

Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan Berpengaruh Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa di *J&T Express* Banjarsari, Surakarta

Siti Mudurikah¹, Indra Hastuti², Khabib Alia Akhmad³

Universitas Duta Bangsa Surakarta, E-mail: 202030229@mhs.udb.ac.id

| ARTICLE INFO | ABSTRACT |
|--|--|
| <p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Service Quality, Price, Customer Value and Decisions to Use</p> | <p><i>This research aims to analyze the influence of service quality, price and customer value on decisions to use services at J&T Express Banjarsari, Surakarta. The research population involved users or customers of the J&T Express Banjarsari, Surakarta service, with a sample of 97 respondents. The variables studied include service quality, price, customer value, and usage decisions. The data used comes from primary and secondary sources, and was collected through questionnaires. Data processing techniques were carried out using SPSS version 27. The research results showed that service quality, price and customer value partially had a positive and significant influence on usage decisions. Apart from that, simultaneously the variables of service quality, price and customer value have a positive and significant effect on the decision to use services.</i></p> |
| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
| <p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Kualitas Pelayanan, Harga, Nilai Pelanggan dan Keputusan Penggunaan</p> | <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan nilai pelanggan terhadap keputusan penggunaan jasa di <i>J&T Express</i> Banjarsari, Surakarta. Populasi penelitian melibatkan pengguna atau pelanggan layanan <i>J&T Express</i> Banjarsari, Surakarta, dengan sampel sebanyak 97 responden. Variabel yang diteliti meliputi kualitas pelayanan, harga, nilai pelanggan, dan keputusan penggunaan. Data yang digunakan berasal dari sumber primer dan sekunder, dan dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan nilai pelanggan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.</p> |

A. Pendahuluan

Pertumbuhan industri jasa pengiriman produk memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan industri *e-commerce* Indonesia. Banyak konsumen menghemat waktu dan tenaga dengan membeli produk secara online dan menggunakan jasa pengiriman. *J&T Express*, juga dikenal sebagai *J&T Express*, adalah salah satu perusahaan paling berkembang di industri logistik dan ekspedisi Indonesia. Didirikan oleh Jet Lee dan Tony Chen pada tanggal 20 Agustus 2015 dan saat ini dikenal dengan nama PT. *Global Jet Express* dijadwalkan pada awal September 2015. Perusahaan berlokasi di Pluit, Jakarta Utara (Hendarko, 2020).

Manajemen pemasaran dianggap sebagai seni dan ilmu untuk menarik perhatian, mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Hal ini dicapai dengan mengidentifikasi target pasar dan menciptakan nilai pelanggan yang unggul (Kotler & Keller, 2022). Manajemen pemasaran jasa meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan kegiatan pemasaran produk jasa. Tim manajemen ini bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini mencakup berbagai pendekatan dan tindakan seperti personalisasi, pengendalian kualitas, bauran pemasaran, dan segmentasi pasar (Anugrah, 2023).

Kualitas pelayanan didasarkan pada perbandingan pelayanan yang diterima pelanggan dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya meningkatkan kualitas pelayanannya agar pelanggan semakin tertarik menggunakan *J&T Express* (Hamirul, 2020). Kualitas ini dianggap penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan terdiri dari banyak karakteristik (Waluyo & Crosby, 2020).

Harga merupakan faktor penting yang mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan Anda. Harga didefinisikan oleh jumlah uang yang dikeluarkan pelanggan untuk suatu barang dan jasa, atau nilai yang mereka tukarkan untuk memperoleh manfaat atau kegunaan dari barang dan jasa tersebut (Mardia

et al., 2021). Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk menghasilkan keuntungan dari suatu barang atau jasa atau jumlah yang dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu barang (Indrasari, 2019).

