



Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Jasa Ekspedisi Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Jakarta Barat

The Influence of Price and Service Quality on Purchase Decisions at Jalur Nugraha Eka Kurir Expedition Services, Kebon Jeruk Branch, West Jakarta

Ikhwan Wafdulloh¹, Haryantini²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

Email : ikhwanwafdulloh2000@gmail.com^{1*}, dosen01640@unpam.ac.id²

Article Info

Article history:

Received : 30-04-2026

Revised : 02-05-2026

Accepted : 04-05-2026

Published : 06-05-2026

Abstract

The purpose of this study is to examine the effect of price and service quality on consumer purchase decisions in using the delivery services of Jalur Nugraha Eka Kurir Kebon Jeruk Branch, West Jakarta. This study employs a quantitative research method. The sampling technique used is the Slovin formula, resulting in a total sample of 99 respondents. Data analysis techniques include validity testing, reliability testing, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that price has a significant effect on consumer purchase decisions, with a coefficient of determination of 45.7%, and the hypothesis test shows that the calculated t-value is greater than the t-table value ($9.041 > 1.985$). Service quality also has a significant effect on consumer purchase decisions, with a coefficient of determination of 42.8%, and the hypothesis test shows that the calculated t-value is greater than the t-table value ($8.520 > 1.985$). Furthermore, price and service quality simultaneously have a significant effect on consumer purchase decisions, as indicated by the regression equation $Y = 5.797 + 0.453X_1 + 0.406X_2$. The coefficient of determination is 60.2%, while the remaining 39.8% is influenced by other factors not examined in this study. The hypothesis testing result shows that the calculated F-value is greater than the F-table value ($72.655 > 2.700$).

Keywords: Price, Service Quality, Consumer Purchase Decision

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan jasa pengiriman JALUR NUGRAHA EKA KURIR Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 45,7% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau ($9,041 > 1,985$). Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai koefisien determinasi sebesar 42,8% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau ($8,520 > 1,985$). Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan persamaan regresi $Y = 5,797 + 0,453X_1 + 0,406X_2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 60,2% sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain dan uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau ($72,655 > 2,700$).

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen



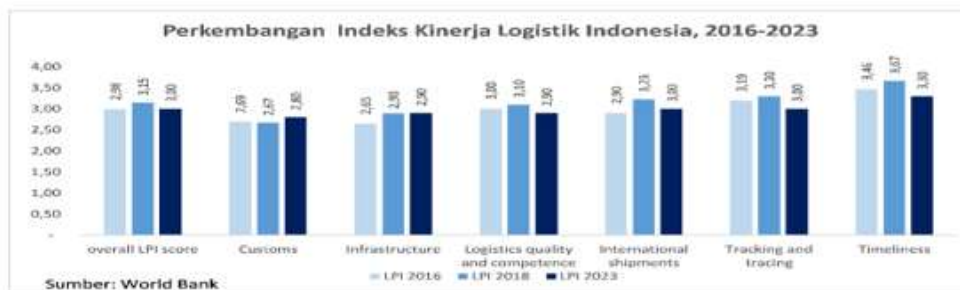
PENDAHULUAN

Kemajuan yang pesat dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi mendorong perubahan ke arah modernisasi. Hal ini membawa perubahan dalam segala bidang, tidak terkecuali bidang pelayanan yang berhubungan dengan data, informasi serta barang dan jasa. Perkembangan informasi dan teknologi dalam bidang penyediaan jasa menuntut tersedianya pemenuhan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Diantaranya kebutuhan akan kecepatan pelayanan, pengiriman maupun penerimaan layanan jasa, informasi, barang dan dokumen.

Berkembangnya bisnis perdagangan online pada saat ini mendorong para pelaku bisnis berupaya agar dapat menyalurkan produknya kepada konsumen secara tepat sehingga membutuhkan kerjasama dalam menyalurkan barangnya yang dalam hal ini pengiriman barang. Tanpa adanya jasa kurir ini tidak mungkin bisnis perdagangan dapat terus berkembang. Seiring dengan perkembangan pasar yang semakin luas, semakin banyak pula perusahaan yang membutuhkan jasa pengiriman, sehingga jangkauan pemasaran mereka menjadi lebih luas.

