

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN PT BHINNEKA TEKNO SEJATI

Indri Guslina¹, Adrian Adha², Giharjo³

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
E-mail: in.guslina@gmail.com

²Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
E-mail: adrian.adha@gmail.com

³Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Budi Bakti
E-mail: gigigiharjo@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingkat pertumbuhan Perusahaan jasa pengiriman yang tinggi serta tidak diimbangi dengan peningkatan jumlah wisatawan yang seimbang. Penyedia layanan pengiriman harus menyediakan strategi terbaik untuk menarik *customer*, karena dengan adanya Perusahaan-perusahaan jasa pengiriman baru maka *customer* menjadi semakin memiliki banyak pilihan. PT Bhinneka Tekno Sejati merupakan salah satu Perusahaan jasa pengiriman yang terkena imbas dari ketidak seimbangan tersebut. Masalah dari penelitian ini adalah "faktor apa yang mempengaruhi keputusan *customer* untuk menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati". Yang difokuskan pada tiga variabel yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi. Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mempelajari pengaruh dari tiga variabel tersebut dalam mempengaruhi keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Setelah melakukan kajian literatur dan penyusunan hipotesis, data yang dikumpulkan melalui kuesioner pada 122 *customer* diperoleh menggunakan teknik sampling sistematis. Kemudian dilakukan analisis data menggunakan analisis validitas dan reliabilitas, analisis regresi berganda, dan pengujian hipotesis. Dari analisis tersebut diperoleh analisis regresi $Y = 0,055 X_1 + 0,284 X_2 + 0,685 X_3$. Dimana variabel Keputusan menggunakan jasa pengiriman, Fasilitas, dan Lokasi diuji menggunakan uji hipotesis bahwa ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi keputusan menggunakan jasa pengiriman sebagai variabel dependen.

Kata Kunci : Fasilitas, Keputusan menggunakan jasa, Kualitas Pelayanan, Lokasi

Abstract

This research is motivated by the high growth rate of delivery service companies and is not balanced with a balanced increase in the number of tourists. Delivery service providers must provide the best strategy to attract customers, because with the existence of new delivery service companies, customers increasingly have many choices. PT Bhinneka Tekno Sejati is one of the shipping service companies affected by the imbalance. The problem of this study is "what factors influence the customer's decision to use PT Bhinneka Tekno Sejati delivery services". Which is focused on three variables, namely service quality, facilities and location. The purpose of this study is to be able to study the influence of these three variables in influencing the decision to use PT Bhinneka Tekno Sejati delivery services. After conducting a literature review and hypothesis preparation, data collected through questionnaires on 122 customers were obtained using systematic sampling techniques. Then data analysis was carried out using validity and reliability analysis, multiple regression analysis, and hypothesis testing. From this analysis, regression analysis $Y = 0.055 X_1 + 0.284 X_2 + 0.685 X_3$ was obtained. Where the decision variables using delivery services, facilities, and locations are tested using a hypothesis test that the

three independent variables significantly influence the decision to use delivery services as the dependent variable.

Keywords : Decision to use services, Facilities, Location, Service Quality

PENDAHULUAN

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan sehingga perusahaan akan memiliki banyak konsumen, namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen. Bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya.

Dalam persaingan bisnis yang semakin berkembang pesat terutama bisnis jasa pengiriman harus mampu mendapatkan atau mempertahankan *customernya* dengan memberikan pelayanan terbaik. pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual jasa yang sama. Industri jasa pengiriman adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan pelayanan. Pengambilan barang, pengemasan serta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan pelayanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan keterampilan staff/karyawan Perusahaan dalam melayani *customer*.

Para pengusaha jasa pengiriman diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini. PT Bhinneka Tekno Sejati adalah Perusahaan jasa pengiriman cargo yang terletak di daerah Kelapa Gading Jakarta. PT Bhinneka Tekno Sejati adalah salah satu Perusahaan cargo yang bergabung dalam Ikatan Pengusaha Cargo Nasional, tidak lagi sebagai institusi yang bergerak di bidang pelayanan jasa pengiriman yang hanya sekedar menerima *customer* untuk mengirim, tetapi juga menyediakan fasilitas pendukung pelayanan jasanya untuk *customer* yang datang dari luar negeri maupun dalam negeri yang memiliki bisnis untuk mengirim barangnya.

