

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini, tidak dapat dipungkiri bahwa jasa pengiriman sangat dibutuhkan oleh para konsumen. Kebutuhan pengiriman barang saat ini telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap bisnis. Semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang tepat. Seiring dengan perkembangan yang terjadi disegala bidang, tingkat konsumen akan jasa sangat besar. Dengan berprediksi kepada latar dan kenyataan yang terjadi, diyakini bahwa sampai kapan pun sepanjang roda perdagangan berputar industri jasa pengiriman (*Express*) terutama yang menyangkut barang atau paket tetap dicari dan diperlukan, tidak dapat diambil alih oleh teknologi secanggih apapun (Krisnawati, 2017).

Jasa pengiriman mempunyai peran penting bagi *e-commerce* menjadi tulang punggung dalam menopang keberhasilan dan perkembangan pasar karena pelanggan ingin mendapatkan produk mereka secara cepat dan harga pengiriman yang relatif murah, jika semua itu terpenuhi maka pelanggan akan merasakan kepuasan dalam menggunakan jasa pengiriman tersebut. Para perusahaan jasa pengiriman saling meningkatkan pelayanan dan terus berkembang dalam bersaing untuk merebut pasar, salah satu perusahaan jasa pengiriman yaitu *J&T Express* (Nasution, 2020).

J&T *Express* merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengiriman barang di Indonesia. J&T *Express* sendiri melayani pengiriman keseluruhan pedalaman kota maupun luar kota maupun luar negeri. Bukan hanya itu saja pihak J&T *Express* juga menyediakan layanan pengambilan barang dan mengantar dengan cepat ke konsumennya, pada waktu yang bersamaan (Krisnawati, 2017).

Ada beberapa keunggulan dalam bidang jasa J&T *Express* yaitu :

1. Dijamin penyerahan barang/kiriman ke alamat tujuan
2. Tarif yang cukup ekonomis
3. Informasi layanan, tarif dan jaringan tersedia di www.jet.co.id
4. Jaringan pengiriman barang melalui J&T *Express* menjangkau seluruh indonesia (lebih dari 1000 drop point dan 381 kota di Indonesia)
5. Jemput barang ditempat gratis untuk siapa saja tanpa syarat
6. Layanan costumer yang diberikan 24 jam
7. Proses ganti rugi barang yang tepat.

Gambar 1.1
Hasil Pencarian Pelopor Gratis Jemput Paket Di Tempat



Sumber : <https://google.com/search> (2022)

J&T *Express* merupakan perusahaan yang menjadi pelopor gratis jemput paket ditempat. Pelanggan dapat mengakses layanan gratis jemput ditempat kapan saja dan dari mana saja melalui aplikasi *smartphone*, *website* dan *call center*. J&T *Express* juga melakukan terobosan dengan beroperasi 365 hari sepanjang tahun tanpa libur. Didukung dengan sistem *information and technology* (IT) yang canggih, J&T *Express* juga menjadi perusahaan *express* pertama yang memberikan fasilitas *tracking* paket secara *real time*.

Keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang dapat berasal dari faktor eksternal, contohnya berasal dari pengalaman orang lain dan informasi dari orang lain yang sudah pernah menggunakan jasa pengiriman barang pada suatu perusahaan tersebut, salah satunya yaitu J&T *Express*. Menurut Krisnawati (2019) keputusan konsumen dalam memilih pengiriman jasa tidak lah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih dalam menentukan mana pengiriman jasa yang tepat waktu dan bagus. Faktor harga dapat menjadi pendorong terjadinya suatu keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman karena harga sangat perlu diperhatikan bagi siapapun yang menjalankan sebuah bisnis. Dalam memasarkan jasa yang akan di tawarkan, harga merupakan pertimbangan yang paling utama bagi konsumen untuk menentukan penggunaan jasa pengiriman.

Ada kualitas maka akan ada harga, kalimat tersebut sering kali terdengar jika kita menginginkan kualitas yang bagus maka ada harga yang tidak murah dan jangan harap menginginkan kualitas bagus tetapi harga murah. Akan tetapi dalam hal ini harga dari pengiriman jasa diukur dengan seberapa jauh lokasi yang akan

diantarkan barangnya semakin jauh lokasinya maka harganya pun tidak akan murah (Wutsqaa, 2019).

