

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHAAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah JNE Agen Utama Demak

JNE merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pelayaran dan logistik, dengan kantor pusat utama berlokasi di Jakarta. Perusahaan yang awalnya bernama PT Tiki Lintas Nugraha Ekakurir ini didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprapto Suparno. JNE beroperasi sebagai anak perusahaan PT Citra van Titipan Kilat (TIKI) dan berperan mengawasi jaringan ekspres internasional. Meskipun awalnya sederhana dengan hanya delapan karyawan dan modal Rp 100 juta, JNE terutama bergerak dalam bidang fasilitasi kegiatan kepabeanan, impor barang, dokumentasi, dan jasa pengiriman dari luar negeri ke Indonesia. Pada tahun 1991, JNE menjalin keanggotaannya di *Asia Multinational Express Companies Association (ACCA)* yang berkantor pusat di Hongkong. Langkah strategis ini dilakukan JNE dengan tujuan untuk memperkuat jaringan globalnya. Oleh karena itu, JNE mempunyai potensi untuk mendorong kemajuan berbagai wilayah di dunia.

Selanjutnya, menyikapi ketatnya persaingan di pasar domestik, JNE mengambil keputusan strategis untuk memperluas jaringan domestiknya. Pemanfaatan jaringan domestik TIKI dan reputasi yang terkait dengan nama JNE memberikan keunggulan kompetitif tersendiri bagi JNE dalam upayanya memperluas layanan logistik dan distribusi di pasar domestik. TIKI dan JNE telah berkembang menjadi entitas yang berbeda dengan lintasan yang berbeda, sehingga mengambil peran sebagai pesaing. Selanjutnya, JNE mengalami transisi untuk menjadikan dirinya sebagai entitas otonom yang terpisah dari TIKI, menetapkan struktur manajemen yang berbeda dan mengadopsi logo unik yang berbeda dari TIKI. Saat ini, JNE menyandang predikat sebagai jaringan layanan logistik dan distribusi terbesar di Indonesia. Pada tahun 2002, JNE mengakuisisi properti dan selanjutnya mendirikan Operations sorting centre JNE..¹

¹ “Profil JNE,” Profil JNE, diakses Pada 12 Juli, 2022, <https://www.jne.co.id>

2. Visi dan Misi JNE

Visi:

Menjadi perusahaan logistik terdepan di negeri sendiri yang berdaya saing global.

Misi:

Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.²

3. Letak Geografis

Lokasi JNE Agen Wedung Demak Beralamat di Desa Bungo Lor RT 04 RW 07. Letak Lokasi JNE Agen Wedung Demak ini terbilang sangat strategis karena banyak sekali UMKM yang berbasis online.³

B. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini menggunakan gambaran umum partisipan untuk menjelaskan keadaan atau karakteristik responden, sehingga menawarkan wawasan tambahan mengenai hasil penelitian.

Tujuan dari data deskriptif penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai data penelitian, dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan terhadap sampel 97 partisipan, peneliti mengategorikan responden menjadi empat kelompok berbeda :

1. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	48	49,5%
Perempuan	49	50,5%
Total	97	100,0%

Sumber Data: Data Penelitian, Diolah 2023

Data yang disajikan pada tabel menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen JNE adalah responden perempuan yaitu sebesar 50,5% atau 49 orang, sedangkan sisanya sebesar 49,5% adalah responden laki-laki yang berjumlah 48 orang.

² Hasil Observasi Di JNE Agen Wedung Demak, Tanggal 26 Juni 2023.

³ Hasil Observasi Di JNE Agen Wedung Demak, Tanggal 26 Juni 2023.

2. Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia responden adalah sebagai berikut

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<20 tahun	16	16,5%
>40 tahun	2	2,1%
20-30 tahun	72	74,2%
31-40 tahun	7	7,2%
Total	97	100%

Sumber Data: Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan temuan penelitian yang dilakukan terhadap sampel 97 konsumen JNE, diketahui bahwa basis konsumen JNE terdiri dari individu-individu dari berbagai kelompok umur. Di antara responden, ditemukan bahwa mayoritas konsumen JNE, yaitu 74,2%, adalah individu berusia antara 20 dan 30 tahun. Selain itu, 7,2% responden berada dalam rentang usia 31 hingga 40 tahun. Perlu diketahui, sisa responden terdiri dari individu berusia 40 tahun ke atas yang dapat dikategorikan sebagai lansia. Jumlah total individu yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah dua orang, mewakili proporsi 2,1% dari keseluruhan sampel. Selain itu, terdapat 16 peserta yang berusia di bawah 20 tahun, yang merupakan 16,5% dari total responden.

3. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden adalah sebagai berikut

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Karyawan swasta	50	51,5%
Lainnya	18	18,6%
Pelajar/Mahasiswa	14	14,4%
Wirausaha	15	15,5%
Total	97	100%

Sumber Data: Data Penelitian, Diolah 2023

Tabel yang tersedia menunjukkan bahwa sampel sebanyak 97 peserta mencakup berbagai kategori pekerjaan. Secara khusus, 50 orang, yang mencakup 51,5% responden, bekerja di sektor

swasta. Selain itu, terdapat 14 pelajar, yang merupakan 14,4% sampel, dan 15 wirausaha, yang mewakili 15,5% peserta. Total terdapat 18 orang, yang merupakan 6% dari populasi yang telah beralih dari pekerjaan lain, yaitu sebanyak 18 orang.