Kinerja logistik suatu negara pada umumnya diukur melalui Indeks Kinerja Logistik (Logistic Performance Indeks/LPI). LPI merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk mengevaluasi efisiensi dan keberlanjutan sistem logistik suatu negara atau wilayah. Dari sisi outcome, kinerja logistik mengalami penurunan pada LPI 2023.

Dengan basis pengukuran yang terjadi pada tahun 2022 dimana perekonomian dunia telah pulih dari pandemi, meskipun terdapat perubahan pola kerja baru dan kompetisi yang semakin kuat. Kondisi tersebut digambarkan dalam grafik berikut ini:



Sumber : Word Bank, 2024

Gambar 1. 1
Grafik Perkembangan Indeks Kinerja Logistik Indonesia Periode 2016-2023

Berdasarkan data grafik tentang perkembangan indeks kinerja logistik Indonesia Periode 2016-2023, mengalami pertumbuhan yang cenderung naik terutama setelah pandemi Covid dinyatakan berakhir. Terkait dengan industri jasa pengiriman, Pemerintah melalui kementerian perhubungan mengeluarkan Peraturan Menteri Perhubungan Nomor: KM 5 Tahun 2005 Tentang Penyelenggaraan Jasa Titipan. Bahwa dalam rangka menciptakan iklim investasi yang kondusif memerlukan penyelenggaraan jasa titipan sehingga mampu diimplementasikan dengan baik. Utamanya bahwa usaha jasa pengiriman barang harus mampu menyampaikan barang dengan tepat waktu, melaporkan yang berwajib jika ada titipan yang mencurigakan, memberikan ganti rugi sesuai perundangan jika ada yang rusak, menjaga keamanan barang. Dalam hal pelanggaran sebagaimana dimaksud dalam penjelasan di atas jelas akan memiliki sanksi sesuai ketentuan. Dengan regulasi ini jelas menempatkan peran jasa pengiriman menjadi penting dalam upaya



kelancaran distribusi. Sektor jasa pengiriman dan kurir Indonesia diperkirakan akan terus tumbuh untuk mengimbangi perkembangan pesat industri e-commerce negara ini seperti terlihat pada data grafik berikut :



Sumber: BPS datanesia, 2024.

Gambar 1. 2 Grafik Pertumbuhan Industri Sektor Jasa Pos Dan Kurir

Data di atas menunjukkan kondisi semakin majunya teknologi maka penerapan digital membuat pertumbuhan peluang bisnis jasa kurir seharusnya mampu tumbuh dengan baik, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semula luring menjadi daring. Pada tahun pertama pandemi (2020), sektor pergudangan jasa penunjang angkutan pos dan kurir tekontraksi. Namun pada tahun berikutnya, sektor ini tumbuh 5,03%. Kemudian pada 2022, melonjak 40,53%- tertinggi dalam 10 tahun terakhir

Tabel 1. 1 Daftar Harga Ekspedisi JALUR NUGRAHA EKA KURIR 2025

No	Jenis Layanan	Keterangan	Etd	Tarif
1	CTC	YES: Yakin Esok Sampai	1 hari	Rp10.000
2	CTCYES	SPS/SS: JALUR NUGRAHA EKA KURIR Super Speed	1 hari	Rp18.000
3	CTCSPS	REG: Reguler	1 hari	Rp25.000
4	JTR	JTR: JALUR NUGRAHA EKA KURIR Trucking (Cargo minimum berat paket 10 Kg)	3 hari	Rp40.000
5	JTR <150	JTR<150: Pengiriman motor di bawah 150cc	3 hari	Rp200.000
6	JTR 250	JTR250: Pengiriman motor 150cc-250cc	3 hari	Rp350.000
7	JTR >150	JTR>250: Pengiriman motor di atas 250cc	3 hari	Rp500.000

