

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara

Eric Hermawan ^{1*}, Vitri Marliani ²

^{1,2,}

Institute of Social Sciences and Management STIAMI, Jakarta, Indonesia

¹eric@stiami.ac.id, ²vitrimarliani03@gmail.com

* corresponding author

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 22-08-2024

Revised : 29-08-2024

Accepted : 10-09-2024

Keywords :

Price;

Service Quality;

Decision to use Services;

ABSTRACT

The phenomenon in this research is related to the increasingly fierce competition in the shipping service industry. Some of the problems that occur regarding complaints of 'delivered' status sent but the package has not been received, the package received is wrong or confused with other packages, employees are not friendly in providing services, and payment transactions cannot use e-payment. The purpose of this research was to determine the impact of price and service quality on the decision to use services at JNE Express Tanjung Priok, North Jakarta. This research uses quantitative method with a descriptive analysis approach. The population is consumers at JNE Express Tanjung Priok North Jakarta. The sample was taken using the Slovin formula calculation. Data analysis using multiple linear regression models, T test, F test, and R2 coefficient of determination test. The results showed that simultaneously the variables Price and Service Quality affect the Decision to Use Services. This is evidenced by the results of the F test which has a significance value of 0.000 < 0.05. The T test results for the Price variable are 0.006, the Service Quality variable is 0.000 where the value is smaller than 0.05. Based on the results of the T test, it can be concluded that all variables, namely Price and Service Quality, have an impact on the Decision to Use Services. The results of the coefficient of determination (R2), the decision to use services at JNE Express Tanjung Priok North Jakarta is influenced by the price and service quality variables of 0.581 or (58.1%), while the remaining 41.9% is influenced by other variables which were not examined in this research.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa di Indonesia semakin mengalami pertumbuhan yang pesat, menyebabkan persaingan di dalamnya menjadi semakin ketat. Pada kondisi ini, perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam sektor jasa pengiriman barang harus terus melakukan inovasi agar dapat mempertahankan posisinya pada industri yang sejenis. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, pelaku bisnis di sektor jasa pengiriman barang harus terus berinovasi dan mengembangkan strategi-strategi yang handal yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang mereka tawarkan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman barang adalah PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir, yang biasa dikenal sebagai JNE. JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara menawarkan berbagai layanan pengiriman paket dan dokumen, termasuk reguler (REG), yakin esok sampai (YES), ongkos kirim ekonomis (OKE), Super Speed, dan JNE trucking (JTR). Dengan beragamnya produk yang ditawarkan, konsumen memiliki banyak opsi untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga konsumen dapat menentukan tarif harga yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara harus menetapkan tarif yang kompetitif.

Menurut Lubis (2015), Harga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan penjualan, namun juga berperan dalam membangun citra jangka panjang suatu produk atau jasa. Harga harus dapat mempengaruhi perilaku konsumen sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Fauzi (2017), Harga merupakan nilai tukar atas manfaat suatu produk yang diukur dalam satuan moneter. Dalam hal ini, harga mencerminkan biaya yang harus dibayar untuk mendapatkan sebuah produk.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor utama dalam menentukan keputusan penggunaan jasa layanan. Kualitas pelayanan tercermin dengan baik ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Menurut Tjiptono dalam (Indrasari, 2019:61), Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Oleh karena itu, pelanggan harus menjadi fokus utama dalam strategi pemasaran karena mereka semakin cerdas dan selektif dalam memilih jasa pengiriman yang menyediakan pelayanan berkualitas.

Kondisi ini mendorong perusahaan untuk aktif dalam menyediakan layanan jasa yang efisien dan responsif, serta menghadapi tantangan teknologi yang terus berkembang dengan menganalisis permintaan dan kebutuhan pelanggan di masa depan. Namun masih terdapat masalah-masalah yang terjadi pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara. Sehingga dilakukan pra survey dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden yang merupakan konsumen JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara dan didapat beberapa permasalahan yang terjadi mengenai keluhan status “*delivered*” terkirim namun paket belum diterima, Paket yang diterima salah atau tertukar dengan paket lain, Karyawan tidak ramah dalam memberikan pelayanan, dan Transaksi pembayaran tidak bisamenggunakan *e-payment*.