4. Pendapatan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
<500.000	10	10,3%
500.000-1.000.000	11	11,3%
Diatas 1.000.000	76	78,4%
Total	97	100%

Sumber Data: Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa di antara konsumen JNE yang disurvei, terdapat 97 orang yang memiliki tingkat pendapatan bervariasi. Secara khusus, 10 orang memiliki pendapatan di bawah 500.000, yang merupakan 10,3% dari sampel, sementara 11 orang memiliki pendapatan berkisar antara 500.000 dan 1 juta, yang merupakan 11,3% dari sampel. Jumlah maksimum individu. Sebanyak 76 peserta melaporkan pendapatan tahunan melebihi 1 juta.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban responden mengenai variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai beriku

1. Variabel Keputusan Penggunaan

Tabel 4. 5 Hasil jawaban skala Keputusan Penggunaan

Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
KP1	Sangat Tidak Setuju	3	3,1%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	23	23,7%
	Setuju	44	45,4%
	Sangat Setuju	24	24,7%
KP2	Sangat Tidak Setuju	3	3,1%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	12	12,4%
	Setuju	47	48,5%
	Sangat Setuju	32	33%

Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
KP3	Sangat Tidak Setuju	2	2,1%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	16	16,5%
	Setuju	54	55,7%
	Sangat Setuju	22	22,75%
KP4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	4	4,1%
	Netral	12	12,4%
	Setuju	50	51,5%
	Sangat Setuju	30	30,9%
Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
KP5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	5	5,2%
	Netral	15	15,5%
	Setuju	47	48,5%
	Sangat Setuju	29	29,9%

Sumber Data : Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, deskripsi kuisisioner tentang variable keputusan penggunaan (Y) adalah sebagai berikut :

- Item KP 1, Keputusan Penggunaan menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang (3,1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 23 orang (23,7%), setuju 45 orang (45,4%), dan sangat setuju sebanyak 24 orang (24,7%)
- Item KP 2, Keputusan Penggunaan menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang (3,1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 12 orang (12,4%), setuju 47 orang (48,5%), dan sangat setuju sebanyak 32 orang (33%)
- Item KP 3, Keputusan Penggunaan menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang (2,1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 16 orang (16,5%), setuju 54 orang (55,7%), dan sangat setuju sebanyak 22 orang (22,7%)
- Item KP 4, Keputusan Penggunaan menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 4 orang (4,1%), netral sebanyak 12 orang (12,4%), setuju 50 orang (51,5%), dan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,9%)
- Item KP 5, Keputusan Penggunaan menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 5 orang (5,2%), netral sebanyak 15 orang (15,5%), setuju 47 orang (48,5%), dan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9%)

2. Variabel *Service Quality*

Tabel 4. 6 Hasil jawaban skala *Service Quality*

Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
SQ1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	1	1%
	Netral	19	19,6%
	Setuju	53	54,6%
	Sangat Setuju	23	23,7%
SQ2	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Netral	12	12,4%
	Setuju	47	48,5%
	Sangat Setuju	36	37,1%
SQ3	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	1	1,0%
	Netral	15	15,5%
	Setuju	50	51,5%
	Sangat Setuju	31	32,0%
SQ4	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Netral	15	15,5%
	Setuju	41	42,3%
	Sangat Setuju	38	39,2%
SQ5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	9	9,3%
	Setuju	48	49,5%
	Sangat Setuju	37	38,1%

Sumber Data : Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas deskripsi kuisioner tentang variable *Service Quality* (X1) adalah sebagai berikut :

- a. Item SQ 1, *Service Quality* menunjukkan bahwa responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju 1 orang (1%), netral sebanyak 19 orang (19,6%), setuju 53 orang (54,6%), dan sangat setuju sebanyak 23 orang (23,7%)
- b. Item SQ 2, *Service Quality* menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 2 orang (2,1%), netral sebanyak 12 orang (12,4%), setuju 47 orang (48,5%), dan sangat setuju sebanyak 36 orang (37,1%)

- c. Item SQ 3, *Service Quality* menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 1 orang (1%), netral sebanyak 15 orang (15,5%), setuju 50 orang (51,5%), dan sangat setuju sebanyak 31 orang (32%)
- d. Item SQ 4, *Service Quality* menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 2 orang (2,1%), netral sebanyak 15 orang (15,5%), setuju 41 orang (42,3%), dan sangat setuju sebanyak 38 orang (39,2%)
- e. Item SQ 5, *Service Quality* menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 9 orang (9,3%), setuju 48 orang (49,5%), dan sangat setuju sebanyak 37 orang (38,1%)

