

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PENGIRIMAN PAKET DI KANTOR POS JAKARTA SELATAN

Firdaus¹
Prof. Drs.
M. Suparmoko,
MA, Ph.D²

Email: hayfirdaus19@gmail.com, msuparmoko@yahoo.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur

ABSTRAKSI

This study entitled analysis of service quality, facilities and prices on the decision of package delivery service users at the South Jakarta Post Office. Which has an independent variable service quality (X1), facilities (X2), price (X3) and independent variables of purchase decisions (Y). The purpose of this study was to determine the effect of service quality (X1), price (X2), and facilities (X3) on purchasing decisions (Y) at the South Jakarta Post Office. For a population of 1,350 users, 100 samples were taken using the Taro Yamene formula. The sampling technique used is Probability Sampling by sampling using Random Sampling. The analysis tool used by IBM software version 20.0 consists of multiple linear regression analysis and the regression equation formed is $Y = 0.966 + 1.188 X_1 + 0.331 X_2 + 0.203 X_3$. From the results of calculations that have been done, it can be seen that the Adjusted R Square value is 0.488. This can be interpreted as variable service quality, facilities and prices have a contribution to the influence of the purchasing decision variable of 48.8% while the remaining 51.2% is influenced by other variables outside of this study. Service quality and facility variables have a significant influence on purchasing decisions, while price variables have no effect. After doing the research, it can be concluded that the linear regression model used in this study is feasible.

Keywords: Service Quality, Facilities, Prices, User Decisions

PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini perkembangan jasa pengiriman paket sangat diminati masyarakat luas, oleh karena itu banyak perusahaan jasa pengiriman paket yang bermunculan dan bersaing untuk merebut pasar. Pangsa Pasar jasa pengiriman paket yang dinilai cukup besar dan menjanjikan membuat banyak perusahaan pengiriman menekuni bisnis tersebut. Begitu pula dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia yang juga bergerak dibidang tersebut. Akan tetapi dengan hanya bermodalkan jam terbang dan pengalaman saja tentu tidak cukup. Maka dari itu PT. Pos Indonesia (Persero) harus meningkatkan kualitas pelayanan, menambah fasilitas dan memberikan harga yang pas agar sesuai dengan harapan para penggunanya.

Pembatasan Masalah

Untuk lebih memusatkan penelitian dan pembahasan tidak meluas yang akan mengakibatkan terjadinya kesalahan interpretasi terhadap tujuan, maka penulis membatasi pembahasannya sebagai berikut :

1. Penelitian dilaksanakan pada Kantor Pos Jakarta Selatan.
2. Penelitian dilakukan pada periode September – Desember 2018.
3. Penelitian fokus pada variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga Terhadap Keputusan Pengguna.
4. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pengguna jasa pengiriman paket di kantor pos Jakarta Selatan.

KAJIAN TEORI

Manajemen Pemasaran

Menurut Subagyo (2010), “Manajemen pemasaran” ialah Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian sebuah program yang dibentuk untuk membuat, mendirikan dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan demi mencapai tujuan organisasi.

Keputusan Pembelian

Menurut Etta Mamang (2014) ialah proses penyelesaian masalah dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Kualitas Pelayanan

Menurut Subagyo (2010) kualitas mempunyai beberapa level antara lain universal, cultural dan sosial.

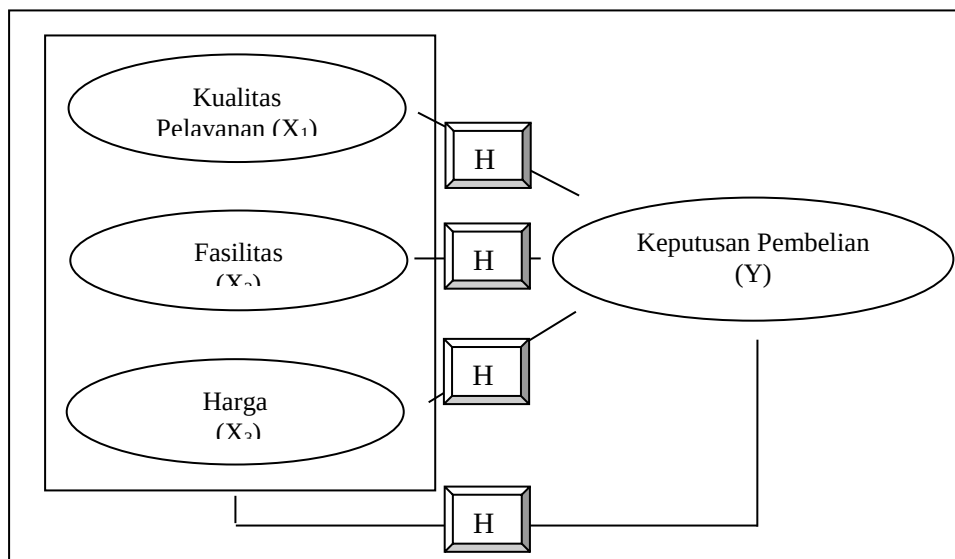
Pengertian Fasilitas

Menurut Tjiptono dan Candra (2012) fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada konsumen, fasilitas merupakan sesuatu yang sangat penting dalam usaha jasa, kelengkapan desain interior dan eksterior serta kebersihan fasilitas harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Pengertian Harga