Selain harga, faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan adalah ketepatan waktu pengiriman. Ketepatan waktu menjadi salah satu faktor penting, jika dijanjikan barang sampai dalam 3 hari maka haruslah sesuai karena jika tidak hal ini akan membuat konsumen kecewa dan berdampak pada ketidakpercayaan konsumen dalam menggunakan pelayanan jasa ini. Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang dijadikan urgensi untuk pelaksana usaha jasa logistik, yang mana seluruh paket yang masuk pasti harus dikirim sesuai dengan jadwalnya (Dewantoro, 2020).

Tabel 1.1
Beberapa Perusahaan Jasa pengiriman Di Pasir Pengaraian

No	Ekspedisi	Tarif biaya kirim 1 kg Pekanbaru-Rokan Hulu (2022)	Jenis Layanan	<i>Estimasi Durasi Pengiriman</i>
1	J&T	Rp 15.000	REG	2-3 Hari
2	JNE	Rp 13.000	REG	2-3 Hari
3	SICEPAT	Rp 15.000	REG	2-3 Hari
4	NINJA	Rp 34.000	REG	3 Hari
5	TIKI	RP 25.000	REG	3 Hari

Sumber: <https://cekongkir.com>

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 bahwa harga yang ditawarkan J&T *Express* lebih tinggi 2 ribu rupiah dari harga yang ditawarkan JNE *Express* dan memiliki tarif pengiriman yang sama dengan Sicepat *Express*. Harga yang ditawarkan J&T *Express* pun lebih murah dibanding harga yang ditawarkan oleh jasa pengiriman Ninja *Express* dan Tiki.

Guna mengetahui lebih jauh permasalahan yang dihadapi maka peneliti melakukan observasi dan pengantaran langsung kelapangan dengan cara melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian. Berikut data jumlah mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian.

Tabel 1.2
Jumlah Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa Manajemen	Jumlah Mahasiswa Universitas Pasir Pengaraian
1	2018	225	845
2	2019	167	872
3	2020	289	1534
4	2021	187	1113
Total		868	4.364

Sumber: BPMPH Universitas Pasir Pengaraian

Berdasarkan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada beberapa mahasiswa manajemen yang dipilih secara acak ditemukan fenomena harga yaitu: sebagian mahasiswa berpendapat bahwa harga yang ditawarkan J&T *Express* tidak sesuai dengan kualitas yang didapatkan, ada juga yang berpendapat bahwa harga yang ditawarkan J&T *Express* termasuk terjangkau dengan estimasi pengiriman yang cepat.

Fenomena selanjutnya yaitu berkaitan dengan ketepatan waktu pengiriman, dari hasil observasi dan wawancara yang saya lakukan kepada beberapa mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman yang diberikan J&T *Express* lebih baik dan lebih

cepat dibanding jasa pengiriman lain karena alur kerja pengirimannya lebih rapi dan terjadwal. J&T *Express* juga menawarkan sistem *tracking real time* yang sesuai dengan mengirimkan informasi notifikasi kepada mahasiswa saat paket yang dikirim telah sampai.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian peneliti menyimpulkan bahwa harga dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jasa pengiriman J&T *Express*. Karena harga yang ditawarkan J&T *Express* cukup terjangkau sesuai dengan *estimasi* waktu pengiriman barang yang cepat sampai. Sehingga membuat mahasiswa memutuskan untuk lebih memilih J&T *Express* sebagai jasa pengiriman yang paling banyak diminati dikalangan mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Pengiriman J&T *Express* di Pasir Pengaraian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian?
2. Apakah ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian?
3. Apakah harga dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan ketepatan waktu pengiriman secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan jasa pengiriman sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan strategi khususnya yang berkaitan dengan harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman.