Dengan adanya keluhan tersebut, konsumen merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Sehingga permasalahan tersebut harus segera diatasi karena hal tersebut berpotensi menimbulkan kerugian pada perusahaan dimasa yang akan datang, karena kualitas pelayanan yang kurang atau tidak sesuai dengan harapan konsumen dapat mempengaruhi keputusan penggunaan jasa layanan pada JNE Express.

Keputusan penggunaan jasa layanan terjadi ketika konsumen telah menerima layanan dan konsumen kemudian merasa puas atau tidak puas. Adanya kepuasan dan ketidakpuasan tidak lepas dari konsep keputusan pembelian. Menurut Rahardjo dalam (Annisa & Yoestini, 2023), keputusan penggunaan memiliki makna yang sama dengan keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar menggunakan jasa layanan tersebut. Sebelum menggunakan jasa layanan seorang konsumen melewati beberapa tahap proses pembelian dalam keputusan oleh konsumen, di mana mereka secara efektif memilih untuk membeli suatu produk yang mencakup harga dan kualitas pelayanan yang menjadi tolak ukur bagi konsumen sebelum mereka benar-benar menggunakan proses keputusan penggunaan jasa layanan pada JNE Express.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.

KAJIAN LITERATUR

1. Manajemen Logistik

Manajemen logistik, menurut Siahaya dalam (Widianingrum, 2022), merupakan bagian dari *Supply Chain Management* yang mengatur, melaksanakan, dan mengendalikan aliran barang yang efektif dan efisien dari titik asal ke titik konsumsi, termasuk transportasi, penyimpanan, distribusi, dan jasa layanan serta informasi terkait.

2. Harga

Menurut Kotler dalam (Agatha & mariaagathawidya, 2018), harga merupakan salah satu komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan faktor lainnya menghasilkan biaya.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mengacu pada kondisi atau layanan yang diberikan oleh individu kepada orang lain, yang dapat memicu perasaan puas atau tidak puas pada pihak yang menerima interaksi tersebut. Menurut Tjiptono (2014:268), Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen.

4. Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

Menurut Rahardjo dalam (Annisa & Yoestini, 2023). Keputusan Penggunaan dapat disamakan dengan Keputusan Pembelian. Keputusan Penggunaan menurut Peter dan Olson dalam (Aprilia & Susanti, 2022) menyatakan bahwa keputusan penggunaan adalah proses integrasi yang digunakan untuk penggabungan pengetahuan, mengevaluasi dua atau lebih kemungkinan, dan memilih salah satu diantaranya. Sedangkan Keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong (Indrasari, 2019), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana orang atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, dan menilai barang, ide atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian yang sudah ditetapkan, penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2015:35), mengatakan bahwa penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih. Tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan yang dapat diubah antara keduanya. Menurut Sugiyono (2015:7), metode kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data dengan menggunakan statistik kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Operasional Variabel

Operasional variabel diperlukan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasional variabel bertujuan untuk mendefinisikan skala pengukuran setiap variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan secara akurat, maka peneliti mengelompokkan variabel independen yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y).

Tabel 1 Kisi-Kisi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
----------	---------	-----------

