

## Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa JNE Cabang Utama Kota Tangerang

Michelle Graciaella Ribka Kusumadinata<sup>1)\*</sup>

Universitas Buddhi Dharma  
Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia  
michellleribka2@gmail.com

---

Rekam jejak artikel:

Terima September 2023;  
Perbaikan September 2023;  
Diterima September 2023;  
Tersedia online Oktober 2023

---

Kata kunci: {gunakan 4-6 kata kunci}

Kualitas Pelayanan  
Harga  
Citra Merek  
Keputusan Konsumen

### Abstrak

Menemukan kepentingan relative antara kualitas layanan, harga, dan citra merek terhadap Keputusan Konsumen adalah tujuan dari penelitian ini. Riset ini dilakukan dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner kepada semua konsumen, dengan menerapkan metode Accidental Sampling.

Sesuai dengan hasil hipotesis diperoleh t hitung untuk koefisien kualitas pelayanan sebesar 12.478, t hitung untuk koefisien harga sebesar 14.668 dan t hitung untuk koefisien citra merek sebesar 16.781 namun diketahui t tabel sebesar 2,365. Adapun hasil hipotesis secara stimultan f hitung sebesar 145,847 namun nilai f tabel sebesar 2,70. Artinya hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima karena nilai t hitung > t tabel.

Kesimpulan yang diperoleh dari temuan uji hipotesis adalah bahwa unsur kualitas layanan, harga, dan citra merek mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan konsumen menggunakan layanan JNE cabang utama di kota Tangerang.

---

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis Indonesia saat ini banyak mengalami perubahan semakin banyak perusahaan terkemuka yang memiliki dampak besar untuk masyarakat begitulah bisnis yang menyediakan layanan jasa ekspedisi. JNE Express merupakan salah satu penyedia layanan ekspedisi di Indonesia. Persaingan layanan ekspedisi di Indonesia sangat ketat karena banyak kompetitor yang tak kalah bagus dengan JNE maka patut dilakukan strategi yang tepat untuk membuat konsumen tetap memilih jasa JNE dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Tugas perusahaan layanan jasa pengiriman dapat mengantarkan barang ke *customer* dengan aman dan tepat waktu baik melalui jalur udara, laut atau darat. Layanan ekspedisi memang sangat membantu untuk mengirimkan barang ke sanak saudara yang jauh. JNE membantu masyarakat membeli atau mengirim kebutuhan pokok sehari-hari maupun digunakan untuk mengirim barang jualan. Penulis mengambil judul ini karena masih ada ruang untuk perbaikan baik dari segi kualitas layanan dan tenaga kerja mereka. Seharusnya manager bisa mengatur sehingga hal ini tidak terjadi.

Penulis memilih topik ini dikarenakan memiliki ketertarikan untuk melakukan riset di perusahaan jasa, maka penulis memilih judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra

Merek Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa JNE Cabang Utama JNE Kota Tangerang.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### **Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan (Kusnawan., 2022) mengatakan bahwa :

“Kualitas Pelayanan yaitu peringkat keunggulan yang diantisipasi dan pengelolaan hak-hak untuk melayani kepentingan pelanggan”.

Menurut (Jania & Hernawan, 2022) mengatakan bahwa :

“Kualitas pelayanan yaitu memberi hal utama yang ada untuk memenuhi keinginan konsumen dan jika melebihi harapan konsumen dapat menyebabkan loyalitas pelanggan yang tinggi”

Menurut (Efrem & Hernawan, 2022; Pratama dkk., 2021) mengatakan bahwa :

“Kualitas Pelayanan yaitu berfokus pada upaya di lapangan demi memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga dapat citra merek yang bagus untuk perusahaan”.

### **Harga**

Menurut (Hernawan & Andy, 2019) mengatakan bahwa :

“Harga yaitu mutu produk yang dinyatakan dengan uang dan menjadi salah satu faktor dalam pengambilan keputusan pembelian”.

Menurut (Kusnawan dkk., 2020) mengatakan bahwa :

“Harga yaitu sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang dibeli pelanggan sesuai dengan manfaat-manfaat yang ada didalamnya”.

Menurut (Wijaya & Kusnawan, 2022) mengatakan bahwa :

“Harga yaitu sebagai kontribusi keseluruhan yang bersedia dilakukan konsumen dalam rangka mendapatkan produk atau jasa spesifik.”.

### **Citra Merek**

Menurut (Lihardo & Hernawan, 2022) mengatakan bahwa :

“Citra Merek yaitu persepsi pada gabungan asosiasi merek yang datang pada pikiran setiap para konsumen”.

Menurut (Hernawan & Kusnawan., 2023) mengatakan bahwa :

“Citra Merek yaitu representasi dari kelengkapan persepsi kepada merek dan terbentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu”.

Menurut (Hernawan & Kusnawan., 2022) mengatakan bahwa :

“Citra Merek yaitu kesan konsumen terhadap suatu merek produk atau perusahaan”.