2. Bagi Literatur dan Pengembangan Teori

Penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini menjelaskan permasalahan yang berkaitan dengan pengaruh harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express* di Pasir Pengaraian. Selain itu untuk memperluas wawasan dan pengetahuan penulis yang dapat dijadikan suatu perbandingan antara teori dalam penelitian dengan penerapan dalam dunia kerja yang sebenarnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan skripsi dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematis dari penulisan tersebut.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori, Penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan rumusan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, perangkat penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Bab ini akan dibahas secara rinci analisis data-data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian akhir dari laporan penelitian yang berisi simpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Harga

1. Pengertian Harga

Harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non Moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (Tjiptono, 2014). Menurut Kotler & Amstrong harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan maupun penggunaan dari sebuah produk atau jasa. Harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang maupun jasa yang diberikan dalam bentuk uang. Selain itu harga adalah segala sesuatu atau nilai yang ditetapkan bagi “sesuatu” (Farida, 2019).

2. Indikator Harga

Menurut Mar'ari dalam (Solikha, 2020) terdapat beberapa indikator harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga

Dimana konsumen mencari harga yang wajar sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan berburu hal-hal yang sesuai dengan anggaran mereka.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Dimana konsumen bersedia jika harus membayar harga yang lebih tinggi untuk barang-barang tertentu asalkan kualitas produknya memuaskan.

3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Ini adalah kondisi dimana konsumen kadang-kadang tidak sensitif terhadap harga produk selama merasakan manfaat dari produk tersebut.

Sedangkan menurut Mursid dalam (Putranusa, 2019) indikator yang menentukan harga, yaitu:

1. Harga yang kompetitif

Harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari harga yang ditawarkan oleh pesaing.

2. Kesesuaian harga dengan harga pasar

Harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasar pada umumnya.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

3. Tujuan Penerapan Harga

Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa tujuan penetapan harga adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan bertahan

Perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujuan utama jika mereka mengalami kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau keinginan konsumen yang berubah.

2. Mendapatkan laba maksimum

Sesuai dengan yang ingin dicapai, melalui penetapan harga atas barang yang dihasilkan, perusahaan mengharapkan akan mendapatkan laba melalui pendapatan laba maksimal. Maka harapan-harapan lain yang ingin dicapai dalam jangka pendek atau jangka panjang akan terpenuhi.

3. Pangsa pasar maksimum

Berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai maka perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba panjang semakin tinggi. Mereka menetapkan harga serendah mungkin, karna pasar sangat sensitive terhadap harga dan harga yang rendah merangsang pertumbuhan pasar.

4. Pemerahan pasar maksimum

Melalui tujuan ini perusahaan akan melakukan penetapan harga memerah pasar, dimana pada mulanya harga ditetapkan tinggi dan pelan-pelan turun seiring waktu.

5. Kepemimpinan kualitas produk

Melalui tujuan ini perusahaan mungkin berusaha menjadi pemimpin kualitas produk dipasar. Dimana banyak merek berusaha menjadi kemewahan terjangkau produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas anggapan, selera dan status yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Harga

Menurut Simonson di kutip dari (Nasution, 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan harga yaitu :

1. Kondisi Perekonomian

Kondisi ekonomi (inflasi, resesi, tingkat suku bunga), kebijakan serta peraturan pemerintah, dan aspek sosial sangat memengaruhi tingkat harga yang berlaku.

2. *Demand*

Permintaan sejumlah produk yang dibeli pada suatu tingkat harga tertentu. Tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta menjadi lebih besar.

3. Tujuan Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda dari perusahaan yang lain.

4. Faktor Legal dan Etis

Biasanya menjadi alat pengawasan dalam penentuan harga maksimum, minimum, atau harga tertentu.

5. Bauran Pemasaran

Penetapan harga harus dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi dan promosi.

6. Ukuran Bisnis

Manajemen perlu memutuskan siapa yang harus menetapkan harga, setiap perusahaan menetapkan harga dengan caranya masing-masing.

7. Persaingan

Bila perusahaan memiliki pangsa pasar yang besar maka perusahaan bersangkutan dapat memegang inisiatif perubahan harga.

8. Sifat Pasar

Setiap perusahaan perlu memahami kaitan sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya.