Fasilitas sendiri adalah segala hal yang merupakan sarana pokok dan penunjang kemudahan dan kenyamanan yang secara sengaja disediakan oleh pihak perusahaan untuk dipakai, dimanfaatkan, dinikmati oleh *customer* selama datang untuk mengirim barang. Banyak hal yang mempengaruhi maju mundurnya usaha pengiriman, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik *customer* dan mempertahankan *customer* dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar *customer* merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Manajemen adalah suatu proses khas yang terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Terry (2012). Manajemen pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba (Irwan, 2013).

Kualitas pelayanan “dalam melakukan evaluasi terhadap pelayanan, pelanggan menggunakan atribut sebagai penentu kualitas pelayanan. Parasuraman (2012). Berikut lima dimensi yang dapat dijadikan penentu kualitas pelayanan yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.
3. Jaminan (*Assurance*), perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan dapat menciptakan rasa aman bagi para *customernya*. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Emphaty*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Bukti Langsung (*Tangibles*), berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

Fasilitas

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para *customernya* dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatan sehingga kebutuhan-kebutuhan *customer* dapat terpenuhi mengirim barang. Sulastiono (2013).

Ada enam unsur yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan fasilitas jasa yaitu :

1. Pertimbangan atau perencanaan persial, aspek-aspek seperti proporsi, tekstur, warna, dan lain-lain perlu dipertimbangkan, dikombinasikan, dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dari pemakai atau orang yang melihatnya.
2. Perancang ruang, unsur ini mencakup perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan dan perlengkapan dalam ruang pertemuan perlu diperhatikan selain daya tampungnya, juga perlu diperhatikan penempatan perabotan atau perlengkapan.
3. Perlengkapan atau Perabotan, perlengkapan berfungsi sebagai sarana pelindung barang-barang berharga, sebagai tanda penyambutan bagi para konsumen.
4. Tata Cahaya, yang perlu diperhatikan dalam tata cahaya adalah warna jenis dan sifat aktivitas yang dilakukan dalam ruangan serta suasana yang diinginkan.
5. Warna, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi, menimbulkan kesan rileks, serta mengurangi tingkat kecelakaan. Warna yang dipergunakan untuk interior fasilitas jasa dikaitkan dengan efek emosional dari warna yang dipilih.
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis, aspek penting yang terkandung dalam unsur ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan dan pemilihan bentuk perwajahan lambang atau tanda yang dipergunakan untuk maksud tertentu.

Lokasi

Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Buchari, 2013). Pemilihan lokasi memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor (Tjiptono, 2013). Faktor lokasi adalah sebagai berikut :

1. Akses, yaitu kemudahan untuk menjangkau
2. Visitabilitas, yaitu kemudahan untuk dilihat
3. Lalulintas ada dua hal yang diperhatikan: (a). banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya *implus bunying*, (b) kepadatan dan kemacetan bisa menjadi hambatan
4. Tempat parkir yang luas dan aman

5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan.
7. Persaingan, yaitu lokasi dengan pesaing sejenis.
8. Peraturan pemerintah.

Keputusan Mengirim Barang

Keputusan Mengingat adalah keputusan membeli atau mengonsumsi suatu produk atau jasa dengan merek tertentu. Sudaryono (2016). Langkah-langkah pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