3. Variabel Harga

Tabel 4. 7 Hasil jawaban Skala Harga

Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
H1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	1	1%
	Netral	15	15,5%
	Setuju	46	47,4%
	Sangat Setuju	34	35,1%
H2	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	31	32%
	Setuju	33	34%
	Sangat Setuju	30	30,9%
H3	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Netral	16	16,5%
	Setuju	39	40,2%
	Sangat Setuju	39	40,2%

Sumber Data : Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas deskripsi kuisioner tentang variable Harga (X2) adalah sebagai berikut :

- a. Item H 1, Harga menunjukkan bahwa responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju 1 orang (1%), netral sebanyak 15 orang (15,5%), setuju 46 orang (47,4%), dan sangat setuju sebanyak 34 orang (35,1%)
- b. Item H 2, Harga menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral

sebanyak 31 orang (32%), setuju 33 orang (34%), dan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,9%)

- c. Item H 3, Harga menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 2 orang (2,1%), netral sebanyak 16 orang (16,5%), setuju 39 orang (40,2%), dan sangat setuju sebanyak 39 orang (40,2%).

4. Variabel Lokasi

Tabel 4. 8 Hasil jawaban skala Lokasi

Skala	Skala Linkert	Jumlah	Persentase
L1	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Netral	17	17,5%
	Setuju	48	49,5%
	Sangat Setuju	29	29,9%
L2	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	5	5,2%
	Netral	17	17,5%
	Setuju	45	46,4%
	Sangat Setuju	30	30,9%
L3	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	12	12,4%
	Setuju	55	56,7%
	Sangat Setuju	27	27,8%
L4	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	3	3,1%
	Netral	14	14,4%
	Setuju	47	48,5%
	Sangat Setuju	32	33%
L5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Tidak Setuju	4	4,1%
	Netral	8	8,2%
	Setuju	53	54,6%
	Sangat Setuju	31	32%
L6	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Netral	12	12,4%
	Setuju	55	56,7%
	Sangat Setuju	28	28,9%

Sumber Data : Data Penelitian, Diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, deskripsi kuisioner tentang variabel lokasi adalah sebaagai berikut :

- a. Item L 1, Lokasi menunjukkan bahwa responden menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1%), tidak setuju 2 orang (2,1%), netral sebanyak 17 orang (17,5%), setuju 48 orang (49,5%), dan sangat setuju sebanyak 29 orang (29,9 %)
- b. Item L 2, Lokasi menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 5 orang (5,2%), netral sebanyak 17 orang (17,5%), setuju 45 orang (46,4%), dan sangat setuju sebanyak 30 orang (30,9%)
- c. Item L 3, Lokasi menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 12 orang (12,4%), setuju 55 orang (56,7%), dan sangat setuju sebanyak 27 orang (27,8%)
- d. Item L 4, Lokasi menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral sebanyak 14 orang (14,4%), setuju 47 orang (48,5%), dan sangat setuju sebanyak 32 orang (33%)
- e. Item L 5, Lokasi menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 4 orang (4,1%), netral sebanyak 8 orang (8,2%), setuju 53 orang (54,6%), dan sangat setuju sebanyak 31 orang (32%)
- f. Item L 6, Lokasi menunjukkan responden menjawab sangat tidak setuju (0%), tidak setuju 2 orang (2,1%), netral sebanyak 12 orang (12,4%), setuju 55 orang (56,7%), dan sangat setuju sebanyak 28 orang (28,9%)

D. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menilai validitas kuesioner. Validitas suatu kuesioner ditentukan oleh sejauh mana pertanyaan tersebut secara akurat menilai konstruk atau variabel yang dimaksud.⁴

Berdasarkan uji instrumen yang telah dilakukan dengan 97 responden, maka diperoleh hasil validitass sebagai berikut :

⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Diponegoro, 2011), 52

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corelation Item-total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Service Quality</i> (X1)	SQ 1	0,816	0,1996	Valid
	SQ 2	0,759	0,1996	Valid
	SQ 3	0,747	0,1996	Valid
	SQ 4	0,846	0,1996	Valid
	SQ 5	0,836	0,1996	Valid
Harga (X2)	H 1	0,786	0,1996	Valid
	H 2	0,878	0,1996	Valid
	H 3	0,872	0,1996	Valid
Lokasi (X3)	L 1	0,720	0,1996	Valid
	L 2	0,847	0,1996	Valid
	L 3	0,832	0,1996	Valid
	L 4	0,864	0,1996	Valid
	L 5	0,852	0,1996	Valid
	L 6	0,871	0,1996	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	KP 1	0,887	0,1996	Valid
	KP 2	0,804	0,1996	Valid
	KP 3	0,890	0,1996	Valid
	KP 4	0,907	0,1996	Valid
	KP 5	0,880	0,1996	Valid

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Berdasarkan data yang tersaji pada tabel di atas, terlihat bahwa koefisien korelasi r hitung untuk setiap item variabel melebihi nilai kritis ($r \text{ tabel} = 0,1996$) dan menunjukkan nilai positif. Akibatnya, semua item masalah dapat dianggap valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk memastikan sejauh mana suatu kuesioner dapat diberikan berulang kali, khususnya kepada responden yang sama, sekaligus menghasilkan data yang stabil dan konsisten.⁵ Reliabilitas suatu kuesioner ditentukan oleh konsistensi tanggapan individu terhadap pertanyaan selama periode waktu tertentu.