<p>Harga (X1)</p> <p>Sumber: Kotler dan Armstrong (Indrasari 2019:44)</p>	1. Keterjangkauan Harga	<p>1. Harga JNE Express dapat dijangkau oleh semua konsumen</p> <p>2. Harga JNE Express bervariasi sesuai estimasi sampai</p>
	2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas produk/jasa	<p>3. Harga JNE Express sesuai dengan kualitas yang ada</p> <p>4. Harga JNE Express sesuai dengan hasil yang diinginkan konsumen</p>
	3. Kesesuaian Harga dengan Manfaat produk/jasa	<p>5. Harga JNE Express sesuai dengan manfaat yang diperoleh</p> <p>6. Harga JNE Express memiliki manfaat yang bagus dibanding ekspedisi lain</p>
	4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga	<p>7. Harga JNE Express dapat bersaing dengan ekspedisi lain</p> <p>8. Harga JNE Express lebih ekonomis</p>
<p>Kualitas Pelayanan</p> <p>Sumber: Ijuptono (Indrasari, 2019:65)</p>	1. Keandalan (Reliability)	<p>1. Paket sampai tepat waktu sesuai yang dijanjikan</p> <p>2. JNE Express memberikan keamanan barang saat pengiriman</p>
	2. Daya Tanggap (Responsiveness)	<p>3. Karyawan JNE Express bersedia menerima komplain</p> <p>4. Karyawan JNE Express memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen</p>
	3. Jaminan (Assurance)	<p>5. JNE Express memberikan ganti rugi bila konsumen bersedia mengasuransikan barang/paket yang dikirimkan</p> <p>6. Karyawan JNE Express dapat dipercaya</p>
	4. Empati (Empathy)	<p>7. Karyawan JNE Express melayani dengan sepenuh hati</p> <p>8. Karyawan JNE Express berkomunikasi pada konsumen dengan cara yang menyenangkan</p>
	5. Bukti Fisik (Tangible)	<p>9. Karyawan JNE Express berpenampilan sopan dan rapi</p> <p>10. JNE Express memiliki peralatan yang modern</p>
<p>Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y)</p>	1. Pilihan Produk	<p>1. Keputusan membeli produk pada JNE Express sesuai keinginan</p> <p>2. Terkadang saya menggunakan produk reguler karena harganya lebih terjangkau</p>

Sumber: Kotler dan Armstrong (2016:188)	2. Pilihan Merek	3. JNE Express karena memiliki nama baik dalam industri pengiriman
		4. JNE Express karena sudah terkenal di Indonesia
	3. Pilihan Penyalur	5. Lokasi JNE Express dekat dengan tempat tinggal
		6. JNE Express memiliki jaringan yang luas sampai ke pelosok negeri
	4. Waktu Pembelian	7. Paket JNE Express sampai dengan cepat
		8. Paket JNE Express sampai tepat waktu
	5. Jumlah Pembelian	9. Setiap pengiriman menggunakan layanan yang berbeda
		10. Menggunakan produk JNE Express lebih dari 1 kali
	6. Metode Pembayaran	11. JNE Express dapat melakukan pembayaran secara digital
		12. JNE Express mempunyai metode pembayaran yang beragam

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian, populasi merupakan kumpulan objek yang dijadikan sebagai sumber penelitian, seperti benda, orang, atau peristiwa yang terjadi sebagai objek atau sarana penelitian. Hal ini sesuai dengan pendapat Sugiyono (2015:80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara periode November 2023 hingga April 2024.

Sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e² : Batas toleransi kesalahan 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{16082}{1 + 16082 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{16082}{1 + 160,82}$$

$$n = \frac{16082}{161,82} = 99,3\%$$

Maka berdasarkan hasil di atas sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *probably sampling* dengan teknik *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan sampel atau elemen secara acak dimana elemen atau anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penentuan penggunaan teknik *simple random sampling* karena anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu Sugiyono (2015:82).

Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengkaji data dengan cara meringkas atau mendeskripsikan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau membuat generalisasi (Sugiyono, 2015:147). Penelitian menggunakan 2 variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan dan 1 variabel dependen Keputusan Penggunaan Jasa Layanan. Kuesioner terdiri dari 30 pernyataan yang diberikan kepada 99 responden. Hasil kuesioner tersebut diteliti lebih lanjut menggunakan perhitungan metode SPSS 26.

2. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mendapatkan data yang valid dari instrumen yang valid. Menurut Sugiyono (2015:121), hasil penelitian yang valid apabila data yang diperoleh terdapat kesamaan dengan data yang terjadi pada objek penelitian yang diteliti. Metode uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap nilai item dengan total nilai item. Dengan jumlah dari keseluruhan nilai item.