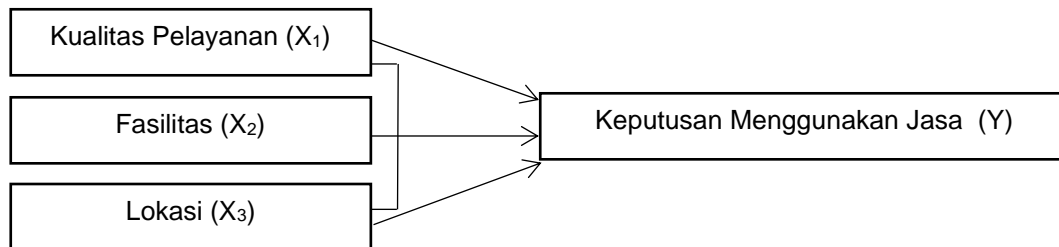
1. Pengenalan kebutuhan
Pengenalan akan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang sebenarnya terjadi.
2. Waktu
Customer yang terbiasa mengirim barang untuk jarak jauh belum terbiasa dengan proses pengiriman. Waktu juga mendorong pengenalan kebutuhan lain yang diinginkan oleh seorang konsumen dalam hal ini *customer*, usia yang lebih tua akan menyebabkan konsumen memiliki aspirasi dan nilai yang berbeda.
3. Perubahan situasi
Perubahan situasi akan mengaktifkan kebutuhan. Konsumen yang masih lajang akan menghabiskan sebagian besar pengeluarannya untuk hiburan. Jika sudah menikah konsumen tersebut akan mengenali banyak kebutuhan lain.
4. Kepemilikan produk
Kepemilikan sebuah produk seringkali mengaktifkan kebutuhan lain, seorang konsumen yang membeli mobil baru akan menyadari perlunya produk lain dia membutuhkan *shampoo* mobil, lap kanebo, dan peralatan untuk membersihkan mobil.
5. Konsumsi produk
Jika persediaan buah-buah dikulkas sudah habis, konsumen akan terpicu untuk membeli lagi buah-buahan untuk kebutuhan konsumsinya.
6. Perbedaan individu
7. Pengaruh pemasaran
Produk baru muncul hampir setiap hari dan diiklankan atau diinformasikan melalui media oleh pembuatnya. Program pemasaran tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk menyadari kebutuhannya.
8. Pencarian informasi
Pencarian informasi mulai dilakukan ketika konsumen menyadari bahwa suatu kebutuhan bisa dipenuhi dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk, konsumen akan mencari informasi barang yang dibutuhkan.
9. Pencarian internal
langkah pertama yang dilakukan adalah konsumen mulai mengingat kembali semua informasi yang dicari meliputi berbagai produk dan merek yang di anggap dapat memenuhi kebutuhannya.
10. Pencarian Eksternal
Konsumen mungkin akan berhenti pada tahap internal jika apa yang dicari telah terpenuhi.

Jasa

Jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau sistem

penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan dalam hal ini *customer*. Tjiptono (2012).

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Berpikir Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Lokasi dan Keputusan menggunakan jasa

Berdasarkan Gambar 1 diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi yang baik dapat mempengaruhi keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan angka-angka pengolahan statistik. Penelitian ini menilai sifat dari kondisi-kondisi yang tampak dari pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Februari - Mei 2023.

Dalam hal ini peneliti membuat instrument pernyataan yang diajukan kepada *customer* yang menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Sugiyono (2012) dimana setiap pertanyaan diberikan 5 (lima) jenjang jawaban, dimana setiap jawaban yang dipilih oleh responden, diberi nilai skor dan diolah dengan menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 23.0 sebagai berikut:

- 1) Jika responden memilih Sangat Setuju, diberi nilai 5
- 2) Jika responden memilih Setuju, diberi nilai 4
- 3) Jika responden memilih Ragu-Ragu, diberi nilai 3
- 4) Jika responden memilih Tidak Setuju, diberi nilai 2
- 5) Jika responden memilih Sangat Tidak Setuju, diberi nilai 1

Penelitian ini bertempat di PT Bhinneka Tekno Sejati yang berlokasi di Kelapa Gading. Variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat) pada penelitian ini antara lain : Kualitas pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), lokasi (X_3) sebagai variabel bebas, Keputusan menggunakan jasa pengiriman (Y) sebagai variabel terikat.

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *customer* yang menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati Jakarta berjumlah 150 *customer* Sementara itu sampel yang digunakan yaitu *customer* tetap berjumlah 122. Uji coba instrumen menggunakan bantuan program *microsoft excel 2010 for windows* dan pengujian hipotesis menggunakan bantuan program SPSS 25,0 *for windows*. Teknik analisa data yang digunakan antara lain : uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Pengujian hipotesis untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05. Harga yang diperoleh dari

perhitungan statistik dikonsultasikan dengan nilai dalam tabel. Apabila harga r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka koefisien dikatakan signifikan dan begitu sebaliknya. Hipotesis diuji menggunakan program SPSS versi 23,0. Untuk menyatakan butir valid atau tidak valid digunakan angka pedoman sebagaimana tercantum pada teori yang dicantumkan yaitu 0,3 dibandingkan dengan angka-angka yang ada pada kolom *Corrected Item Total Correlation* (CITC), dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $CITC > 0,3$ maka data dinyatakan valid
 Jika $CITC < 0,3$ maka data dinyatakan tidak valid