Sumber : Jalur Nugraha Eka Kurir Indonesia, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, Jalur Nugraha Eka Kurir menyediakan berbagai jenis layanan ekspedisi dengan tarif dan estimasi waktu pengiriman yang berbeda sesuai kebutuhan pelanggan. Layanan seperti CTC, CTCYES, dan CTCSPS menawarkan pengiriman cepat dengan estimasi 1 hari, sedangkan layanan JTR digunakan untuk pengiriman kargo atau barang besar dengan estimasi 3 hari. Tarif pengiriman juga bervariasi tergantung jenis layanan dan jenis barang yang dikirim, mulai dari Rp10.000 hingga Rp500.000. Variasi layanan dan tarif ini menunjukkan upaya JALUR NUGRAHA EKA KURIR dalam memberikan pilihan pengiriman yang fleksibel bagi pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan di bidang jasa ekspedisi. Adapun prasurevey sebagai berikut :



Tabel 1. 2
Pra Survey Harga pada Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban (%)			
			Setuju		Tidak Setuju	
			Jumlah	%	Jumlah	%
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan finansial saya	30	6	20%	24	80%
2	Saya merasa harga yang ditawarkan terjangkau bagi kalangan konsumen	30	9	30%	21	70%
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk						
3	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas jasa yang saya dapatkan	30	18	60%	12	40%
4	Saya merasa jasa yang diberikan sepadan dengan harga yang dibayarkan	30	14	46,6%	16	53,4%
Daya Saing Harga						
5	Harga yang saya bayar sebanding dengan manfaat yang saya peroleh	30	17	56,7%	13	43,3%
6	Saya merasa puas karena manfaat yang saya dapatkan sesuai dengan harga yang dibayarkan	30	11	36,6%	19	63,4%
Kesesuaian Harga Dengan Manfaat						
7	Harga yang ditawarkan mampu bersaing dengan penyedia layanan lain	30	13	43,3%	17	56,7%
8	Saya memilih jasa ini karena harganya lebih kompetitif	30	12	40%	18	60%
Rata-rata			90	41,7%	150	58,3%

Sumber : Data di olah tahun, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap harga cenderung negatif. Pada aspek keterjangkauan harga, mayoritas responden menyatakan tidak setuju bahwa harga sesuai dengan kemampuan finansial maupun terjangkau bagi konsumen (80% dan 70%). Selain itu, pada beberapa indikator kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing, persentase ketidaksetujuan juga masih cukup tinggi, seperti 63,4% dan 56,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai harga yang ditawarkan belum sepenuhnya sesuai dengan manfaat, kualitas, serta daya saing dibandingkan penyedia lain. Secara umum, persepsi terhadap variabel harga masih kurang baik dan perlu menjadi perhatian

Tabel 1. 3
Data Tarif JALUR NUGRAHA EKA KURIR dengan Kompetitor

No	Nama Ekspedisi	Layanan	Etd	Tarif
1	JALUR NUGRAHA EKA KURIR	CTC	1 hari	Rp10.000
2	J&T	DOC	1 hari	Rp8.000
3	Si Cepat	Si Unit	1-2 hari	Rp11.000
4	Lion Parcel	JAGOPACK	1-4 hari	Rp7.000
5	Ninja Ekspres	Standard	-	Rp7.777
6	POS Indonesia	Pos Reguler	2 hari	Rp7.000
7	TIKI	ECO	4 hari	Rp8.000

Sumber : Cek Resi, 2025



Berdasarkan tabel diatas memperlihatkan perbandingan harga layanan yang sama tetapi dengan harga yang berbeda. Pada observasi awal yang dilakukan, terdapat bahwa penurunan konsumen menggunakan jasa perusahaan dinilai akibat adanya pengaruh dari penetapan harga yang diberikan oleh perusahaan dimana dalam hal ini, Jalur Nugraha Eka Kurir menetapkan harga yang lebih tinggi daripada ekspedisi lainnya sehingga menyebabkan harga dari Jalur Nugraha Eka Kurir lebih mahal dan membuat konsumen menjadi mencoba menggunakan jasa dari perusahaan lainnya.

