

# PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PT PILAR UTAMA TRANSINDO SEMARANG

Ratmi<sup>1</sup>, Agung Budiatmo<sup>2</sup>, Robetmi Jumpakita Pinem<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

<sup>1</sup>Email: [ratmi9413@gmail.com](mailto:ratmi9413@gmail.com)

**Abstract:** Logistics business competition is increasing rapidly. They compete to be able to increase sales by providing the best price and service to consumers. This research was conducted at Pt Pilar Utama Transindo Semarang. Sales data and the number of customers at the company shows conditions that tend to decline over the past four years and there are still complaints coming in about the services provided by the company. This study aims to determine the effect of price and quality of service on the decision of the use of services. Type of research is explanatory research and sampling using nonprobability sampling technique method of proposed sampling and accidental sampling, data collection using questionnaires. A sample of 100 respondents. This study used the analysis of validity test, reliability, correlation coefficient, coefficient of determination, simple and multiple linear regression, t test, and F test with SPSS version 26. The results showed that the variable price and quality of Service has a positive and significant effect on the decision to use the service. The correlation results in this study also showed that the price and quality of service to the decision of service use has a very strong relationship. Researchers advise the company to further improve the suitability of prices with the quality of services and benefits provided by the company and improve the quality of service for both operational employees and customer service.

**Keywords:** Price, Quality Of Service, Decision On The Use Of Services

**Abstrak:** Persaingan bisnis logistik semakin meningkat pesat. Mereka berlomba-lomba untuk bisa meningkatkan penjualannya dengan memberikan harga dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Penelitian ini dilakukan di PT Pilar Utama Transindo Semarang. Data penjualan dan jumlah pelanggan pada perusahaan tersebut menunjukkan kondisi yang cenderung menurun selama empat tahun terakhir dan masih adanya keluhan yang masuk mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa. Tipe penelitian adalah explanatory research dan pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling metode proposive sampling dan accidental sampling, pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan analisis uji validitas, reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana dan berganda, uji t, dan uji F dengan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hasil korelasi pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa memiliki hubungan yang sangat kuat. Peneliti memberi saran kepada perusahaan untuk lebih memperbaiki kesesuaian harga dengan kualitas jasa dan manfaat yang diberikan perusahaan serta meningkatkan kualitas pelayanannya baik untuk karyawan operasional maupun *costumer servicenya*.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa

## Pendahuluan

Seiring dengan perkembangan zaman turut mempengaruhi perkembangan teknologi dan informasi yang juga semakin pesat, kebutuhan masyarakat pastinya juga mengalami perkembangan khususnya kebutuhan akan jasa. Masyarakat tersebut memerlukan sebuah

kebutuhan jasa pelayanan yang bisa mengantarkan barang dari satu tempat ke tempat yang lain. Seiring berjalannya waktu, masyarakat sangat membutuhkan kehadiran bisnis yang bergerak disektor jasa pengiriman barang atau logistik. Sehingga bisnis di sektor jasa pengiriman barang atau logistik turut mengalami perkembangan yang menyebabkan banyak perusahaan yang melebarkan sayapnya untuk terjun di bisnis logistik sehingga mengakibatkan persaingan yang ketat. Konsumen memiliki cara yang bervariasi dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk atau jasa tertentu yaitu bisa dari segi harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, kedua faktor tersebut mempengaruhi konsumen untuk membayar lebih untuk mendapatkan fitur atau merek yang mereka inginkan (Kotler & Armstrong, 2012).

Para perusahaan jasa logistik dituntut untuk tepat dalam menetapkan harga dan memberikan pelayanan yang terbaik agar dapat menarik konsumen melakukan keputusan penggunaan jasa yang mereka tawarkan. Salah satu perusahaan jasa logistik di Semarang adalah PT Pilar Utama Transindo Semarang. Dalam persaingan yang ketat, faktor harga serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pilar Utama Transindo sangat mempengaruhi terjadinya keputusan penggunaan jasa oleh konsumen. Sehingga menjadi tantangan bagi PT Pilar Utama Transindo untuk menghadapi kondisi tersebut. Data penjualan dan data jumlah pelanggan pada perusahaan menunjukkan bahwa dalam 4 tahun terakhir terjadi kondisi kecenderungan penurunan. Di tahun 2020 perusahaan mengalami penurunan jumlah pelanggan dan penjualan yang sangat tajam selain dipengaruhi oleh faktor harga dan kualitas pelayanan hal tersebut juga dipengaruhi oleh kondisi Indonesia yang sedang berada dalam kondisi pandemi Covid-19, banyaknya pelaku usaha yang mengurangi atau bahkan tidak mengirimkan hasil produksinya untuk didistribusikan menyebabkan bisnis logistik sangat merasakan dampaknya. Apabila dibandingkan dengan perusahaan pesaing, PT Pilar Utama Transindo menawarkan harga yang cenderung lebih mahal dari pesaingnya. Dan masih adanya keluhan-keluhan yang masuk mengenai pelayanan perusahaan dari konsumen mengindikasikan bahwa masih terdapatnya masalah pada harga dan kualitas pelayanan di perusahaan tersebut yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.