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

| No. Butir | Validitas | | Kesimpulan |
|-----------|-----------|---------|------------|
| | r hitung | r tabel | |
| 1 | 0,590 | 0,3 | Valid |
| 2 | 0,660 | 0,3 | Valid |
| 3 | 0,608 | 0,3 | Valid |
| 4 | 0,529 | 0,3 | Valid |
| 5 | 0,617 | 0,3 | Valid |
| 6 | 0,575 | 0,3 | Valid |
| 7 | 0,532 | 0,3 | Valid |
| 8 | 0,580 | 0,3 | Valid |
| 9 | 0,592 | 0,3 | Valid |
| 10 | 0,649 | 0,3 | Valid |
| 11 | 0,581 | 0,3 | Valid |
| 12 | 0,545 | 0,3 | Valid |
| 13 | 0,577 | 0,3 | Valid |
| 14 | 0,420 | 0,3 | Valid |
| 15 | 0,459 | 0,3 | Valid |

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan semua butir pernyataan mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar.

Tabel 2. Uji Validitas Fasilitas

| No. Butir | Validitas | | Kesimpulan |
|-----------|-----------|---------|------------|
| | r hitung | r tabel | |
| 1 | 0,564 | 0,3 | Valid |
| 2 | 0,620 | 0,3 | Valid |
| 3 | 0,484 | 0,3 | Valid |
| 4 | 0,516 | 0,3 | Valid |
| 5 | 0,567 | 0,3 | Valid |
| 6 | 0,414 | 0,3 | Valid |
| 7 | 0,506 | 0,3 | Valid |
| 8 | 0,419 | 0,3 | Valid |
| 9 | 0,518 | 0,3 | Valid |
| 10 | 0,546 | 0,3 | Valid |
| 11 | 0,562 | 0,3 | Valid |
| 12 | 0,490 | 0,3 | Valid |
| 13 | 0,467 | 0,3 | Valid |
| 14 | 0,513 | 0,3 | Valid |
| 15 | 0,574 | 0,3 | Valid |

Dari Tabel 2, dapat disimpulkan semua butir pernyataan mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Fasilitas (X_2) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar.

Tabel 3. Uji Validitas Lokasi

| No. Butir | Validitas | | Kesimpulan |
|-----------|-----------|---------|------------|
| | r hitung | r tabel | |
| 1 | 0,603 | 0,3 | Valid |
| 2 | 0,574 | 0,3 | Valid |
| 3 | 0,544 | 0,3 | Valid |
| 4 | 0,487 | 0,3 | Valid |
| 5 | 0,442 | 0,3 | Valid |
| 6 | 0,567 | 0,3 | Valid |
| 7 | 0,444 | 0,3 | Valid |
| 8 | 0,415 | 0,3 | Valid |
| 9 | 0,482 | 0,3 | Valid |
| 10 | 0,571 | 0,3 | Valid |
| 11 | 0,520 | 0,3 | Valid |
| 12 | 0,546 | 0,3 | Valid |
| 13 | 0,521 | 0,3 | Valid |
| 14 | 0,469 | 0,3 | Valid |
| 15 | 0,518 | 0,3 | Valid |

Dari Tabel 3 diatas, dapat disimpulkan semua butir pernyataan mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel bebas Lokasi (X_3) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar.

Tabel 4. Uji Validitas Keputusan Menggunakan Jasa

| No. Butir | Validitas | | Kesimpulan |
|-----------|-----------|---------|------------|
| | r hitung | r tabel | |
| 1 | 0,342 | 0,3 | Valid |
| 2 | 0,451 | 0,3 | Valid |
| 3 | 0,517 | 0,3 | Valid |
| 4 | 0,383 | 0,3 | Valid |
| 5 | 0,424 | 0,3 | Valid |
| 6 | 0,519 | 0,3 | Valid |
| 7 | 0,428 | 0,3 | Valid |
| 8 | 0,404 | 0,3 | Valid |
| 9 | 0,402 | 0,3 | Valid |
| 10 | 0,347 | 0,3 | Valid |
| 11 | 0,433 | 0,3 | Valid |
| 12 | 0,360 | 0,3 | Valid |
| 13 | 0,364 | 0,3 | Valid |
| 14 | 0,376 | 0,3 | Valid |
| 15 | 0,365 | 0,3 | Valid |