Nilai pelanggan sangat penting untuk menarik pelanggan. Menurut Nuni & Ade (2019), nilai pelanggan merupakan perbandingan seluruh manfaat yang diberikan pelanggan dengan segala pengorbanan yang diberikan pelanggan. Nilai pelanggan diartikan sebagai manfaat yang diharapkan pelanggan dibandingkan dengan kontribusi yang mereka berikan untuk memperoleh manfaat tersebut (Adhari, 2021). Di sisi lain, Kotler dan Keller (2019) mendefinisikan nilai pelanggan sebagai selisih antara manfaat yang diterima pelanggan dari suatu produk dan biaya yang mereka bayarkan untuk memperoleh manfaat.

Pelanggan memilih *J&T Express* berdasarkan kualitas layanan, biaya, dan nilai pelanggan. Keputusan dalam menggunakan suatu jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen (Reminta et al., 2020). Dengan kata lain, setiap konsumen harus memilih opsi yang paling sesuai dengan kebutuhannya (Argitama, 2020).

Penelitian sebelumnya telah mencapai kesimpulan berbeda mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan. Penelitian pertama dilakukan oleh Kharisma et al. (2020) menemukan bahwa faktor kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek di Surakarta. Studi kedua oleh Afyanti et al. (2023) menemukan bahwa faktor harga tidak mempengaruhi layak atau tidaknya menggunakan jasa *wedding organizer* Ratu Rias Sitanggal. Menurut penelitian ketiga yang dilakukan Hidayat (2021), faktor nilai pelanggan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan *Go-Mart*.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menganalisis data numerik dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan statistik seperti eksperimen dan survei (Sugiyono, 2013). Analisis data numerik dilakukan dalam waktu satu bulan dengan menggunakan program statistik SPSS versi 27 untuk pelanggan atau pengguna jasa *J&T Express* di Banjarsari, Surakarta. *J&T Express* berlokasi di Jalan Adi Sumarmo, Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135.

Penelitian ini menggunakan sampel acak (*Accidental Random Sampling*) dari pelanggan *J&T Express* di Banjarsari, Surakarta. Dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menghitung sampel. Rumus ini digunakan karena besarnya populasi tidak diketahui dan dapat berubah sewaktu-waktu (Manaroinson, 2013). Hitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 1 - \alpha/2P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel
- $Z^2 1 - \alpha/2$: Z Skor pada $1 - \alpha/2$ tingkat kepercayaan 95% = 1,96
- P : Maksimal estimasi (0,5)
- d : Tingkat kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dapat diperhitungkan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,01} \\ n &= \frac{0,9604}{0,01} \\ n &= 96,04 = 97 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang didapatkan untuk memudahkan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden.

Skala Likert merupakan teknik pengelolaan data yang berasal dari kuesioner yang mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Menurut Sugiyono (2019),

skala Likert dapat digunakan dalam setting berbeda, sumber berbeda, dan cara berbeda. Nilai tiap item pertanyaan adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Likert

| No. | Tanggapan | Kode | Skor |
|-----|---------------------|------|------|
| 1. | Sangat Setuju | SS | 5 |
| 2. | Setuju | S | 4 |
| 3. | Netral | N | 3 |
| 4. | Tidak Setuju | TS | 2 |
| 5. | Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