Pengujian validitas instrument ini menggunakan *SPSS statistic 26* dengan kriteria berikut:

- a. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2015), uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu objek secara bersama-sama untuk mendapatkan hasil yang sama. Uji reliabilitas menentukan apakah penelitian tetap konsisten atau sama apabila dinilai berulang kali dengan alat ukur yang sama. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan statistik SPSS. Item-item pertanyaan yang telah dianggap sah dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya, uji reliabilitas ini sangat bergantung pada kesungguhan konsumen dalam menjawab seluruh item pertanyaan penelitian. Standar *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6 maka dinyatakan reliabel. Adapun kriteria dari uji reliabilitas

adalah:

- a. Apabila nilai r Alpa $>$ tabel, maka instrument kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Apabila nilai r Alpa $<$ tabel, maka instrument kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Juliandi et al., 2014:160) merupakan alat untuk mengetahui apakah model dari regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Cara lain untuk menguji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data terdistribusi normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig (2- tailed) $>$ 0,05 dalam Uji Kolmogorov-Smirnov.

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas menurut (Ghozali, 2021:157), bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam suatu model regresi saling berkorelasi. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya korelasi diantara variabel independen. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai *tolerance* $<$ 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $>$ 10, artinya terjadi multikolinieritas. Jika nilai *tolerance* $>$ 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) $<$ 10, artinya tidak terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lainnya. Salah satunya dengan cara mendekati heteroskedastisitas yaitu dengan melihat pola tertentu jika ada titik-titik membentuk sebuah

pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Juliandi et al., 2014:161).

4) Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) Sugiyono (2015:178). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima H_a ditolak
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 diterima H_a ditolak

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2015), uji F dilakukan guna mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima, H_a ditolak jika $F_{tabel} < F_{hitung}$
- 2) H_0 ditolak, H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

5) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) menurut (Sugiyono, 2015) merupakan nilai yang mengindikasikan seberapa kuat hubungan linear antara dua variabel. Formula umum yang digunakan untuk menghitung koefisien determinasi menggunakan kriteria berikutini:

Tabel 2 Interpretasi Koefisien

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2015:184)

6) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan sebagai alat untuk menganalisa apakah variabel bebas (harga dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat (keputusan penggunaan jasa layanan). Menurut Sugiyono (2015:192), model persamaan regresi linear berganda didalam penelitian ini dapat ditunjukkan dengan cara sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Di mana:

Y = Variabel terikat α = Konstanta

b_1 = koefisien regresi variabel bebas x_1 b_2 = koefisien regresi variabel bebas x_2 X_1 = Variabel bebas pertama (Harga)

X_2 = Variabel bebas kedua (Kualitas Pelayanan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada penelitian ini variabel X1 memiliki 8 pernyataan, variabel X2 memiliki 10 pernyataan dan variabel Y memiliki 12 pernyataan. Hasil pernyataan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3 Rekapitulasi Skor Variabel Harga (X1)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
1	Harga pengiriman JNE Express dapat dijangkau oleh semua konsumen	4,40	Sangat Baik
2	Harga pengiriman JNE Express bervariasi sesuai estimasi sampai	4,51	Sangat Baik
3	Harga pengiriman JNE Express sesuai dengan kualitas yang ada	4,15	Baik
4	Harga pengiriman JNE Express sesuai dengan hasil yang diinginkan	4,55	Sangat Baik
5	Harga pengiriman JNE Express sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	4,17	Baik
6	Harga pengiriman JNE Express memiliki manfaat yang bagus dibanding ekspedisilain	3,90	Baik
7	Harga pengiriman JNE Express dapat bersaing dengan ekspedisi lain	4,19	Baik
8	Harga pengiriman JNE Express lebih ekonomis	4,10	Baik
Rata-rata penafsiran		4,24	Sangat Baik