Dari Tabel 3 diatas, dapat disimpulkan semua butir pernyataan mempunyai nilai CITC lebih besar dari 0,3. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan butir pernyataan untuk variabel terikat Keputusan menggunakan jasa pengiriman (Y) valid sehingga dapat diyakini bahwa hasil pengukuran benar. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,6.

1. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Hasil perhitungan reliabilitas angket diperoleh r alpha hitung sebesar 0,893 lebih besar dari r alpha hitung yaitu 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan *Cronbach's alpha* > 0,6. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Kualitas Pelayanan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas Fasilitas

Hasil perhitungan reliabilitas angket diperoleh r alpha hitung sebesar 0,870 lebih besar dari r alpha hitung yaitu 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan *Cronbach's alpha* > 0,6. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Fasilitas dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Reliabilitas Lokasi

Hasil perhitungan reliabilitas angket diperoleh r alpha hitung sebesar 0,865 lebih besar dari r alpha hitung yaitu 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan *Cronbach's alpha* > 0,6. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Lokasi dapat digunakan dalam penelitian ini.

4. Uji Reliabilitas Keputusan Menginap

Hasil perhitungan reliabilitas angket diperoleh r alpha hitung sebesar 0,799 lebih besar dari r alpha hitung yaitu 0,6 maka dapat dikatakan bahwa kuesioner ini reliabel karena teori yang digunakan adalah berdasarkan *Cronbach's alpha* > 0,6. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa item-item pada Keputusan Menginap dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Koefisien Determinasi X_1 terhadap Y

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,357 ^a | 0,127 | 0,120 | 5,101 |

Dari Tabel 5 diatas, ditampilkan korelasi (r) = 0,357 menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X_1) dengan Keputusan Menggunakan jasa pengiriman (Y) memiliki hubungan lemah karena dipengaruhi faktor lain.

Sedangkan nilai r square (r^2) = 0,127, dimana :
 KD (Koefisien Determinasi) = $r^2 \times 100\%$
 = $0,127 \times 100\%$
 = 12,7%

Hal ini menunjukkan indeks determinasi, yaitu Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman 0,127 atau 12,7 persen dan sisanya sebesar 87,3 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 6. Koefisien Determinasi X_2 terhadap Y

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,376 ^a | 0,142 | 0,135 | 5,058 |

Dari Tabel 6 diatas, ditampilkan korelasi (r) = 0,376, menunjukkan bahwa hubungan antara Fasilitas (X_2) dengan Keputusan Menggunakan jasa pengiriman (Y) memiliki hubungan kuat karena dipengaruhi faktor lain.

Sedangkan nilai r square (r^2) = 0,142 dimana :
 KD (Koefisien Determinasi) = $r^2 \times 100\%$
 = $0,142 \times 100\%$

$$= 14,2\%$$

Hal ini menunjukkan indeks determinasi, yaitu Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman yaitu 0,142 atau 14,2 persen dan sisanya sebesar 85,8 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 7. Koefisien Determinasi X_3 terhadap Y

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0,376 ^a | 0,142 | 0,135 | 5,058 |

Dari tabel IV diatas, ditampilkan korelasi (r) =0,712 menunjukkan bahwa hubungan antara Lokasi (X_3) dengan Keputusan menggunakan jasa (Y) memiliki hubungan sangat kuat karena dipengaruhi faktor lain.

Sedangkan nilai r square (r^2) = 0,508 dimana :

$$\begin{aligned} \text{KD (Koefisien Determinasi)} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,508 \times 100\% \\ &= 50,8\% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan indeks determinasi, yaitu Pengaruh Fasilitas terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman 0,508 atau 50,8 persen dan sisanya sebesar 49,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 8. Correlations Hipotesis 1

| | | Total_Y | Total_X1 |
|---------------------|----------|---------|----------|
| Pearson Correlation | Total_Y | 1,000 | ,357 |
| | Total_X1 | ,357 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | Total_Y | . | ,000 |
| | Total_X1 | ,000 | . |
| N | Total_Y | 122 | 122 |
| | Total_X1 | 122 | 122 |

Dari tabel 8 diatas, terlihat gambaran dari variabel bebas dan variabel terikat yang diregresikan, yaitu Kualitas Pelayanan (X_1) dan Keputusan menggunakan jasa pengiriman (Y). Isi gambaran bagian tersebut adalah : Person Correlation = 0,357 dengan Sig.(1-tailed)= 0 dan N (Jumlah Subjek) =122.