Tabel 1. 4
Pra Survey Kualitas Pelayanan JNECabang Kebon Jeruk

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban (%)			
			Setuju		Tidak Setuju	
			Jumlah	%	Jumlah	%
Berwujud						
1	Penampilan karyawan terlihat profesional	30	12	40%	18	60%
2	Peralatan yang digunakan dalam pelayanan terlihat modern dan memadai	30	11	36,6%	19	63,4%
Kehandalan						
3	Karyawan mampu memberikan pelayanan dengan konsisten	30	8	26,6%	22	73,4%
4	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan saya	30	12	40%	18	60%
Ketanggapan						
5	Karyawan cepat tanggap dalam membantu kebutuhan saya	30	16	53,3%	14	46,7%
6	Saya merasa pelayanan diberikan dengan tepat waktu	30	15	50%	15	50%
Jaminan						
7	Karyawan memiliki pengetahuan yang memadai dalam melayani saya	30	10	33,3%	20	66,7%
8	Saya merasa aman menggunakan jasa ini	30	12	40%	18	60%
Empati						
9	Karyawan bersedia meluangkan waktu untuk membantu kebutuhan saya	30	11	36,6%	19	63,4%
10	Karyawan peduli terhadap kebutuhan saya sebagai konsumen	30	14	46,6%	16	53,4%
Rata-rata			121	40,3%	179	59,7%

Sumber : Data di olah tahun, 2025

Berdasarkan tabel 1.4 hasil pra survey kualitas pelayanan, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian negatif terhadap pelayanan Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk. Hal ini terlihat dari rata-rata responden yang menjawab tidak setuju sebesar 59,7%, sedangkan yang setuju sebesar 40,3%. Penilaian tersebut terutama terlihat pada aspek berwujud, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati yang menunjukkan bahwa karyawan dinilai kurang profesional, dan belum mampu memberikan pelayanan sesuai kebutuhan, serta responsif terhadap pelanggan. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian responden yang memberikan penilaian tidak setuju, sehingga perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya dalam konsistensi pelayanan dan perhatian terhadap kebutuhan pelanggan



Tabel 1. 5
Jumlah Pengiriman dan Omset Paket JNE Tahun 2020 – 2024

Tahun	Target Pengiriman (Paket)	Realisasi Pengiriman (Paket)	Target omset (Rp)	Omset (Rp)	Persentase (%)
2020	213.110	211.638	3.000.000.000	2.689.000.000	89,6%
2021	313.143	211.615	3.500.000.000	3.107.000.000	88,7%
2022	213.176	111.570	4.000.000.000	3.415.000.000	85,3%
2023	113.209	111.865	4.500.000.000	3.392.000.000	75,3%
2024	213.242	110.880	5.000.000.000	3.277.000.000	65,5%

Sumber : Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk, 20205

Berdasarkan Tabel 1.5, target dan realisasi pengiriman paket serta omset JALUR NUGRAHA EKA KURIR Cabang Kebon Jeruk selama tahun 2020–2024 menunjukkan tren peningkatan target setiap tahun. Namun, realisasi yang dicapai masih berada di bawah target yang ditetapkan. Pada tahun 2020 realisasi omset sebesar Rp2.689.000.000 atau 89,6% dari target, kemudian mengalami penurunan persentase pencapaian hingga 65,5% pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara target perusahaan dan pencapaian aktual, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kinerja karyawan, tingkat *work engagement*, serta keseimbangan kerja–kehidupan karyawan