2.1.2 Ketepatan Waktu Pengiriman

1. Pengertian Ketepatan Waktu Pengiriman

Ketepatan waktu menjadi salah satu faktor penting, jika dijanjikan barang sampai dalam 3 hari maka haruslah sesuai karena jika tidak hal ini akan membuat konsumen kecewa dan berdampak pada ketidakpercayaan konsumen dalam menggunakan pelayanan jasa ini. ketepatan waktu sangat penting, mengingat ketepatan pengirim produk pesanan akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Sakti, 2018). Ketepatan waktu pengiriman merupakan hal yang dijadikan urgensi untuk pelaksana usaha jasa logistik, yang mana seluruh paket yang masuk pasti harus dikirim sesuai dengan jadwalnya (Dewantoro, 2020).

Menurut Handoko dalam (Hafizha, 2019) ketepatan waktu adalah jangka waktu pelanggan memesan produk hingga produk tersebut tiba dipelanggan. *Estimasi* kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak.

2. Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman

Menurut John C.Mowen dalam (Nasution, 2020) ketepatan waktu pengiriman memiliki indikator sebagai berikut :

1. Pengiriman Produk

Ketepatan waktu dalam pengiriman produk sampai pada konsumen yang dituju.

2. Informasi

Ketepatan waktu informasi produk yang sedang diproses sampai produk itu diserahkan pada konsumen.

3. Pelayanan

Kemampuan perusahaan dalam menyediakan pelayanan secara tepat waktu. Ketersediaan pelayanan yang cepat.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi waktu pengiriman

Menurut Yolanda Siagian dalam (Nasution, 2020) ada beberapa faktor yang dapat mempercepat atau memperlambat waktu pemrosesan pesanan, yaitu :

1. Prioritas Proses

Prioritas proses ini memperhatikan tingkat kepentingan pesanan dan kesepakatan yang dilakukan.

2. Keakuratan pendataan pesanan

Keakuratan dalam pemenuhan pesanan akan dapat mengurangi waktu yang dibutuhkan dalam pemrosesan pesanan.

3. Pengelompokkan Pesanan

Pengelompokkan pesanan dilakukan untuk mempercepat pemrosesan *order* maka *order-order* dari berbagai macam pelanggan dikelompokkan dalam jenis urutan tertentu, sehingga memudahkan dalam pemenuhan *order*.

4. Ukuran *Lot*

Ukuran *Lot* digunakan untuk *order* yang jumlahnya besar, cara memenuhinya dengan membagi *order* tersebut dalam *lot-lot* tertentu. Tujuannya untuk memenuhi pesanan secara bertahap sampai jumlah pesanan yang ditentukan tersebut terpenuhi.

5. Transportasi

Transportasi juga salah satu faktor dalam penciptaan ketepatan waktu, karena mencerminkan seberapa cepat dan seberapa tepat produk dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Jasa pelayanan pengantaran cepat sangat paham bahwa kunci kesuksesannya terletak pada usaha untuk dapat meningkatkan kegunaan waktu dan tempat dari konsumen melalui kecepatan dan ketepatan waktu pengantaran produk yang konstan.

6. Rute Kendaraan

Rute kendaraan ke tujuan yang diinginkan harus ditetapkan agar dapat meminimalkan biaya angkut. Pemilihan rute mempertimbangkan jarak yang terpendek, kelancaran rute yang dipilih, tujuan yang ingin dicapai yaitu kondisi jalan.

2.1.3 Keputusan Konsumen

1. Pengertian Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan menurut Farida (2019) merupakan suatu proses pemilihan alternatif yang terbaik dari beberapa alternatif dengan sistematis dan dengan pertimbangan untuk digunakan sebagai cara pemecahan masalah yang berfungsi untuk melakukan tindakan yang paling tepat. Keputusan konsumen dalam memilih pengiriman jasa tidaklah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih dalam menentukan mana pengiriman jasa yang tepat waktu dan bagus. Pengiriman barang yang tidak tepat waktu dapat menyebabkan terlambatnya penyampaian barang. Inilah yang menyebabkan konsumen kurang puas dalam pelayanan jasa pengiriman paket (Krisnawati, 2017).

Menurut Salusu dalam (Farida, 2019) keputusan (*decision*) memiliki arti kata yang artinya pilihan (*choice*) yaitu pilihan dari beberapa kemungkinan. Dapat dikatakan bahwa keputusan adalah hasil proses pemikiran yang berupa pemilihan satu diantara beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapinya. Pembuat keputusan terjadi didalam situasi yang meminta seseorang harus:

- a. Membuat prediksi atau gambaran ke depan
- b. Memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih
- c. Membuat perkiraan tentang banyaknya kejadian berdasarkan buktibukti terbatas.