Tabel 9. Correlations Hipotesis 2

| | | Total_Y | Total_X2 |
|---------------------|----------|---------|----------|
| Pearson Correlation | Total_Y | 1,000 | ,376 |
| | Total_X2 | ,376 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | Total_Y | . | ,000 |
| | Total_X2 | ,000 | . |
| N | Total_Y | 122 | 122 |
| | Total_X2 | 122 | 122 |

Dari Tabel 9 diatas, terlihat gambaran dari variabel bebas dan variabel terikat yang diregresikan, yaitu Fasilitas (X_2) dan Keputusan menggunakan jasa (Y). Isi gambaran bagian tersebut adalah : Person Correlation = 0,376 dengan Sig.(1-tailed)= 0 dan N (Jumlah Subjek) =122.

Tabel 10. Correlations Hipotesis 3

| | | Total_Y | Total_X3 |
|---------------------|----------|---------|----------|
| Pearson Correlation | Total_Y | 1,000 | ,712 |
| | Total_X3 | ,712 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | Total_Y | . | ,000 |
| | Total_X3 | ,000 | . |
| N | Total_Y | 122 | 122 |
| | Total_X3 | 122 | 122 |

Dari Tabel 10 diatas, terlihat gambaran dari variabel bebas dan variabel terikat yang diregresikan, yaitu Lokasi (X₃) dan Keputusan menggunakan jasa (Y). Isi gambaran bagian tersebut adalah : Person Correlation = 0,712 dengan Sig.(1-tailed)= 0 dan N (Jumlah Subjek) =122.

Tabel 11. Correlations Hipotesis 4

| | | Total_Y | Total_X1 | Total_X2 | Total_X3 |
|---------------------|----------|---------|----------|----------|----------|
| Pearson Correlation | Total_Y | 1,000 | ,357 | ,376 | ,712 |
| | Total_X1 | ,357 | 1,000 | ,464 | ,436 |
| | Total_X2 | ,376 | ,464 | 1,000 | ,501 |
| | Total_X3 | ,712 | ,436 | ,501 | 1,000 |
| Sig. (1-tailed) | Total_Y | . | ,000 | ,000 | ,000 |
| | Total_X1 | ,000 | . | ,000 | ,000 |
| | Total_X2 | ,000 | ,000 | . | ,000 |
| | Total_X3 | ,000 | ,000 | ,000 | . |
| N | Total_Y | 122 | 122 | 122 | 122 |
| | Total_X1 | 122 | 122 | 122 | 122 |
| | Total_X2 | 122 | 122 | 122 | 122 |
| | Total_X3 | 122 | 122 | 122 | 122 |

Dari tabel 11 diatas, terlihat gambaran dari variabel bebas dan variabel terikat yang diregresikan, yaitu Kualitas Pelayanan (X₁), Fasilitas (X₂) dan Lokasi (X₃) dan Keputusan Menggunakan jasa (Y). Isi gambaran bagian tersebut adalah :

Person Correlation = 0,357 (Kualitas Pelayanan)
 = 0,376 (Fasilitas)
 = 0,712 (Lokasi)

dengan Sig.(1-tailed)= 0 dan N (Jumlah Subjek) =122.