⁵ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 235

Kriteria yang diterima secara umum untuk menentukan reliabilitas suatu instrumen adalah bahwa instrumen tersebut harus memiliki koefisien Alpha Cronbach lebih besar dari 0,60. Hasil yang diperoleh diperoleh dari uji reliabilitas yang dilakukan terhadap sampel sebanyak 97 responden:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Crombach's Alpha	Keterangan
<i>Service Quality</i>	5	0,860	Valid
Harga	3	0,802	Valid
Lokasi	6	0,911	Valid
Keputusan Penggunaan	5	0,921	Valid

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Berdasarkan tabel yang tersedia terlihat bahwa setiap item dari setiap variabel yang diuji (X_1 , X_2 , X_3) menunjukkan nilai yang berbeda-beda.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan derajat korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Idealnya persamaan regresi menunjukkan korelasi yang lemah dengan variabel independen.

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Pengujian ini dilakukan dengan melakukan analisis regresi yang mempertimbangkan koefisien korelasi antara nilai variance inflasi faktor (VIF) dan korelasi independen. Kriteria yang digunakan terdiri dari nilai toleransi $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ yang menunjukkan tidak adanya permasalahan multikolinearitas.⁶

Berikut adalah hasil pengujian dari ketiga variabel

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
<i>Service Quality</i>	,767	1,303
Harga	,651	1,536
Lokasi	,581	1,722

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas semuanya berada di atas 0,10. Secara spesifik variabel kualitas pelayanan mempunyai nilai toleransi sebesar 0,767, variabel harga mempunyai nilai toleransi sebesar 0,651, dan variabel lokasi mempunyai nilai toleransi sebesar 0,581 serta VIF. Variabel yang dipertimbangkan menunjukkan nilai di bawah 10. Secara spesifik nilai VIF variabel kualitas pelayanan sebesar 1,303, variabel harga sebesar 1,536, dan variabel posisi sebesar 1,722. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dipertimbangkan tidak menunjukkan multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan adanya nilai toleransi melebihi 0,10 dan nilai VIF dibawah 1

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menilai validitas teknik regresi linier dalam menentukan adanya korelasi antara *confounding error* pada periode t dengan *confounding error* pada periode sebelumnya (t-1). Jika terjadi korelasi, hal ini menunjukkan adanya masalah autokorelasi.⁷

Untuk mengetahui adanya autokorelasi, dimungkinkan untuk menilai nilai Watson. Dengan menganalisis nilai tersebut, dapat ditentukan adanya masalah autokorelasi :

- a. Jika $0 < d < dL$, berarti terdapat autokolerasi positif
- b. Jika $4 - dL < d < 4$, berarti terdapat autokolerasi negative
- c. Jika $dU < d < 4 - dU$, berarti tidak terdapat autokolerasi positif ataunegatif
- d. Jika $dL \leq d \leq 4 - dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak menyakinkan.

Berikut adalah hasil dari pengujian ketiga variabel

Tabel 4. 12 Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,770 ^a	,593	,580	2,492	2,074
a. Predictors: (Constant), L.X3, SQ.X1, H.X2					
b. Dependent Variable: KP.Y					

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 139

Tabel diatas menunjukkan nilai DW sebesar 2,074. Berdasarkan data yang tersaji pada tabel dw terlihat nilai dL sebesar 1,584, sedangkan nilai Du sebesar 1,756. Penilaian yang digunakan untuk memastikan adanya autokorelasi didasarkan pada ketimpangan $dU < d < 4-dU$. Hasil yang diperoleh disajikan di bawah ini.

$dU < d < 4-dU$
$1,756 < 2,074 < (4-1,756)$
$1,756 < 2,074 < 2,244$

Berdasarkan temuan di atas, terlihat bahwa variabel d berada pada rentang dU dan 4-dU. Hal ini berarti tidak adanya autokorelasi positif atau negatif. Oleh karena itu, analisis regresi berganda berfokus pada pengujian dampak *service quality*, harga, dan lokasi terhadap proses pengambilan keputusan mengenai pemanfaatan layanan. Pemanfaatan jasa pengiriman barang JNE khususnya agen Wedung Demak tidak menunjukkan penolakan terhadap hipotesis nol (H_0) yang menunjukkan tidak adanya permasalahan autokorelasi.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah nilai residu yang diperoleh dari regresi memenuhi distribusi normal dalam model regresi. Secara umum model regresi mengasumsikan bahwa nilai residu sesuai dengan distribusi normal.⁸

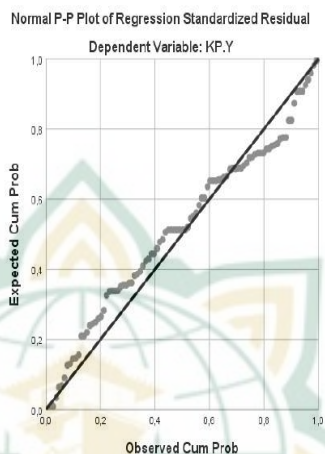
a. Metode Grafik

Pendekatan yang digunakan melibatkan pemeriksaan distribusi data melalui garis referensi diagonal pada plot probabilitas-probabilitas (P-P) normal yang berasal dari plot residu standar regresi. Jika titik-titik data didistribusikan secara linier melintasi suatu area dan sepanjang diagonal, pendekatan pengambilan keputusan yang tepat akan melibatkan penggunaan cara residualnya.