Hal tersebut serupa dengan yang diungkapkan oleh Rakhmat dalam (Farida, 2019) keputusan yang diambil beraneka ragam, tapi ada tanda-tanda umumnya sebagai berikut:

- a. Keputusan merupakan hasil akhir, hasil usaha intelektual
- b. Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif
- c. Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditanggung atau dilupakan

2. Indikator keputusan konsumen

Menurut Kotler & Keller keputusan konsumen memiliki indikator sebagai berikut:

1. Sesuai kebutuhan
2. Mempunyai manfaat
3. Menggunakan jasa berdasarkan kualitas jasa
4. Pembelian berulang
5. Memberikan rekomendasi kepada orang lain

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Brillyan Jaya Sakti, Mahfudz (2018)	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada J&T <i>Express</i> Kota Semarang)	Hasil pengujian langsung antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil pengujian langsung antara ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Hasil pengujian langsung antara fasilitas terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan.
2.	Muhammad Haikal Aliftian Nantigiri, Sri Handayani, Veronica (2021)	Pengaruh <i>Brand Image</i> , Harga, dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J&T <i>Express</i> Cabang Bekasi Tahun 2021	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>brand image</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman J&T <i>Express</i> cabang Bekasi. harga tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman J&T <i>Express</i> cabang Bekasi. ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman J&T <i>Express</i> cabang Bekasi. Secara simultan, <i>brand image</i> , harga, dan ketepatan waktu pengiriman memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman J&T <i>Express</i> cabang Bekasi.
3.	Imilda Krisnawati (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di J&T <i>Express</i> Cabang Nganjuk Tahun 201	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di J&T <i>Express</i> cabang Nganjuk, terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di J&T <i>Express</i> cabang nganjuk, terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di J&T <i>Express</i> cabang Nganjuk dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan harga terhadap keputusan pembelian di J&T <i>Express</i> cabang Nganjuk.

Berlanjut.....