### **Keputusan Konsumen**

Menurut (Andy & Sutrisna., 2022) mengatakan bahwa :

“Keputusan Konsumen yaitu suatu proses pengambilan keputusan terakhir akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih satu atau lebih alternatif produk yang tersedia”.

Menurut (Sutrisna., 2022) mengatakan bahwa :

“Keputusan Konsumen yaitu tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak membeli terhadap produk atau jasa yang dipasarkan”.

Menurut (Hernawan & Andy, 2018) mengatakan bahwa :

“Keputusan Konsumen yaitu suatu keputusan seseorang dalam memilih barang atau diantara beberapa pilihan yang ada”.

### III. METODE

Tertulis bahwa penelitian ini memakai satu jenis metode penelitian yaitu menggunakan teknik kuantitatif yang berkaitan dengan numerik. Salah satu metode melakukan penelitian adalah dengan mengirimkan kuesioner. Elemen-elemen penting dimasukkan dalam kuesioner berdasarkan masing-masing komponen. Mencari tahu faktor mana yang lebih berpengaruh sejumlah faktor yang diprediksi terhadap populasi dan sampel yaitu seluruh pelanggan JNE, termasuk kualitas layanan JNE, harga JNE, dan brand image JNE. Pendekatan Accidental Sampling digunakan penulis untuk menyimpulkan bahwa 100 tanggapan merupakan ukuran sampel yang cukup.

### IV. HASIL

#### 1. Tabel Model Summary

- Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

##### a. Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen

Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Kesalahan Standar Estimasi
1	.784 <sup>a</sup>	0,614	0,610	3,64099

a. Prediktor: (Konstan), Kualitas Pelayanan

b. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Koefisien determinasi R square menurut tabel di atas adalah sebesar 0,614, artinya 61,4% dari jumlah tersebut diwakili oleh persentase. Akibatnya, jika kita mengurangi 61,4% dari 100%, kita mendapatkan 38,6% sebagai sisanya. Hasilnya menunjukkan bahwa sisanya 38,6% pengaruh berasal dari variabel luar.

##### b. Koefisien Determinasi Harga terhadap Keputusan Konsumen

Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Kesalahan Standar Estimasi
1	.825 <sup>a</sup>	0,681	0,678	3,30957

a. Prediktor: (Konstan), Harga

b. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Koefisien determinasi R square menurut tabel di atas adalah sebesar 0,681, artinya 68,1% diwakili oleh persentase, sedangkan sisanya sebesar 31,9% diwakili oleh (100 –

68,1% = 31,9%). Hasilnya menunjukkan bahwa sisanya sebesar 31,9% pengaruh berasal dari variabel luar.

### c. Koefisien Determinasi Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen

Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Kesalahan Standar Estimasi
1	.861 <sup>a</sup>	0,742	0,739	2,97793

a. Prediktor: (Konstan), Citra Merek

b. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Koefisien determinasi R square menurut tabel sebelumnya adalah 0,742, artinya 74,2% sampel terwakili oleh nilai tersebut, sedangkan sisanya 25,8% ( $100 - 74,2\% = 25,8\%$ ) tidak. Hasilnya menunjukkan bahwa sisanya 25,8% mungkin disebabkan oleh variabel yang tidak ada cakupannya disini.

### d. Koefisien Determinasi Stimultan

Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Kesalahan Standar Estimasi
1	.906 <sup>a</sup>	0,820	0,814	2,51182

a. Prediktor: (Konstan), Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek

b. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas, persentase sebesar 82% diwakili oleh koefisien determinasi R square yang bernilai 0,820; sisanya 18% ( $100 - 82\% = 18\%$ ) ditampilkan. Lalu sisanya sebesar 18% berasal dari variabel yang tidak dijelaskan di karya ilmiah ini.

## 2. Tabel Uji Hipotesis

### • Uji T

#### a. Koefisien Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen

		Koefisien <sup>a</sup>				
		Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		
		B	Standard Error	Beta	t	Sig.
1	(Konstan)	6,786	2,745		2,472	0,015
	Kualitas Pelayanan	0,860	0,069	0,784	12,487	0.000

a. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Terdapat nilai tetap sebesar 6,786 pada kolom B pada tabel Koefisien Tidak Standar dan nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,860 seperti terlihat pada tabel di atas.

#### b. Koefisien Harga terhadap Keputusan Konsumen

		Koefisien <sup>a</sup>				
		Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		
		B	Standard Error	Beta	t	Sig.
1	(Konstan)	9,935	2,156		4,608	0,000
	Harga	0,784	0,054	0,825	14,468	0.000

a. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Nilai 0,784 dan 9,935 dapat dilihat pada tabel di atas sebagai koefisien harga dan konstanta yang membentuk nilai B pada kolom Koefisien Tidak Standar.

#### c. Koefisien Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen

		Koefisien <sup>a</sup>				
		Koefisien Tidak Standar		Koefisien Standar		
		B	Standard Error	Beta	t	Sig.
1	(Konstan)	3,942	2,214		1,780	0,078
	Citra Merek	0,941	0,056	0,861	16,781	0.000

a. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

Sumber : Software SPSS 25

Nilai 0,941 dan 3,942 dapat dilihat pada tabel di atas sebagai koefisien harga dan konstanta yang membentuk nilai B pada kolom Koefisien Tidak Standar.