Sumber : Sugiyono, 2019

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Validitas kuesioner dinilai melalui uji validitas (Ghozali, 2019). Jika nilai R hitung lebih besar dari R tabel maka data tersebut valid. Tabel *r product moment* digunakan untuk memperoleh nilai r tabel dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$ dan jumlah sampel $(n) = 97$. Hasilnya $df = n - 2 = 95$ dan nilai pada r tabel adalah 0,1966. Jika angka $r > r$ tabel (0,1966), maka pernyataan kuesioner tersebut valid. Pernyataan tidak valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966). Oleh karena itu, hasil uji validitas disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item Pertanyaan | Validitas | | Keterangan |
|--------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|------------|
| | | R Hitung | R Tabel ($df=97-2=95$) | |
| Kualitas Pelayanan (X1) | X1.1 | 0,673 | 0,1996 | Valid |
| | X1.2 | 0,761 | 0,1996 | Valid |
| | X1.3 | 0,746 | 0,1996 | Valid |
| | X1.4 | 0,652 | 0,1996 | Valid |
| Harga (X2) | X2.1 | 0,729 | 0,1996 | Valid |
| | X2.2 | 0,699 | 0,1996 | Valid |
| | X2.3 | 0,670 | 0,1996 | Valid |
| | X2.4 | 0,762 | 0,1996 | Valid |
| Nilai Pelanggan (X3) | X3.1 | 0,686 | 0,1996 | Valid |
| | X3.2 | 0,803 | 0,1996 | Valid |
| | X3.3 | 0,695 | 0,1996 | Valid |
| | X3.4 | 0,576 | 0,1996 | Valid |
| Keputusan Penggunaan (Y) | Y1.1 | 0,727 | 0,1996 | Valid |
| | Y1.2 | 0,700 | 0,1996 | Valid |
| | Y1.3 | 0,687 | 0,1996 | Valid |
| | Y1.4 | 0,591 | 0,1996 | Valid |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi suatu kuesioner (Ghozali, 2020). Sebuah survei dapat diandalkan jika respondennya konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's alpha*-nya lebih besar dari 0,6.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

| Reliabilitas | | |
|----------------------|------------------|------------|
| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
| Kualitas Pelayanan | 0,669 | Reliabel |
| Harga | 0,680 | Reliabel |
| Nilai Pelanggan | 0,641 | Reliabel |
| Keputusan Penggunaan | 0,605 | Reliabel |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Cronbach's alpha* seluruh variabel dalam kuesioner lebih dari 0,60 sehingga konsep pengukuran masing-masing variabel semuanya reliabel. Oleh karena itu, item-item yang berkaitan dengan masing-masing variabel tersebut merupakan alat pengukuran yang tepat.

Uji normalitas data yaitu memeriksa apakah data yang dikumpulkan berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan normalitas residual adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (Gunawan, 2020).

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| | | Unstandardized Residual | |
| N | | 97 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | .74087451 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .085 | |
| | Positive | .071 | |
| | Negative | -.085 | |
| Test Statistic | | .085 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .082 | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d | Sig. | | .080 |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .073 |
| | | Upper Bound | .087 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data dari 97 responden yang diuji berdistribusi normal untuk variabel yang berkaitan dengan kualitas layanan, harga, dan nilai pelanggan mengenai keputusan penggunaan dengan nilai *Asimp. Sig* menunjukkan bahwa data berdistribusi normal sebesar 0,082 lebih besar dari 0,05.

Dengan menggunakan model regresi ini, dilakukan uji multikolinearitas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel. Variabel dalam model regresi tidak multikolinear jika nilai *tolerance* kurang dari 0,10 atau nilai VIF nya kurang dari 10. Dengan kata lain data tersebut tidak menunjukkan multikolinearitas (Gunawan, 2020).

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | .587 | .691 | | .849 | .398 | | |
| | Kualitas Pelayanan | .298 | .052 | .318 | 5.752 | .001 | .504 | 1.986 |
| | Harga | .147 | .052 | .161 | 2.822 | .006 | .475 | 2.104 |
| | Nilai Pelanggan | .521 | .059 | .551 | 8.854 | .001 | .398 | 2.512 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dari dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (Rochmat, 2017). Beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi, namun pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .665 | .473 | | 1.406 | .163 |
| | Kualitas Pelayanan | .026 | .035 | .105 | .732 | .466 |
| | Harga | .034 | .036 | .140 | .947 | .346 |
| | Nilai Pelanggan | -.067 | .040 | -.270 | -1.670 | .098 |