Tabel 12. Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11,395 | 5,791 | | 4,968 | ,000 |
| | Total_X1 | ,159 | ,142 | ,155 | 4,180 | ,000 |
| | Total_X2 | ,211 | ,071 | ,284 | 4,450 | ,000 |
| | Total_X3 | ,749 | ,084 | ,685 | 11,122 | ,000 |

Dari Tabel 12 diatas, dapat diketahui hasil regresi linier berganda didasarkan pada hubungan fungsional atau kausal tiga variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Persamaan umum regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

- Y = Keputusan Menginap
- a = Konstanta, yaitu nilai Y (Keputusan Menggunakan jasa pengiriman) yang tidak dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel X (Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi)
- b_1 = Koefisien regresi variabel X_1
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- b_2 = Koefisien regresi variabel X_2
- X_2 = Fasilitas
- b_3 = Koefisien regresi variabel X_3
- X_3 = Lokasi

Berdasarkan hasil regresi linear berganda, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 11,395 + 0,159X_1 + 0,211X_2 + 0,749X_3$$

Dari hasil regresi linear berganda diatas, semua bertanda positif. Maka dapat dijelaskan bahwa variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel terikat (Y).

Hipotesis 1 (Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan jasa) :

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Dari hasil analisis yang disajikan pada tabel XII diatas, dapat dilihat bahwa nilai $t_1 = 4,180$, $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, atau H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati.

Hipotesis 2 (Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan jasa) :

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Dari hasil analisis yang disajikan pada tabel XII diatas, dapat dilihat bahwa nilai $t_1 = 4,450$, $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, atau H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya Fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati.

Hipotesis 3 (Lokasi Terhadap Keputusan Menginap) :

$$H_0 : \beta_1 \leq 0$$

$$H_1 : \beta > 0$$

Dari hasil analisis yang disajikan pada tabel XII diatas, dapat dilihat bahwa nilai $t_1 = 11,122$, $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, atau H_0 ditolak H_1 diterima yang artinya Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati.

Tabel 13. ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 1824,954 | 3 | 608,318 | 40,979 | ,000 ^b |
| | Residual | 1751,645 | 118 | 14,844 | | |
| | Total | 3576,598 | 121 | | | |

Hipotesis 3 (Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan jasa) :

$$H_0 : \beta_1 - \beta_2 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 - \beta_2 \neq 0$$

Dari Tabel 13 diatas, dapat diketahui hasil $F_0 = 40,979$, $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian : Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi secara simultan mempunyai pengaruh terhadap Keputusan menggunakan jasa PT Bhinneka Tekno Sejati.

KESIMPULAN

1. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Hal ini dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 12,7 persen sedangkan sisanya 87,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Ada pengaruh antara fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Hal ini dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 14,2 persen sedangkan sisanya 85,8 persen dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Ada pengaruh antara lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Hal ini dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 50,8 persen sedangkan sisanya 49,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Ada pengaruh secara bersama-sama antara kualitas pelayanan fasilitas dan lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman PT Bhinneka Tekno Sejati. Hal ini dapat dilihat dari nilai R Square sebesar 0,510, artinya sumbangan Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Menggunakan jasa pengiriman adalah 51,0 persen sedangkan sisanya adalah 49 persen dipengaruhi oleh faktor lain.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa kecepatan dan ketepatan dalam memberikan pelayanan merupakan faktor yang dominan dari kualitas pelayanan. Manajemen PT Bhinneka Tekno Sejati hendaknya makin mengawasi kerja para karyawannya seperti pada saat melayani *customer* yang akan melakukan pemesanan kamar hendaknya karyawan segera melayani dan tidak dibiarkan terlalu *customer* menunggu.
2. Setiap karyawan hendaknya diberikan pelatihan tentang seluk beluk pengiriman cargo sehingga memiliki bekal pengetahuan yang cukup untuk dapat secara cepat memberikan pelayanan yang tepat sasaran.
3. Dari hasil pembahasan ditemukan ruang tunggu yang bersih dan nyaman merupakan faktor yang dominan dari fasilitas.
4. Dari hasil pembahasan ditemukan keterjangkauan merupakan faktor yang dominan dari lokasi. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak PT Bhinneka Tekno Sejati agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi perusahaan apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan Perusahaan cargo lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BFE.
- Amstrong & Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arikunto. (2012). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Refika Aditama.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Pemasaran Jasa*. Penerbit Pearson.
- Hasan, & Iqbal, M. Penelitian. (2013). Jakarta : Reneka Cipta.
- Hasibuan, M. S. (2007). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta:PT Refika Aditama.
- Imam, M. (2015). *Marketing Management*. Penerbit Pearson.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Kotler, & Killer. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi aksara.

Tjiptono, Nugroho, & Syahlan. (2012). *Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Erlangga.