- **Uji F**  
**Stimultan Koefisien terhadap Keputusan Konsumen**

	ANOVA <sup>a</sup>				
	Jumlah Kuadrat	df	Arti Persegi	F	Sig
Regression	2760,553	3	920,184	145,847	.000 <sup>b</sup>
Residual	605,687	96	6,309		
Total	3366,240	99			

a. Variabel Terikat: Keputusan Konsumen

b. Prediktor: (Konstan), Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Merek

Sumber : Software SPSS 25

Berdasarkan data yang tersaji di atas, maka Fhitung statistik uji sebesar 145,847 pada taraf signifikansi 0,000, dan jika dibandingkan dengan Ftabel statistik sebesar 2,70 maka menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dan hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima sedangkan hipotesis nol ( $H_a$ ) tidak diterima. Pilihan konsumen terbukti secara bersama-sama dipengaruhi oleh variabel independen yaitu kualitas layanan, harga, dan citra merek.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian dan penjelasan yang disampaikan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pilihan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan JNE Cabang Utama Kota Tangerang. Nilai t sebesar 12,487 ditemukan lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,365, dan nilai signifikan sebesar 0,000 ditemukan secara signifikan lebih rendah dari 0,05 (ambang batas signifikansi 5%), maka 1 hipotesis terbukti.
2. Pada JNE Cabang Utama Kota Tangerang terdapat korelasi antara harga dengan perilaku pelanggan. Nilai t hitung sebesar 14,468 melebihi nilai t tabel sebesar 2,365, dan nilai signifikansi 0,000 lebih rendah dari 0,05. (ambang batas signifikansi = 5%), maka hipotesis 2 terbukti.
3. Persepsi merek mempunyai peranan besar terhadap pilihan pelanggan di Kantor Pusat JNE Kota Tangerang. Karena nilai t taksiran sebesar 16,781 lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,365 dan nilai signifikansi 0,000 lebih dari 0,05 (ambang batas signifikansi = 5%), maka hipotesis 3 terbukti.
4. Pilihan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh koefisien Kualitas layanan, Biaya, dan Reputasi Cabang Utama JNE di Kota Tangerang, Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- admin, +Journal+manager, +5.+Jurnal++Andy.* (t.t.).
- Agleintan, E. R., Sutrisna, ), & Sutandi, ). (2019). *Pengaruh Perputaran Piutang Dan Perputaran Aktiva Tetap Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013-2017)* (Vol. 17, Nomor 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1). <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Andy, A., & -, S. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan, Prestasi Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1). <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.51>
- Angela Priscillia, L. (2022). *Pengaruh Komunikasi Dan Lingkungan Kerja Fisik Terhadap Kinerja Karyawan PT. Astra International Tbk-Honda Sales Operation* (Vol. 1, Nomor 3). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>
- Anggraeni, R. D. (t.t.-a). *Analisis Financial Distress Altman Z-Score Dengan Pendekatan Data Mining Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Logam Periode 2018-2020 Yang Terdaftar Di BEI.* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Anggraeni, R. D. (t.t.-b). *Analisis Financial Distress Altman Z-Score Dengan Pendekatan Data Mining Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Logam Periode 2018-2020 Yang Terdaftar Di BEI.* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Azizah. (2021). Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4.
- Budi, B. B. W., Wibowo, FX. P., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (2023). *PEMBERDAYAAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT DI DAERAH RAWAN BANJIR (Studi Kasus Banjir di Kecamatan Periuk Kota Tangerang).* *Adi Widya : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1). <https://doi.org/10.33061/awpm.v7i1.8269>
- Budi Wicaksono, B., Satrianto, H., & Kusnawan, A. (2022). *Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Pemanfatan Limbah Rumah Tangga Menjadi Minuman dengan Nilai Ekonomis (Studi kerjasama dengan Dinas Lingkungan Hidup Pemerintah Kota Tangerang)* (Vol. 2, Nomor 1).
- Budi Wicaksono, B., Satrianto, H., Kusnawan, A., & Hernawan, E. (t.t.). *Pelatihan Kewirausahaan di Masa Pasca Pandemi bagi Anggota Majelis Agama Buddha Theravada Indonesia.* <https://doi.org/10.31253/ad.v3i1>
- Cahyono, T., & Maskan, M. (2020). Pengaruh Desain Interior, Desain Eksterior, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Plasa Pt. Telekomunikasi .... *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1).
- Cristianingsih, E. (2018). Implementasi Kebijakan Administrasi Kependudukan Di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmiah Magister Ilmu Administrasi*, 12(2).
- Eddy Roflin, Iche Andriyanu Liberti, P. (2021). Modul 6 Populasi Dan Sampel 6 Populasi Dan Sampel 6 Populasi Dan Sampel. Dalam *103.23.244.11*.

Efrem, J., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Disiplin Kerja, Gaya Kepemimpinan, Lingkungan Kerja dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. SunLife Financial Indonesia Bagian Marketing. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, Vol.2, No.

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2). <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>