Tabel 4 Rekapitulasi Skor Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
1	Paket sampai tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan	4,16	Baik
2	JNE Express memberikan keamanan barang saat pengiriman	4,40	Sangat Baik
3	Karyawan JNE Express bersedia menerima komplain apabila terjadi kesalahan yang tidak disengaja	4,17	Baik
4	Karyawan JNE Express memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen	4,30	Sangat Baik
5	JNE Express memberikan ganti rugi bila konsumen bersedia mengasuransikan barang/paket yang dikirimkan	4,17	Baik
6	Karyawan JNE Express dapat dipercaya dalam segala hal oleh konsumen	4,25	Sangat Baik
7	Karyawan JNE Express melayani dengan sepenuh hati	4,29	Sangat Baik
8	Karyawan JNE Express berkomunikasi pada konsumen dengan cara yang menyenangkan	4,12	Baik
9	Karyawan JNE Express berpenampilan sopan dan rapi	4,24	Sangat Baik
10	JNE Express memiliki peralatan yang modern	4,23	Sangat Baik
Rata-rata penafsiran		4,23	Sangat Baik

Tabel 5 Rekapitulasi Skor Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y)

No	Pernyataan	Nilai	Keterangan
1	Saya membeli produk pada JNE Express sesuai kebutuhan setelah membandingkan beberapa produk layanan yang berbeda	4,27	Sangat Baik
2	Kadang kala saya menggunakan produk reguler karena harganya lebih terjangkau	4,45	Sangat Baik
3	Saya menggunakan jasa pengiriman JNE Express karena memiliki nama baik dalam industri pengiriman	4,30	Sangat Baik
4	Saya menggunakan JNE Express karena sudah terkenal di Indonesia	4,38	Sangat Baik
5	Saya menggunakan JNE Express karena lokasi dekat dengan rumah	4,19	Baik
6	JNE Express memiliki jaringan yang luas sampai ke pelosok negeri sehingga saya berminat menggunakan JNE Express	4,34	Sangat Baik
7	Saya menggunakan JNE Express karena paket sampai dengan cepat	4,34	Sangat Baik
8	Saya menggunakan JNE Express karena paket sampai tepat waktu	4,24	Sangat Baik
9	Setiap pengiriman saya menggunakan jenis layanan yang berbeda	4,24	Sangat Baik
10	Setiap minggu saya menggunakan produk JNE Express lebih dari satu kali	3,45	Baik
11	Saya menggunakan JNE Express karena bisa melakukan pembayaran secara digital dan memudahkan saya	4,31	Sangat Baik
12	Metode pembayaran yang beragam sehingga membuat saya tertarik menggunakan JNE Express	4,47	Sangat Baik
Rata-rata penafsiran		4,24	Sangat Baik

2. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Perhitungan pada Uji Validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dan tingkat signifikansi 0,05 dengan perhitungan *Degree of freedom* ($df = n-2$), $99-2= 97$, maka diperoleh r_{tabel} 0,197. masing-masing item pernyataan antar variabel memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi $< 0,005$ maka seluruh pernyataan tersebut dinyatakan valid. Sehingga syarat validitas terpenuhi.

2) Uji Reliabilitas

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	N of Item	Cronbach's Alpha	Uji Reliabilitas	Keterangan
Harga (X1)	8	0,709	$> 0,60$	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	10	0,791	$> 0,60$	Reliabel
Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y)	12	0,731	$> 0,60$	Reliabel

Hasil Uji Reliabilitas menunjukkan masing-masing variabel memiliki nilai koefisien *Cronbach's Alpha* > 0,60. Oleh karena itu, setiap variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau syarat reliabilitas terpenuhi.

3. Uji Asumsi Klasik
1) Uji Normalitas

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10152859
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.083
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Hasil Uji Normalitas residual dengan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp.Sig sebesar 0,075. Berdasarkan tabel output, nilai Asymp 0,075 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.431	2.322
	Kualitas Pelayanan	.431	2.322

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dengan melihat nilai VIF, diketahui bahwa seluruh variabel tidak memiliki nilai VIF lebih dari 10, serta nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas atau asumsi Multikolinearitas telah terpenuhi.