⁸ Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi, dan Sosial* (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 72-73.

Berikut adalah *Normal P-P Plot of Regressions Standardized Residual*

Tabel 4. 13 Uji Normalitass (Normal Probabilty Plot



Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Berdasarkan P-P plot yang diamati terlihat titik-titik data sedikit menyimpang dari garis lurus dan mengikuti diagonal yang menunjukkan distribusi normal.

- b. Metode Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*
 Metodologi ini digunakan untuk menguji sebaran data, khususnya untuk menentukan apakah sebaran sisa berada pada sebaran normal. Normalitas distribusi dapat ditentukan dengan memverifikasi bahwa nilai signifikansi melebihi 0,05, yang menunjukkan bahwa nilai residu sesuai dengan distribusi normal.

Berikut hasil dari uji *one sample kormogorov smirnov*

Tabel 4. 14 one sample kormogorov smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	97
Test Statistic	,107
Asymp. Sig. (2-tailed)	,008 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

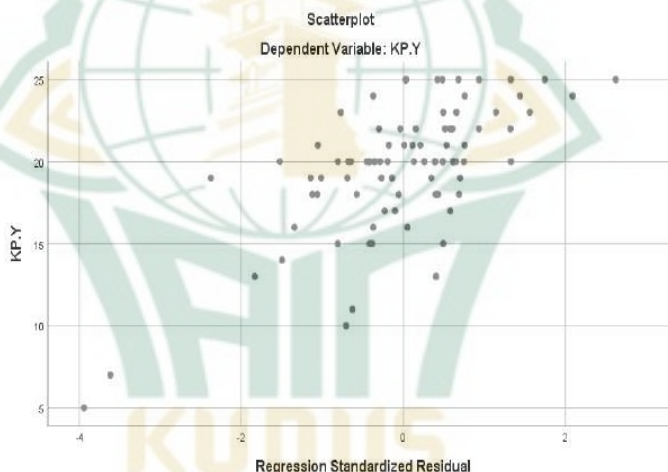
Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa tingkat signifikansi hitung sebesar (0,08) melebihi ambang batas signifikansi sebesar 0,05. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa residu menunjukkan distribusi normal, sehingga menunjukkan bahwa data yang mendasarinya juga mengikuti distribusi normal.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat variasi residu suatu observasi dalam suatu model regresi yang berbeda dengan observasi lainnya.

Berikut *scatterplot* dari hasil uji antara *studentized residual* (SRESID) serta nilai prediksi standar (ZPRED),

Tabel 4. 15 Scatterplot dari hasil uji antara studentized residual (*sresid*) serta nilai prediksi standar (*zpred*),



Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Berdasarkan scatter plot di atas, terlihat bahwa nilai-nilai pada sumbu y terdistribusi secara acak di sekitar nilai numerik nol. Berdasarkan analisis dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

F. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah metode statistik yang digunakan untuk memperkirakan sejauh mana nilai variabel terikat kemungkinan akan berubah ketika nilai variabel bebas diubah. Analisis

berganda digunakan ketika peneliti berupaya meramalkan perubahan (baik kenaikan maupun penurunan) pada variabel terikat (juga dikenal sebagai kriteria), dan ketika dua atau lebih variabel bebas dimanipulasi sebagai prediktor, sehingga mengakibatkan perubahan pada nilainya.

Berikut hasil dari analisis linier berganda diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4. 16 Hasil Analisis Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t_{hitung}	Sig.
Constan	-2,956	-1,447	0,151
SQ.X1	0,324	0,256	0,001
H.X2	0,564	0,312	0,000
L.X3	0,323	0,379	0,000
F_{hitung}		45,115	
R square		0,593	

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel tersebut maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -2,956 + 0,324X_1 + 0,564X_2 + 0,323X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan penggunaan
- A = Konstanta
- X_1 = *Service Quality*
- X_2 = Harga
- X_3 = Lokasi
- E = Standart Error
- β_1 = Koefisien regresi variabel *Service Quality*
- β_2 = Koefisien regresi variabel Harga
- β_3 = Koefisien regresi variabel Lokasi

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut :

- a. Koefisien konstanta variabel an ditentukan sebesar -2,956. Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) bernilai 0 maka variabel keputusan penggunaan tidak mengalami peningkatan. Artinya, apabila ketiga argumen tersebut bernilai nol, maka belum ada

keputusan untuk mempekerjakan JNE dalam penyediaan jasa.