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser, nilai signifikansi (sig.) variabel kualitas pelayanan, harga, dan nilai pelanggan sebesar 0,466. 0,346 dan 0,098 masing-masing menunjukkan lebih besar dari 0,05. Artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Nilai Pelanggan (X3), terhadap variabel terikat, yaitu Keputusan Penggunaan (Y). Hasil pengujian akan disajikan sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .587 | .691 | | .849 | .398 |
| | Kualitas Pelayanan | .298 | .052 | .318 | 5.752 | < .001 |
| | Harga | .147 | .052 | .161 | 2.822 | .006 |
| | Nilai Pelanggan | .521 | .059 | .551 | 8.854 | < .001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas menunjukkan koefisien β merupakan bentuk sebuah persamaan regresi yang dapat dihasilkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 0,587 + 0,298 X_1 + 0,147 X_2 + 0,521 X_3$$

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa baik suatu model yang disebut variabel *independent* dapat menjelaskan variasi variabel *dependen* (Ghozali, 2021). Anda dapat menggunakan nilai R2 untuk menghitung koefisien determinasi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Nilai R2 yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel *independent* menyediakan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .926 ^a | .857 | .852 | .753 |

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

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R square*) adalah 0,852. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan nilai pelanggan menyumbang

85,2% dari keputusan penggunaan. Sedangkan sisanya sebesar 14,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel bebas terhadap variasi suatu variabel terikat. Hal ini memungkinkan kita untuk melihat apakah variabel kualitas layanan, harga, dan nilai pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap pilihan penggunaan (Ghozali, 2021). Apabila nilai Sig variabel independen lebih besar dari 0,05 maka variabel dependen tidak dipengaruhi oleh variabel independen. Hal ini menunjukkan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Di sisi lain, Sig. Kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini sesuai dengan H1. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .587 | .691 | | .849 | .398 |
| | Kualitas Pelayanan | .298 | .052 | .318 | 5.752 | < .001 |
| | Harga | .147 | .052 | .161 | 2.822 | .006 |
| | Nilai Pelanggan | .521 | .059 | .551 | 8.854 | < .001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

- a) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)
Pengaruh parsial variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan (Y) adalah dengan nilai Sig. sebesar < 0,001 yaitu kurang dari 0,05. H1 diterima, menunjukkan bahwa kualitas layanan memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan.
- b) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)
Pengaruh parsial variabel harga terhadap keputusan penggunaan (Y) adalah dengan nilai Sig. sebesar 0,006 yaitu kurang dari 0,05. H2 diterima, menunjukkan bahwa harga memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan.
- c) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)
Pengaruh parsial variabel nilai pelanggan terhadap keputusan penggunaan (Y) adalah dengan nilai Sig. sebesar < 0,001 yaitu kurang dari 0,05. H3 diterima, menunjukkan bahwa nilai pelanggan memainkan peran penting dalam keputusan penggunaan.

Uji F digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) secara simultan terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y). Hasil Uji F dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 9. Uji Simultan (Uji f)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 314.976 | 3 | 104.992 | 185.301 | .000 ^b |
| | Residual | 52.694 | 93 | .567 | | |
| | Total | 367.670 | 96 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

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

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 27, 2024

Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Berdasarkan Tabel 4.16, nilai Sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2), dan Nilai Pelanggan (X3) terhadap keputusan penggunaan (Y). Dengan demikian, H4 diterima.

2. Pembahasan

Pembahasan ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya. Selanjutnya dibahas mengenai penerimaan terhadap hipotesis penelitian yang disertai dengan fakta atau penolakan terhadap hipotesis penelitian yang disertai dengan penjelasan. Secara keseluruhan pengujian pengaruh kualitas pelayanan, harga, nilai pelanggan dan keputusan penggunaan diuraikan sebagai berikut :

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta*

Hasil yang pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis pertama maka kualitas pelayanan pada Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai sig. $< 0,001$ kurang dari $0,05$. Sejalan dengan penelitian Sukadana dan Sudarnaya (2021) menemukan bahwa kualitas layanan memiliki keunggulan yang signifikan dalam keputusan penggunaan *J&T Express* di Kubutambahan. Pelayanan yang baik membuat pelanggan puas.