3) Uji Heterokedastisitas

Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.718	2.073		1.794	.076
	Harga	-.173	.088	-.300	-1.966	.052
	Kualitas Pelayanan	.105	.069	.234	1.535	.128

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil pengujian asumsi Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser didapatkan bahwa nilai signifikansi semua variabel > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

4) Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
						1
	Harga	.386	.136	.284	2.825	.006
	Kualitas Pelayanan	.554	.106	.525	5.215	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

Nilai konstanta sebesar 14,511 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Penggunaan Jasa Layanan belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Nilai 14,511 menunjukkan bahwa jika variabel independen bernilai 0 (konstan) maka variabel dependen bernilai 14,511.

Nilai koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0,386 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan yang berarti bahwa setiap kenaikan satu nilai Harga, maka akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Layanan sebesar 0,386. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,554 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan yang berarti bahwa setiap kenaikan satu nilai Kualitas Pelayanan maka akan mempengaruhi Keputusan Penggunaan Jasa Layanan sebesar 0,554. Dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Uji Hipotesis

1) Uji T (parsial)

Tabel 11 Hasil Uji T Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	14.511	3.210		4.520	.000
	Harga	.386	.136	.284	2.825	.006
	Kualitas Pelayanan	.554	.106	.525	5.215	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

a) Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y)

Diketahui nilai Sign 0,006 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 2,825 > t_{tabel} 1,984 maka H01 ditolak dan H1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y)

Diketahui nilai Sign $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,215 > t_{tabel} 1,984$ maka H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.

2) Uji F (Simultan)

Tabel 12 Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1309.251	2	654.625	66.663	.000 ^b
	Residual	942.709	96	9.820		
	Total	2251.960	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

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

Hasil Uji F didapatkan nilai signifikansi untuk Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 66,663 > f_{tabel} 3,09$. Maka H_{03} ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.

5. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.762 ^a	.581	.573	3.134

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

b. Dependent Variable; Keputusan Penggunaan Jasa Layanan

Diketahui bahwa *R Square* (R²) sebesar 0,581 atau 58,1%, jadi kesimpulannya besarnya pengaruh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan sebesar 58,1% sisanya 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara. Maka disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara. Hasil uji t menunjukkan nilai Sign $0,006 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,825 > t_{tabel} 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) maka H_{01} ditolak dan H_1 diterima. Pengujian reliabilitas pada variabel Harga memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar $0,709 > 0,60$ menunjukkan bahwa penelitian ini dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat reliabilitas. Hal ini juga ditunjukkan dari hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai *R Square* (R²) sebesar 0,463, hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh

- variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 46,3% pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara. Hasil uji t menunjukkan nilai $\text{Sign } 0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,215 > t_{tabel} 1,984$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) maka H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Pengujian reliabilitas pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar $0,791 > 0,60$ menunjukkan bahwa penelitian ini dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat reliabilitas. Hal ini juga ditunjukkan dari hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar $0,547$, hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan sebesar 54,7% pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.
 3. Nilai signifikansi pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) secara simultan sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 66,663 > t_{tabel} 3,09$. Maka H_{03} ditolak dan H_3 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan (Y) pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara. Pengujian reliabilitas pada variabel Kualitas Pelayanan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar $0,731 > 0,60$ menunjukkan bahwa penelitian ini dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat reliabilitas. Hal ini juga ditunjukkan dari hasil Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar $0,581$, hal tersebut menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Layanan sebesar 58,1% pada JNE Express Tanjung Priok Jakarta Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, M., & Mariaagathawidya, M. (2018). *Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung*.
- Annisa, A., & Yoestini, Y. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang)*. Jurnal Akuntansi Dan Pajak. <https://doi.org/10.29040/Jap.V24i1.8747>
- Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. (2022). *Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Kebumen*. In Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen (Vol. 4, Issue3). <https://jurnal.universitaspotrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Fauzi, A. (2017). *Pemasaran Internasional : Pengantar, Teori Dan Konsep*. Malang : Empat Dua (Kelompok Penerbit Intrans Publishing), 2016 ©2017.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Lubis, A. A. (2015). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat*

Kabar Pada Pt. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 16, 1–11.

Philip, K., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang.

Widaningrum, A. (2022). *Proses Administrasi Jasa Angkutan Pada BagianManajemen Logistik Perusahaan Umum Bulog*.