- b. Koefisien *service quality* sebesar 0,324 menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *service quality* dengan keputusan penggunaan, dengan peningkatan keputusan penggunaan sebesar 32,4% untuk setiap peningkatan satuan *service quality*. Koefisien positif menunjukkan korelasi langsung dan positif antara *service quality* dan keputusan penggunaan. Seiring dengan meningkatnya tingkat *service quality*, kemungkinan memilih layanan pengiriman JNE juga meningkat.
- c. Koefisien harga sebesar 0,564 menunjukkan bahwa untuk setiap kenaikan satuan harga, terdapat kenaikan sebesar 56,4% dalam keputusan penggunaan. Koefisien positif menandakan adanya korelasi positif antara harga dan keputusan penggunaan. Dengan naiknya harga, kecenderungan untuk menggunakan jasa pengiriman JNE juga meningkat. Koefisien lokasi yang ditunjukkan dengan nilainya sebesar 0,323 berarti bahwa untuk setiap peningkatan satuan lokasi, terdapat peningkatan sebesar 32,3% pada keputusan penggunaan. Koefisien tersebut bertanda positif yang menunjukkan adanya hubungan langsung antara letak geografis dengan kecenderungan menggunakan jasa pengiriman JNE. Seiring bertambahnya jumlah lokasi, jumlah keputusan penggunaan juga bertambah.

2. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan, yang biasa dilambangkan dengan R^2 , berfungsi sebagai indikator kemampuan model untuk menjelaskan fluktuasi yang diamati pada variabel independen (atau dependen). Nilai R^2 yang rendah menunjukkan terbatasnya daya penjas variabel independen terhadap variabel dependen.⁹

Dalam penelitian ini variabel terikat (Y) yaitu keputusan penggunaan kemudian variabel bebas yaitu *service quality* (X1), harga (X2) dan lokasi (X3). Hasil uji menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 ^a	,593	,580	2,492

Sumber Data : Data Penelitian, diolah 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien determinasi R^2 yang diwakili oleh nilai R-squared adalah sebesar 0,593. Nilai tersebut menandakan bahwa sekitar 59,3% keputusan individu dalam memanfaatkan jasa pengiriman JNE dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas layanan, harga, dan lokasi. Sebaliknya, sisanya sebesar 40,7% keputusan dipengaruhi oleh faktor eksternal. Penelitian ini menguji dampak variabel tambahan terhadap hasil penelitian.

3. Uji koefisien regresi secara simultan (Uji F)

Penelitian ini melakukan uji koefisien regresi secara simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y). Tabel analisis varians menyajikan penilaian komprehensif mengenai pengaruh gabungan kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan penggunaan. Hasil tes disajikan dengan cara berikut:

Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (X) mempunyai pengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel dependen (Y). Jika dilihat dari tabel distribusi F dengan derajat kebebasan 93, terlihat nilai F tabel sebesar 2,470. Selain itu, F hitung yang dihitung ditentukan sebesar 45,115. Adanya nilai F hitung positif yang lebih besar dari F tabel menunjukkan bahwa aturan pengambilan keputusan berpengaruh.

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, terlihat bahwa nilai F hitung melebihi nilai F tabel yaitu $45,115 > 2,470$. Nilai signifikansi sebesar 0,00 ($< 0,05$) menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan harga. Penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas layanan, harga, dan lokasi terhadap proses pengambilan keputusan pemanfaatan layanan pengiriman produk JNE. Temuan menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara faktor-faktor tersebut dengan keputusan memilih layanan pengiriman barang JNE.

4. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian t-statistik ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel bebas (*Service Quality*, Harga dan Lokasi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Keputusan Penggunaan). Pengujian ini dilakukan menggunakan analisis nilai probabilitas signifikan dan membandingkan nilai t_{tabel} .

Uji koefisien regresi secara parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh *service quality*, harga dan lokasi mempengaruhi individu untuk melakukan keputusan penggunaan.

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan $(df)=n-k-1$, (n) merupakan jumlah sampel dan (k) adalah jumlah variabel. Sehingga t tabel diperoleh nilai $(df)=97-4-1$ dengan signifikansi 0,05 adalah 1,98580 dibulatkan menjadi 1,986. Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berikut hasil dari uji regresi secara parsial (uji t)

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,956	2,043		1,447	,151
	SQ.X1	,324	,096	,256	3,388	,001
	H.X2	,564	,148	,312	3,804	,000
	L.X3	,323	,074	,379	4,363	,000

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut

- Pengaruh *service quality* terhadap keputusan penggunaan berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,388 yang mana apabila dibandingkan maka diperoleh hasil $3,388 > 1,986$ maka nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,001 ($0,001 < 0,005$) hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *service quality* dengan keputusan penggunaan. Oleh karena itu H_{a1} dalam penelitian ini yang menyatakan terdapat pengaruh positif *quality service* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE diterima.

- b. Pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,804 yang mana apabila dibandingkan maka diperoleh hasil $3,804 > 1,986$ maka nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,005$) hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan penggunaan. Oleh karena itu Ha2 dalam penelitian ini yang menyatakan terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE diterima.
- c. Pengaruh lokasi terhadap keputusan penggunaan berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,379 yang mana apabila dibandingkan maka diperoleh hasil $4,363 > 1,986$ maka nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,005$) hal ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan keputusan penggunaan. Oleh karena itu Ha1 dalam penelitian ini yang menyatakan terdapat pengaruh positif lokasi dengan keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE diterima.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan dan parsial terhadap keputusan pemanfaatan jasa distribusi kargo JNE terlihat dari uraiannya dalam penelitian.