Tabel 1. 6
Data Jumlah Konsumen JNE Cabang Kebon Jeruk 2020 - 2024

Tahun	Jumlah Konsumen		Persentase	Keterangan
	Target	Realisasi		
2020	11.000	9.320	85%	Tidak tercapai
2021	11.100	9.116	82%	Tidak tercapai
2022	11.200	9.735	87%	Tidak tercapai
2023	11.300	9.578	85%	Tidak tercapai
2024	11.400	9.943	87%	Tidak tercapai

Sumber : Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah konsumen selama tahun 2020-2024 mengalami perkembangan yang fluktuatif dengan kecenderungan menurun. Pada tahun 2020 jumlah konsumen mencapai 9.320 konsumen atau hanya mencapai 85% dari target yang ditetapkan. Selanjutnya pada tahun 2021 jumlah konsumen mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai 9.116 konsumen atau 82%. Kemudian pada tahun 2022 jumlah konsumen mengalami sedikit kenaikan mencapai 9.735 konsumen atau 87%. Selanjutnya pada tahun 2023 jumlah konsumen kembali mengalami penurunan mencapai 9.578 konsumen atau 85%. Serta pada tahun 2024 jumlah konsumen kembali mengalami kenaikan mencapai 9.943. Penulis melakukan prasurvey sebagai berikut :



Tabel 1. 7
Pra Survey Keputusan Pembelian JNE Cabang Kebon Jeruk

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Jawaban (%)			
			Setuju		Tidak Setuju	
			Jumlah	%	Jumlah	%
Pembelian Produk						
1	Saya membeli jasa ini karena sesuai dengan kebutuhan saya	30	14	46,6%	16	53,4%
2	Saya yakin bahwa jasa ini adalah pilihan yang tepat bagi saya	30	13	43,3%	17	56,7%
Pemilihan Merek						
3	Merk Jasa pelayanan ini memiliki reputasi jasa pelayanan yang baik	30	10	33,3%	20	66,7%
4	Saya memilih merk jasa pelayanan ini dibandingkan jasa pelayanan yang lain	30	11	36,6%	19	63,4%
Pemilihan Tempat Penyalur						
5	Saya memilih tempat ini karena mudah dijangkau	30	8	26,6%	22	73,4%
6	Tempat penyalur ini memberikan kenyamanan dalam bertransaksi	30	9	30%	21	70%
Waktu Pembelian						
7	Saya memakai jasa ini pada saat yang tepat sesuai kebutuhan	30	12	40%	18	60%
8	Saya mempertimbangkan waktu yang tepat sebelum memutuskan membeli	30	12	40%	18	60%
Metode Pembayaran						
9	Metode pembayaran yang tersedia memudahkan saya dalam bertransaksi.	30	14	46,6%	16	53,4%
10	Saya merasa nyaman dengan metode pembayaran yang ditawarkan	30	15	50%	15	50%
Rata-rata			118	39,3%	182	60,7%

Sumber : Data di olah tahun, 2025

Berdasarkan hasil pra survei keputusan pembelian pada Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk, sebagian besar responden menunjukkan tingkat ketidaksetujuan yang lebih tinggi dibandingkan persetujuan terhadap berbagai pernyataan yang diajukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Jalur Nugraha Eka Kurir masih relatif rendah dan belum sepenuhnya dipengaruhi oleh faktor kebutuhan, reputasi merek, kenyamanan tempat, maupun kemudahan transaksi. Tingginya tingkat ketidaksetujuan tersebut mengindikasikan bahwa masih terdapat kekurangan dalam kualitas layanan, citra merek, serta kenyamanan dan kemudahan layanan yang diberikan perusahaan. Apabila kondisi ini tidak segera diperbaiki, maka dapat berdampak pada rendahnya minat pelanggan untuk menggunakan jasa Jalur Nugraha Eka Kurir serta menurunkan tingkat omset perusahaan

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Khairul (2021:140) : “Harga yang diterjemahkan oleh sabran adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai



yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.”