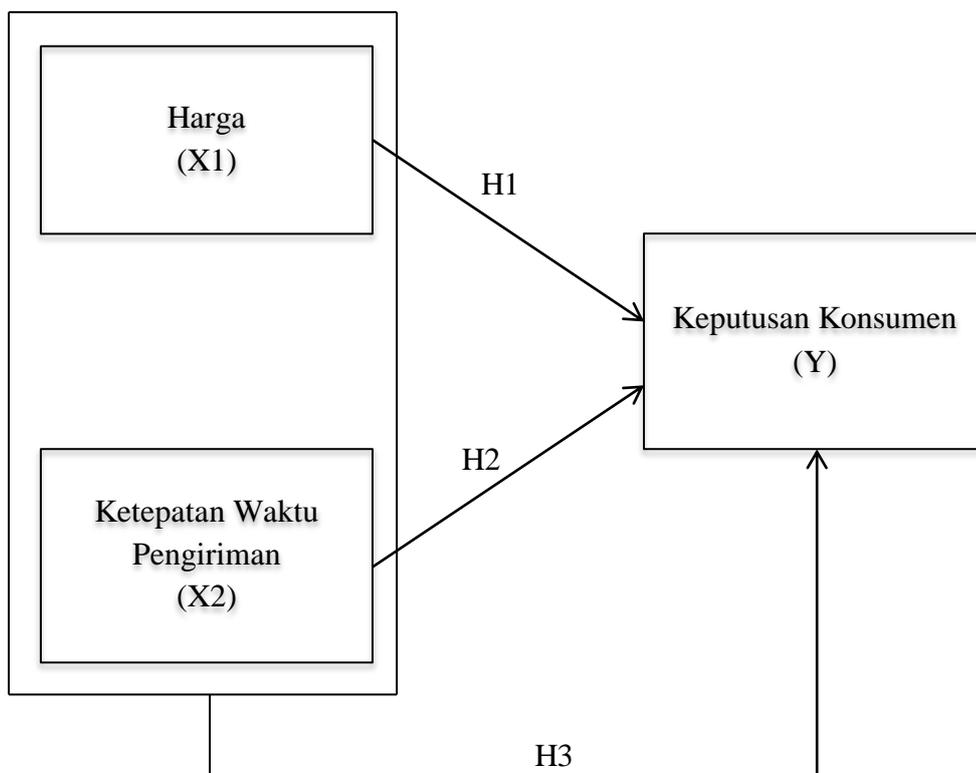
Lanjutan table 2.1

4.	Farokhah Muzayinatun Niswah1, Sofi Machmudatul Rochmah, Indah Khofifah, Muhammad Ilyas Hanafi, Prita Anggreli Sugesti, Putra Choliqul Ihsan , Alvin Samariantha Lazim (2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Tarif Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan J&T <i>Express</i> di Lamongan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T <i>Express</i> di Lamongan. Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T <i>Express</i> di Lamongan. Tarif Pengiriman berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan J&T <i>Express</i> di Lamongan. secara bersama-sama atau simultan pada variabel kualitas pelayanan, fasilitas, dan tarif pengiriman maka akan berpengaruh meningkatkan kepuasan pelanggan J&T <i>Express</i> di Lamongan.
5.	Salma Hafizha, Abdurrahman, Hanifa Sri Nuryani (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T <i>Express</i> (Studi kasus pada pelanggan J&T <i>Express</i> Cabang Kota Sumbawa Besar)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan, Tarif Pengiriman berpengaruh positif dan signifikan, Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Tarif Pengiriman, dan Fasilitas mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Sumber : *Olahan Data Peneliti*

2.2 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang bagaimana pengaruh harga dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan konsumen, berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat di buat kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan yang masih lemah kebenarannya yang perlu dibuktikan atau dugaan yang sifatnya sementara. Berdasarkan permasalahan yang ada, dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Diduga Harga berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express*

H2 : Diduga Ketepatan waktu pengiriman berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express*

H3 : Diduga Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Konsumen dalam memilih jasa pengiriman *J&T Express*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, Pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian yang menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* dengan jumlah mahasiswa manajemen dari tahun 2018-2021 yang berjumlah 868 mahasiswa.

3.2 Populasi dan Sampel

A. Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik sifat yang dimiliki oleh objek/subjek itu (Sugiyono, 2019).

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa program studi manajemen Universitas Pasir Pengaraian tahun 2018-2021 yang berjumlah 868 mahasiswa.

B. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2019).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Yamane dengan metode *Proportional Random Sampling*.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Tingkat kesalahan sampel (5%)

Berdasarkan rumus diatas, diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{868}{1 + 868(0.05)^2} = 274 \text{ responden}$$

jadi jumlah responden yang akan diberikan kuisisioner adalah berjumlah 274 mahasiswa responden.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis data primer dan data kuantitatif. Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan penyebaran kuisisioner yang telah dibagikan kepada mahasiswa manajemen Universitas Pasir Pengaraian. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka dan masih perlu di analisis kembali (Sugiyono, 2019).

3.4 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data menurut (Sugiyono, 2019) merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan hasil pengolahan data dengan cara menggunakan metode:

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi (Sugiyono, 2019).

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden yaitu Mahasiswa Manajemen Universitas Pasir Pengaraian.

Kuesioner ini terdiri dari dua bagian yaitu :

- a. Berisi pernyataan tentang informasi pribadi responden
- b. Berisi pernyataan yang merupakan penjabaran dari operasional variabel harga dan ketepatan waktu pengiriman. Setelah selesai mengisi kuesioner, maka kuesioner dikumpulkan pada peneliti untuk diolah menjadi sumber data primer dalam penelitian ini.