1. Pengaruh *service quality* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE

Temuan penelitian ini diperkuat dengan hipotesis awal yang menyatakan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dengan pilihan menggunakan jasa pengiriman kargo JNE. Berdasarkan analisis perbandingan t hitung $>$ t tabel terlihat nilai t_{hitung} sebesar 3,388 dan hasil perbandingan sebesar $3,388 > 1,986$. Oleh karena itu, nilai probabilitas signifikansi t hitung $>$ t tabel dihitung sebesar 0,001 ($0,001 < 0,005$). Temuan ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan pemanfaatan barang JNE. Terdapat korelasi penting antara proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan layanan pengiriman.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta penyediaan penyampaian yang meningkatkan harapan konsumen. Seperti

dikemukakan oleh Tjiptono, ekspektasi konsumen mencakup prasangka yang dimiliki konsumen sebelum terlibat atau membeli suatu produk, yang kemudian menjadi tolok ukur untuk menilai kinerja produk.¹⁰

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh R. Ananda Irhasr Maha Adiprayitno dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Penggunaan pada Konsumen JNE Agen Putro Wetan Surabaya” Variabel kualitas pelayanan (X2) dan variabel penyusunnya yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) mempunyai pengaruh positif signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian (Y). Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini secara kolektif memberikan pengaruh sebesar 40,7% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 59,3% disebabkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam analisis.¹¹

Berdasarkan temuan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas layanan yang tinggi memberikan dampak positif terhadap proses pengambilan keputusan individu dalam memanfaatkan suatu layanan tertentu. Agen JNE Wedung Demak selama ini telah menunjukkan kualitas pelayanan yang luar biasa. Oleh karena itu, guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap agen JNE Wedung Demak, disarankan agar manajemen fokus pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini akan memastikan pelanggan merasakan rasa nyaman dan puas dalam melakukan transaksi pembelian.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE

Temuan penelitian ini didukung oleh hipotesis kedua yang menyatakan adanya hubungan antara harga dengan pilihan menggunakan jasa pengiriman kargo JNE. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel terlihat nilai t hitung sebesar 3,804 dan hasil perbandingannya adalah $3,804 > 1,986$. Oleh karena itu, nilai probabilitas yang menunjukkan signifikansi nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel adalah

¹⁰ Heri Diyan Kurniawan, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Yogyakarta,” 74

¹¹ R. Ananda Irhasr Maha Adiprayitno, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE Di Agen Putra Agung Wetan Surabaya,” 106.

sebesar 0,000 <0,005. Hal ini berarti pemanfaatan distribusi kargo JNE mempunyai pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap keputusan pelayanan.

Kotler mengusulkan kerangka kerja yang terdiri dari enam tahapan berbeda untuk pengembangan kebijakan penetapan harga. Tahapan tersebut meliputi :

- a. Organisasi memilih tujuan penetapan harga.
- b. Estimasi kurva permintaan oleh perusahaan melibatkan penentuan kemungkinan kuantitas terjual pada berbagai titik harga.
- c. Berbagai perusahaan membuat estimasi mengenai perubahan biaya pada tingkat yang berbeda-beda.
- d. Proses menghasilkan dan mengumpulkan pengetahuan praktis dalam berbagai tahap produksi.
- e. Organisasi memilih metodologi penetapan harga.
- f. Penentuan harga akhir dilakukan oleh perusahaan.¹²

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Heri Diyah Kurniawati dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen JNE Yogyakarta” Variabel harga (X1) dan variabel penyusunnya yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan lokasi (X3) mempunyai pengaruh signifikan dan positif secara statistik terhadap keputusan pembelian (Y). Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini secara kolektif menyumbang 7,4% dari variasi yang diamati dalam keputusan pembelian. Sisanya sebesar 92,6% variasi disebabkan oleh faktor-faktor yang tidak dimasukkan dalam analisis.¹³

Temuan penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap gagasan bahwa persepsi harga berdampak pada keputusan penggunaan. Artinya, pertimbangan dan pemahaman yang matang terhadap persepsi harga dapat berdampak signifikan terhadap proses pengambilan keputusan terkait pemanfaatan layanan pengiriman Agen JNE Wedung Demak. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor biaya berpengaruh signifikan terhadap pilihan individu dalam memanfaatkan jasa pengiriman JNE.

¹² Kotler dan Keller, Manajemen pemasaran. Jilid I Edisi ke 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), 197

¹³ Heri Diyah Kurniawati, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE Yogyakarta,” 78.

3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE

Hasil penelitian ini didukung oleh hipotesis ketiga yaitu adanya hubungan antara lokasi dengan keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE. Signifikansi data observasi dapat diketahui dengan membandingkan nilai hitung sebesar 3,379 dengan nilai t tabel. Dalam hal ini nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 1,986 maka menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan. Lebih lanjut, nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$, semakin mendukung adanya signifikansi statistik.