Lokasi

Menurut Kotler dan Amstrong, (2017:92) menyatakan bahwa place (tempat) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran. Sedangkan menurut Heizer dan Render (2015: 35) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Oleh karena itu sangat penting memilih lokasi yang strategis untuk memaksimalkan keuntungan suatu perusahaan. Dan menurut (Tjiptono, 2020) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller (2021:156) Kualitas Pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah memberikan kualitas setiap kali produk atau layanannya memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Merupakan bentuk sudut pandang penilaian dari konsumen terhadap layanan jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Karena kualitas merupakan sudut pandang yang harus diwujudkan oleh perusahaan dalam menarik klien baru atau untuk mempertahankan klien lama agar tidak berpindah terhadap perusahaan pesaing

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, dimana menurut Sugiyono (2021:36) “penelitian asosiatif adalah untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan demikian penelitian asosiatif ini dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Dengan pendekatan penelitian kuantitatif,

Sugiyono (2021:35) juga menyampaikan bahwa “dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Selanjutnya menurut Sujarweni (2021:39) “penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)”. Dengan demikian metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan penelitian ini dengan studi empiris yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel promosi dan ketepatan waktu pengiriman terhadap keputusan pembelian konsumen



HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

1. Berdasarkan data, semua butir kuesioner pada variabel promosi (X1) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian
2. Berdasarkan data, semua butir kuesioner pada variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian
3. Berdasarkan data, semua butir kuesioner pada variabel keputusan pembelian konsumen (Y) diperoleh nilai r hitung $>$ r tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian

Uji Reliabilitas

1. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel harga (X1) diperoleh nilai cronbatch alpha sebesar $0,755 > 0,600$, dengan demikian dinyatakan reliabel
2. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai cronbatch alpha sebesar $0,746 > 0,600$, dengan demikian dinyatakan reliabel
3. Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian konsumen (Y) diperoleh nilai cronbatch alpha sebesar $0,723 > 0,600$, dengan demikian dinyatakan reliabel

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk memastikan asumsi bahwa persamaan tersebut berdistribusi normal dilakukan melalui pendekatan alat ukur perhitungan residual variabel dependen

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60212143
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.069
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah penulis, 2025.



Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi $0,200 > 0,050$. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 15
Hasil Pengujian Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.797	2.683		2.161	.033		
	Harga (X1)	.453	.070	.473	6.482	.000	.778	1.285
	Kualitas Pelayanan (X2)	.406	.069	.431	5.913	.000	.778	1.285

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber : data diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai tolerance variabel harga sebesar 0,778 dan kualitas pelayanan 0,778 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) variabel harga sebesar 1,285 dan variabel kualitas pelayanan sebesar 1,285 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinearitas

Uji Autokorelasi

Tabel 4. 17
Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776 ^a	.602	.594	2.629	1.986

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, model regresi ini tidak ada autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 1,986 yang berada diantara interval 1.550 – 2.460

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 18
Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Model		Coefficients ^a		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.293	1.750		.168
	Harga (X1)	.010	.046	.027	.230
	Kualitas Pelayanan (X2)	.034	.045	.087	.759

a. Dependent Variable: RES2
Sumber: Data diolah penulis, 2025.



Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, glejser test model pada variabel harga (X1) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,818 dan kualitas pelayanan (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,450 dimana keduanya nilai signifikansi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

Analisis Regresi Linear

Tabel 4. 22
Hasil Uji Regresi Berganda Variabel HArga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.797	2.683		2.161	.033
Harga (X1)	.453	.070	.473	6.482	.000
Kualitas Pelayanan (X2)	.406	.069	.431	5.913	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis, 2025