Menurut Alma (2016): harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1

Kerangka Pemikiran Hipotesis

Penelitian

1. H1: kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
2. H2: Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
3. H3: Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.
4. H4: kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan variabel dependen keputusan pembelian (Y). sedangkan variabel independennya adalah kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), harga (X_3). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa pengiriman paket di kantor pos Jakarta Selatan. Teknik *probability sampling* dan teknik *simple random sampling* dipilih untuk pengambilan sampel yaitu secara acak tanpa melihat strata pada populasi. wawancara dilakukan untuk mengetahui pendapat para pengguna jasa serta menyebar 100 kuesioner untuk 100 orang responden yang masuk dalam kategori data primer. Setelah data terkumpul diolah menggunakan *SPSS Statistic* versi 20.0 untuk mengetahui kelayakan data tersebut untuk di analisis dan apakah hasil ananlisis data sudah cukup mewakili. Adapun uji akan dilakukan terdiri atas uji validitas, uji reabilitis, uji multikolinieritas dan uji hetetroskedatisitas, lalu data yang lolos akan di uji lagi dengan regresi linier berganda, uji f, uji t dan uji determinan.

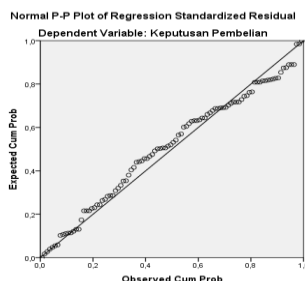
PEMBAHASAN

Uji Validiitas dan Uji Realiabilitas Dalam uji validitas dan reliabilitas seluruh item pernyataan untuk variabel yang diuji memiliki nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel (0,196). Sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan untuk seluruh variabel adalah valid.. Serta pada uji reliabilitas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha > 0,6 maka indikator pernyataan dari masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel dan dapat diterima.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Data

- a. One Sample Kolmogorov-Smirnov Hasil uji normalitas dalam metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dari ouput SPSS 20.0 Jika nilai asymp.Sig.(2-tailed) lebih besar tingkat kesalahan yang digunakan nilai Asymp Sig. (2-Tailed) adalah 0,569 itu artinya data tersebut berdistribusi normal karena $0,569 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan berdistribusi normal.
- b. Normal P-Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Pengolahan Data Output SPSS 20.0

Gambar 2

Hasil Uji Normalitas Data

Terlihat bahwa sebaran data berada disekitar garis diagonal tidak terpancar jauh dan searah dengan garis diagonal. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa persyaratan normalitas bisa dipenuhi.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1
Uji Multikolinieritas

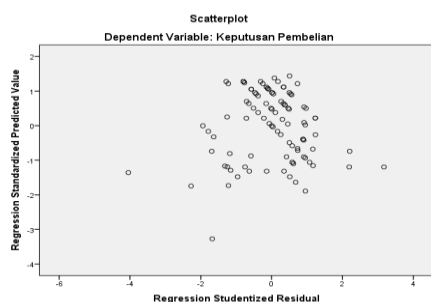
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	,694	1,440
	Fasilitas	,693	1,442
	Harga	,986	1,014

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20.0

Dari Tabel di atas dapat dilihat bahwa :

- Variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki Tolerance sebesar $0,694 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $1,440 < 10$
- Variabel fasilitas (X_2) memiliki Tolerance sebesar $0,693 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $1,442 < 10$
- Variabel harga (X_3) memiliki Tolerance sebesar $0,986 > 0,1$ dan memiliki nilai VIF $1,014 < 10$

Uji Heteroskedastisitas



Sumber data : Hasil output SPSS 20.0

Gambar 3

Grafik Scatterplot dengan Variabel Dependen Keputusan Pembelian

Terlihat titik – titik menyebar secara acak, dan juga menyebar diatas dan dibawah angka 0. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga model ini layak digunakan dalam penelitian

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda-Metode Enter

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,966	2,681		,360	,720
1 Kualitas Pelayanan	1,188	,216	,474	5,498	,000

Dilanjutkan...

Lanjutan...