Menurut Tjiptono, proses pemilihan lokasi atau lokasi fisik memerlukan evaluasi yang cermat terhadap faktor-faktor berikut:

- a. Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- b. Lalu lintas (traffic), adanya sejumlah besar orang yang lewat memberikan prospek yang baik untuk melakukan pembelian, dengan mempertimbangkan dua faktor utama. Pertama, keputusan pembelian sering kali terjadi secara spontan, tanpa perencanaan yang disengaja atau upaya bersama. Kedua, terjadinya kemacetan dan kemacetan lalu lintas dapat menghambat peluang tersebut di atas.
- c. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- d. Ekspansi, tersedianya tempat yang cukup luas apabila ada perluasan di kemudian hari.
- e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar mendukung produk yang ditawarkan.¹⁴

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nur Farida dan Dwi Santi Apriyanti dengan judul “Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Memilih Jasa Pengiriman Barang PT. JNE Gresik” Variabel yang mewakili lokasi (X1) mempunyai pengaruh positif signifikan secara statistik terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini secara kolektif memberikan pengaruh sebesar 31,8% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 68,2% disebabkan oleh variabel lain yang tidak

¹⁴ Irmayanti Hasan, “*Manajemen Operasional Perspektif Integratif*”, 73.

dimasukkan dalam analisis.¹⁵

Berdasarkan analisis yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa keputusan pemanfaatan jasa pengiriman dipengaruhi oleh lokasi sebagai faktor penentu. Hal ini terutama disebabkan oleh kemudahan akses ke agen JNE Wedung Demak yang menawarkan banyak pilihan dalam pengiriman barang.

4. Pengaruh *service quality*, harga dan lokasi terhadap pengaruh penggunaan jasa pengiriman barang JNE

Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu $45,115 > 2,470$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan *service quality*, harga dan lokasi berpengaruh terhadap pengaruh penggunaan jasa pengiriman barang JNE. Hasil koefisien determinan yakni nilai R^2 (R^2) = 0,593, Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar, khususnya 59,3%, keputusan individu untuk menggunakan jasa pengiriman kargo JNE dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kualitas layanan, harga, dan lokasi. Namun perlu diperhatikan bahwa sisa 40,7% proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini.

Menurut Kotler dan Keller, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku pembeli sehingga menimbulkan variasi dalam pilihan yang diambil konsumen. Proses pengadaan spesifik mencakup langkah-langkah berurutan berikut:

a. Mengenali kebutuhan

Proses mengenali dimulai dengan memahami persyaratan. Pembeli merasakan adanya kesenjangan antara kondisi yang ada dan sejumlah kondisi yang disukai. Kebutuhan-kebutuhan tersebut di atas dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang terkesan cenderung aktif mencari informasi secara langsung. Konsumen menunjukkan kecenderungan untuk terlibat dengan layanan tertentu ketika mereka memiliki kecenderungan yang kuat dan ketika layanan tersebut secara efektif memenuhi kebutuhan mereka.

¹⁵ Nur Farida, Dwi santi aprilyani, “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Jasa Pengiriman Barang Pada PT. JNE Gresik”, 60

c. Evaluasi alternatif

Konsumen menggunakan informasi yang mereka miliki untuk menilai pilihan layanan pengiriman alternatif, bergantung pada tahap keputusan mereka sebagai pembeli.

d. Keputusan pembeli

Tahap terakhir memainkan peran penting dalam membentuk keputusan pembelian karena fase ini ditandai dengan perolehan informasi yang sangat kuat.¹⁶

Berdasarkan tahap pembelian konsumen saat ini. Selama fase ini, konsumen mengevaluasi dan menetapkan peringkat terhadap berbagai layanan, kemudian mengembangkan preferensi untuk memanfaatkan layanan tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nurlina Milasari dan Dewi Rosa Indah dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsung” bahwa hasil dari pengujian hipotesis, secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, juga lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil uji secara parsial juga disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁷

Temuan analisis penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diteliti yaitu *service quality*, harga, dan lokasi ditemukan mempunyai pengaruh secara simultan dan parsial terhadap proses pengambilan keputusan mengenai pemanfaatan jasa pengiriman kargo JNE. Penerapan strategi bauran pemasaran yang efektif, yang mencakup identifikasi jenis layanan, harga promosi, penawaran layanan, dan fasilitas fisik yang terstruktur dengan baik, dapat secara signifikan meningkatkan minat konsumen dan memfasilitasi keputusan pembelian yang tepat mengenai layanan yang tersedia. Demikian pula, penyediaan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan dan pembentukan hubungan atau persepsi positif dengan mereka

¹⁶ Kotler dan Keller, “manajemen pemasaran, jilid I edisi ke 13”, 197.

¹⁷ Nurlina, Milasari, dan Dewi Rosa Indah “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsung.”, 9

dapat secara signifikan mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen dalam memanfaatkan layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian terkait layanan pengiriman JNE, disarankan agar manajemen JNE lebih fokus pada bauran pemasaran yang digunakan, layanan pelanggan yang diberikan, dan pembentukan persepsi konsumen yang baik.

