yang memadai, serta letak kantor yang strategis dan dapat dilihat dari jarak pandang normal menjadi salah satu alasan konsumen memakai jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka. Namun beberapa responden lainnya tidak setuju akan hal itu. Ini dikarenakan adanya faktor lain seperti kualitas pelayanan yang baik juga PT. Kerta Gaya Pusaka memberikan pelayanan menjemput barang langsung ke alamat konsumen sehingga hal ini menyebabkan letak lokasi kantor KGP tidak terlalu berpengaruh atas keputusan konsumen untuk memakai jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka.

Pengaruh, Harga, kualitas layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa

Berdasarkan hasil uji F (simultan) menunjukkan harga, kualitas pelayanan, dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pemakaian Jasa pada PT. Kerta

Gaya Pusaka. Penetapan harga paket pengiriman yang terjangkau oleh konsumen dapat menjadi faktor penting dalam mengambil keputusan pemakaian jasa. Seperti yang diketahui semakin tinggi harga yang ditawarkan untuk suatu paket pengiriman maka semakin rendah minat untuk mengambil keputusan pemakaian jasa. Kualitas pelayanan yang baik juga sangat berpengaruh akan keputusan pemakaian jasa yang dilakukan oleh konsumen. Kualitas layanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru dan dapat mengurangi kemungkinan konsumen lama untuk berpindah ke perusahaan lain. Selain harga dan kualitas pelayanan, lokasi yang strategis juga memiliki pengaruh akan keputusan pemakaian jasa. Tanpa ada hubungan yang baik diantara ketiganya, maka akan berakibat pada keputusan pemakaian jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka, dimana pelanggan akan merasa tidak tertarik untuk memakai jasa PT. Kerta Gaya Pusaka. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Seran, Fanggidae, Amtiran, Filipus (2022) menyatakan bahwa adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di bengkel arthur Kupang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada konsumen PT. Kerta Gaya Pusaka mengenai Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka.
2. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pengiriman pada PT. Kerta Gaya Pusaka
3. Hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka
4. Hasil uji hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pada PT. Kerta Gaya Pusaka

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan berguna bagi perkembangan dan pertumbuhan kinerja semua pihak.

1. Bagi Perusahaan

Bagi pihak perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah baik di mata konsumen. Untuk penentuan harga, diharapkan pihak PT. Kerta Gaya Pusaka agar dapat disesuaikan dengan pelaku jasa pengiriman yang lain.

2. Bagi Peneliti Peneliti selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel bebas penelitian agar hasil penelitian bisa menjadi suatu ukuran yang dilihat untuk menentukan variabel apa yang memiliki pengaruh paling besar dalam peningkatan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Adon, R. D. (2010). *Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1-8.
- Jema, C., Foenay, C. C., Dhae, Y. K. I. D. D., Fanggidae, R. P. C., & Manajemen, P. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA PENGIRIMAN SICEPAT EXPRESS CABANG KUPANG The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction For The Kupang Branch Of SiCepat Express Delivery Services Koresponden : a*. 1037–1045.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management Mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Cv. Andi Offset .
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2005. *Manajemen Kualitas Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip & Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Armstrong . 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12) Jilid 1, Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. 2015, *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Novia, H. E., & Sutrisna, E (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di pekanbaru (studi PT. JNE (jalur ngraha ekakurir) pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 4(2), 1-15.
- Seran, R. A., Fanggidae, R. P., Amtiran, P. Y., & Suryaputra, F. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Arthur Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 3(3-Sept), 221-232.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Supranto & Limakrisna, Nandan 2017. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Suratmiyati. S & Anggoro, Y. (2020). Pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk jasa. *MBR (Management and Business Review)*, 4(1), 52–59.