b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta*

Pengujian hipotesis kedua, harga berdampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan di perusahaan logistik *J&T Express Banjarsari* di Surakarta. Hipotesis bahwa harga berdampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan didukung oleh nilai sig. sebesar $0,006$, yang lebih rendah dari $0,05$. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sukadana & Sudarnaya (2021) menemukan bahwa harga mempengaruhi keputusan untuk menggunakan *J&T Express* Kubutambahan. Menurut responden, harga *J&T Express Banjarsari, Surakarta* terjangkau dan dapat bersaing dengan layanan pengiriman lainnya.

c. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta*

Hasil yang pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis ketiga maka nilai pelanggan pada Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan dengan nilai sig. $< 0,001$ kurang dari $0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rahman (2019) yang menyatakan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek. Nilai pelanggan yang tinggi penting untuk menjaga hubungan dan mendapatkan pelanggan setia, dengan responden di *J&T Express Banjarsari, Surakarta*, merasa puas dan mendapatkan prioritas pelayanan.

d. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Perusahaan Jasa Logistik *J&T Express Banjarsari, Surakarta*

Pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan secara bersamaan berdampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan di *J&T Express Banjarsari*, perusahaan jasa logistik di Surakarta. Hipotesis bahwa ketiga variabel ini mempengaruhi keputusan penggunaan secara bersama-sama didukung oleh nilai sig. sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Afyanti *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan jasa *Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal*. Selain itu, Rahman (2019) menemukan bahwa nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan Gojek dengan meningkatkan kualitas pelayanan, menawarkan harga yang terjangkau, dan mempertimbangkan Nilai Pelanggan untuk *J&T Express Banjarsari, Surakarta* dapat meningkatkan Keputusan Penggunaan layanan mereka.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa keputusan penggunaan jasa *J&T Express* di Banjarsari, Surakarta sangat dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan nilai pelanggan. Dengan pelayanan yang baik, pelanggan akan lebih bahagia dan lebih

sering datang kembali. Harga yang murah dan kompetitif juga menjadi faktor penting mengapa pelanggan memilih *J&T Express*. Faktor utama dalam memutuskan penggunaan jasa logistik pada *J&T Express* Banjarsari, Surakarta adalah kualitas pelayanan, harga dan nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa memberikan perhatian yang seimbang pada ketiga aspek tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan pilihan mereka dalam menggunakan layanan.

E. Referensi

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Afiyanti, S. N., Syaifulloh, M., & Mulyani, I. D. (2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Wedding Organizer Ratu Rias Sitanggal*. 1(4).
- Anugrah, Dwi. (2023). *Apa itu Manajemen Pemasaran Jasa? - Pascasarjana UMSU*. Pascasarjana UMSU. <https://pascasarjana.umsu.ac.id/apa-itu-manajemen-pemasaran>
- Argitama. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Dan Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Gopay (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Di Kota Semarang)*. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)
- Hidayati, A., Sifat, W. ode, & Maddinsyah, A. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. Tangerang Selatan : Cipta Media Nusantara.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Surabaya : Unitomo Press.
- Kharisma, D., Mursito, B., & Hadi, S. (2020). *Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Surakarta Ditinjau*. 18(3), 283–290.
- Kotler & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 (Edisi 13)*. Erlangga.
- Kotler & Keller, (2022). *Marketing Management Sixteenth (16th ed.)*. United Kingdom: Pearson Education Limited
- Manaroinson, J. (2013). *Metode Penelitian Terapan Bidang Ekonomi dan Bisnis*. Tondano: CV R.A.DE.Rozarie.
- Mardia, et al. (2021). *Strategi Pemasaran*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Nuni & Ade. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol.6 No.2 September 2019, 1-5.
- Reminta, Tiar Lina Situngkir, Indah Krisnawati & Sherliana Halim. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Pada Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In Data Kualitatif. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Waluyo & Crosby Lethimen. (2020). *good governce dalam perspektif kualitas pelayanan*.