3.5 Defenisi Operasional

Menurut Koentjaraningrat dalam (Nasution, 2020) definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang berupa konstruksi dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel Konsep	Variabel	Indikator
Harga (X1)	Harga dalam penelitian ini adalah nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat dan kualitas yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang pada waktu tertentu dan tempat tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Kesesuaian harga dengan manfaat <p>Menurut Mar'ari dalam (Solikha, 2020)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Harga yang kompetitif • Kesesuaian harga dengan harga pasar • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Angsuran <p>Menurut Mursid dalam (Putranusa, 2019)</p>
Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)	Ketepatan waktu pengiriman dalam penelitian ini adalah ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan konsumen, atau sebelum tanggal yang disepakati.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengiriman Produk • Informasi • Pelayanan <p>Menurut John C. Mowen dalam (Nasution, 2020)</p>
Keputusan Konsumen (Y)	Dalam penelitian ini keputusan konsumen merupakan suatu proses pemilihan alternatif yang terbaik dari beberapa alternatif dengan sistematis dan dengan pertimbangan untuk digunakan sebagai cara pemecahan masalah yang berfungsi untuk melakukan tindakan yang paling tepat.	<ul style="list-style-type: none"> • Sesuai kebutuhan • Mempunyai manfaat • Menggunakan jasa berdasarkan kualitas jasa • Pembelian berulang • Memberikan rekomendasi kepada orang lain <p>Menurut Kotler & Keller</p>

Sumber : Olahan Data Peneliti

3.6 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini instrument dibuat dengan menggunakan skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2019) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Penulis memberikan kuisioner kepada responden dan responden memberikan jawaban dengan cara ceklis pertanyaan yang diberikan peneliti diberi skor mulai dari yang tertinggi sampai yang terendah, yaitu 5 sampai 1 dengan tingkat pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.2
Tabel Skor Skala *Likert*

Kode	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2019)

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid (Sugiyono, 2019).

Taraf signifikan dalam penelitian ini sebesar 5% atau 0,05. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer, misalnya melalui bantuan paket computer *statistical product and service solutions* (SPSS).

Kriteria penilaian uji validitas yaitu:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti instrument dikatakan valid dengan taraf signifikan r_{tabel} sebesar 0,05
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti instrument dikatakan tidak valid dengan taraf signifikan r_{tabel} sebesar 0,05

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna “untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.” Instrumen yang reliabel adalah “instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2019).

3.7 Teknik Analisis Data

A. Analisis Statistik Deskriptif

Teknik analisis deskriptif merupakan teknik yang menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, dilakukan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel dengan menggunakan perhitungan statistik deskriptif (Sugiyono, 2019).

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) mengenai suatu data yang tersaji agar mudah dipahami bagi orang yang membacanya meliputi usia dan jenis kelamin responden.

Masing-masing kategori jawaban dari deskriptif variabel, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$TCR = \frac{Rs}{N} \times 100\%$$

Dimana :

TCR : Tingkat Capaian Responden

Rs : Rata-rata skor jawaban responden

N : Nilai skor jawaban maksimum

Tabel 3.3
Nilai Tingkat Capaian Responden (TCR)

Nilai TCR	Kriteria
86-100	Sangat Baik
71-86	Baik
56-71	Cukup Baik
46-56	Kurang Baik
0-46	Tidak Baik

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat diketahui melalui grafik *Normal Probability Plot*. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka suatu model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan apabila data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2013:160).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2013:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pengujian ini digunakan karena pada analisis regresi terdapat asumsi yang mengisyaratkan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen maka model regresi dapat dikatakan baik.

Cara untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidaknya yaitu dengan melihat *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,10 maka model dapat digunakan dalam penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2012:27) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap, maka

disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen).

Dasar pengambilan keputusannya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi bertujuan untuk menguji hubungan pengaruh antar satu variabel terhadap variabel lain, dengan model persamaan sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Keputusan Konsumen

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi

X1 = Harga

X2 = Ketepatan Waktu Pengiriman

e = Error

Persamaan diatas adalah merupakan model penelitian yang akan dipergunakan dalam menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

D. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1, jika R^2 semakin besar (mendekati angka 1) maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Begitu juga sebaliknya jika R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil (Ghozali, 2013:97).

E. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (T)

Uji t pada dasarnya menjelaskan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan atas dasar perbandingan nilai signifikansi dari nilai t-hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikansi yang sudah ditetapkan, yaitu 5% ($\alpha = 0,05$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan $T_{hitung} < T_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (F)

Uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai F hitung melihat tingkat signifikansinya, setelah itu dibandingkan dengan taraf signifikansinya yang telah ditetapkan (5% atau 0,05).

- a. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.