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 5,797 + 0,453X1 + 0,406X2$. Dari persamaan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 5,797 diartikan bahwa jika variabel harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) tidak dipertimbangkan atau bernilai nol, maka keputusan pembelian konsumen (Y) hanya akan bernilai sebesar 5,797 poin
2. Nilai koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,453 (bertanda positif), hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel harga (X1) maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 0,453 poin
3. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,406 (bertanda positif), hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel kualitas pelayanan (X2) maka akan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada keputusan pembelian konsumen (Y) sebesar 0,406 poin

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. 25
Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.776a	.602	.594	2.629

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber: Data diola penulis, 2025.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,602 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh



terhadap variabel keputusan pembelian konsumen sebesar 60,2% sedangkan sisanya sebesar (100-60,2%) = 39,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dilakukan penelitian

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. 26
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.604	2.714		5.013	.000
	Harga (X1)	.647	.072	.676	9.041	.000

a. . Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah penulis, 2025.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (9,041 > 1,985) Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat

Tabel 4. 27
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.036	2.711		5.546	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.616	.072	.654	8.520	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2)

Sumber: Data diolah penulis, 2025.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (8,520 > 1,985). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat.



Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4. 28

Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1004.398	2	502.199	72.655	.000 ^b
	Residual	663.562	96	6.912		
	Total	1667.960	98			

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

c. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X1)

Sumber: Data diolah, 2025.

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (72,655 > 2,700), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi < 0,050 atau (0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 13,604 + 0,647X1$, nilai korelasi sebesar 0,676 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi sebesar 45,7% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (9,041 > 1,985). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 15,036 + 0,616X2$, nilai korelasi sebesar 0,654 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi sebesar 42,8% dan uji hipotesis diperoleh t hitung > t tabel atau (8,520 > 1,985). Dengan demikian maka Ho2 ditolak dan Ha2 diterima artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Pengiriman Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat.
3. Harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 5,797 + 0,453X1 + 0,406X2$, nilai korelasi sebesar 0,776 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai koefisien determinasi sebesar 60,2% sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (72,655 > 2,700). Dengan demikian maka Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan



antara harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen menggunakan Jasa Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Kebon Jeruk Kota Jakarta Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2022). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, Edisi 1, Cet.7, 2004.
- Fandy, Tjiptono. (2022). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Follet. (2022). *The Art Of Getting Done Through People*. Literary Licensing, LLC
- Hasibuan, Malayu. (2021). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : PT Bumi Aksara.
- Irawan, R. D., & Senen. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Ekspedisi Jalur Nugraha Eka Kurir Cabang Bogor*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 3(7), 406–415.
- Irmal, I. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tour & Travel PT Hade Karunia Wisata di Tangerang Selatan*. *Jurnal Ilmiah Pemasaran*, 1(1), 32–40.
- Kotler, P., & Keller, KL (2021). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15). Pearson Education.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2020). *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniasari, R. P., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Barang PT Pos Indonesia di Tulungagung*. *Jurnal Economina*, 2(8).
- Laksana, M. F. (2021). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Mamduh M. Hanafi. (2022). *Manajemen portofolio*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Mamduh M. Hanafi. (2022). *Manajemen*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN
- Musa Masing, & Widyana. (2021). *Marketing Mix Method Sebagai Strategi Pemasaran Pendidikan di SMA Kristen Barana*. Yogyakarta : Japendi.
- Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ekspedisi J&T Express. e-Jurnal Riset Manajemen.*
- Prof. Dr. Lijan Poltak Sinambela, M. M. (2020). *Kinerja Pegawai Teori Pengukuran dan Implikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sinambela, Lijan Poltak dan Sarton Sinambela (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif - Teori Dan Praktik*. Depok: Rajawali Pers.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar: Manajemen pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi.
- Sugiyono (2021). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta
- Supardi, L. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Lion Parcel BSD, Kota Tangerang Selatan*. *The Journal of Social Sciences and Humanities*
- Suparyanto, & Rosad. (2021). *Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Makassar Raya Motor Cabang Palopo*. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3). 248–253.
- Tjiptono Fandy, Anastasia Diana (2020). *Pemasaran*. Penerbit : Andi Yogyakarta.