Fasilitas	,331	,086	,333	3,852	,000
Harga	,203	,133	,110	1,519	,132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Output SPSS 20.0

Uji regresi linear ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂) dan fasilitas (X₃) terhadap keputusan pembelian (Y). Tabel diatas dapat membandingkan besarnya P-Value pada kolom sig dengan signifikan sebesar 0,05 dengan hipotesis sebagai berikut :

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

$$Y = 0,966 + 1,188 X_1 + 0,331 X_2 + 0,203 X_3$$

$$(5,498) \quad (3,852) \quad (1,519)$$

Persamaan regresi tersebut diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta 0,966 artinya : jika kualitas pelayanan (X₁), harga (X₂), dan fasilitas (X₃) nilainya 0 atau tidak memiliki pengaruh, maka keputusan pembelian(Y) nilainya sebesar 0,966.
2. koefisien regresi (β) X₁ mempunyai nilai sebesar 1,188 memberikan arti bahwa kualitas pelayanan (X₁) sebesar 1 maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 1,188.
3. koefisien regresi (β) X₂ mempunyai nilai sebesar 0,331 memberikan arti bahwa fasilitas (X₂) sebesar 1 maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,331.
4. koefisien regresi (β) X₃ mempunyai nilai sebesar 0,203 memberikan arti bahwa harga (X₃) sebesar 1 maka akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,203.

Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Tabel 3

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,504	,488	2,079

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Output SPSS 20.0

Untuk hasil koefisien determinasi atau Adjusted R Square sebesar 0,488 atau 48,8%, angka tersebut berarti 48,8%% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 51,2% . Std Error of the Estimate 2,079 artinya kesalahan yang dapat terjadi dalam memprediksi keputusan pembelian sebesar 2,07.

Uji Persamaan Parsial Uji T

Tabel 4
Uji Analisis secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,966	2,681		,360	,720
1 Kualitas Pelayanan	1,188	,216	,474	5,498	,000
Fasilitas	,331	,086	,333	3,852	,000
Harga	,203	,133	,110	1,519	,132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Pengolahan Data Output SPSS 20.0

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) (t hitung = 5,498 Sig = 0,000)
Artinya, variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. Variabel Fasilitas (X_2) (t hitung = 3,852 : Sig = 0,000)
Artinya, variabel fasilitas (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y)
3. Variabel Harga (X_3) (t hitung = 1,519 : Sig = 0,132)
Artinya, variabel harga (X_3) secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

Uji Keterandalan Model (Uji F)

Tabel 5
Hasil Analisis secara Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	421,025	3	140,342	32,467	,000 ^b
Residual	414,975	96	4,323		
Total	836,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas

Sumber : Hasil Output SPSS 20.0

Diketahui hasil dari nilai sig. Sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Pelayanan(X_1), Fasilitas(X_2), Harga(X_3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y).

Interpretasi Hasil Penelitian

Dari hasil interpretasi nilai variabel-variabel yang diikutsertakan dalam penelitian ini, dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap keputusan pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan menurut para responden sudah baik. Dari sekian banyak hasil interpretasi nilai rata-rata jawaban responden, mendapat interpretasi setuju.

1. Keterikatan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian(Y).

Nilai Sig. untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,000. Karena nilai t hitung 5,498 lebih kecil dari nilai t tabel 1,984 serta Sig. 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05.

Variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan.

2. Keterikatan Fasilitas (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai Sig. untuk variabel fasilitas adalah 0,000. Karena nilai t hitung 3,582 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 serta Sig. 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 Variabel fasilitas (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan.

3. Keterikatan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Nilai Sig. untuk variabel harga adalah 0,132. Karena nilai t hitung 6,338 lebih besar dari nilai t tabel 1,984 serta Sig. 0,132 lebih besar dari tingkat kesalahan 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial variabel harga (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan

4. Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga keterikatan terhadap keputusan pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan. karena nilai F_{hitung} 32.467 lebih besar dari nilai F_{tabel} 2,700 : serta nilai sig 0,000 lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 atau (5%) : maka H_0 : ditolak H_1 diterima artinya secara simultan (bersama – sama) Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Harga berkaitan terhadap Keputusan Pembelian di Kantor Pos Jakarta Selatan.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini merupakan hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS versi 20.0* dari hasil pengolahan tersebut diperoleh kesimpulan berdasarkan hasil penelitian mengenai keterkaitan kualitas pelayanan, harga, dan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan kereta api di stasiun poris tangerang. Penulis akan menyampaikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, sebagai berikut :

1. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Hasil pengujian secara simultan menunjukan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan 12. Bandung : CV. ALFABETA
- Etta mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing In Business*. Edisi 1. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality & Statification. Edisi Yogyakarta: CV. ANDI

Jurnal Penelitian Sebelumnya :

- Deni Setiawan dan Mohammad Maskan, 2018, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Semoga Jaya Mandiri, 2407-3741.
- Tuti Hardiyanti, Darwin Lie, Efendi, Andy Wijaya, 2017, Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemandian Alam Sejuk (PAS) Mariah Jambi (Survei Pada Mahasiswa Semester VI Tahun Akademik 2015/2016 Stie Sultan Agung Pematangsiantar), Vol. 3, No. 1, 2502-4434.
- Acai Sudirman, Darwin Lie, Efendi, Andy Wijaya, 2017, Pengaruh Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Sinar Siantar Sari Pematangsiantar, Vol. 3, No. 1, 2502-4434