## **Kerangka Teori**

Perilaku konsumen diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari tentang bagaimana seseorang, sekelompok orang, dan sebuah organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana sebuah produk barang atau jasa, ide, gagasan atau pengalaman mampu untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler & Keller, 2016).

Jasa adalah setiap aktivitas maupun kegiatan yang tidak memiliki wujud dan tidak akan mengakibatkan perpindahan kepemilikan yang bisa ditawarkan dari satu pihak ke pihak lainnya (Kotler & Keller, 2012).

Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan seseorang agar seseorang tersebut mendapatkan keuntungan akibat dari memiliki dan menggunakan suatu produk atau jasa tersebut (Kotler & Keller, 2016). Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain adalah : (1) Keterjangkauan harga jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang (2) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang (3) Kesesuaian harga dengan manfaat jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang (4) Daya saing harga jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang.

Menyatakan kualitas pelayanan adalah ukuran bagus atau tidaknya sebuah tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan apa yang menjadi ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2016). Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah : (1) Bukti Fisik PT Pilar Utama Transindo Semarang, (2) Keandalan yang diberikan PT Pilar Utama

Transindo Semarang, (3) Daya tanggap PT Pilar Utama Transindo Semarang, (4) Jaminan yang diberikan PT Pilar Utama Transindo Semarang, dan (5) Empati yang diberikan PT Pilar Utama Transindo Semarang.

Keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk atau jasa tertentu (Kotler & Keller, 2007). Indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan penggunaan jasa adalah : (1) Keinginan dan kemantapan konsumen dalam menggunakan jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang, (2) Kebiasaan dalam menggunakan jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang, (3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang, dan (4) Melakukan pembelian ulang jasa PT Pilar Utama Transindo Semarang.

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1. Diduga terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan penggunaan jasa.

H2. Diduga terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa.

H3. Diduga terdapat pengaruh antara harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa.

### Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian eksplanatori yang digunakan ini akan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti. Selain itu, juga akan menjelaskan variabel-variabel saling berhubungan melalui pengujian pada hipotesisi yang sudah dirumuskan (Sugiyono, 2019). Variabel independent dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependennya adalah keputusan penggunaan jasa.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah konsumen yang memutuskan menggunakan dan merasakan jasa di Pilar Utama Transindo Semarang yang jumlahnya tidak diketahui.

Jumlah populasi yang besar membuat peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti semuanya. Dalam menentukan sampel penelitian 100 orang dari populasi sudah dianggap memenuhi syarat keterwakilan dan sudah dikatakan representative (Sugiyono, 2019) Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 100 orang yaitu konsumen yang sudah melakukan keputusan penggunaan jasa dan merasakan jasa di PT Pilar Utama Transindo.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu dengan menggunakan metode *proposive sampling* dan *proposive accidental sampling*. *porpusive sampling* yaitu penentuan sampel yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, yaitu orang-orang yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti (Sugiyono, 2019). Sedangkan *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel dengan mengambil responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Notoatmojo, 2010). Pertimbangan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Minimal berusia 17 tahun.
2. Konsumen yang memutuskan menggunakan dan merasakan jasa pindahan atau pengiriman barang PT Pilar Utama Transindo Semarang

3. Konsumen yang melakukan interaksi pelayanan dengan karyawan PT Pilar Utama Transindo Semarang
4. Berkenan menjadi responden penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

Pertama adalah harga, pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa harga mempengaruhi keputusan penggunaan jasa, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai harga yang ditetapkan oleh PT Pilar Utama Transindo Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat mengenai harga yang ditetapkan oleh PT Pilar Utama Transindo yaitu tergolong sangat terjangkau (sebanyak 55% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi dalam keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh konsumen pada PT Pilar Utama Transindo Semarang. Sebaliknya jika persepsi konsumen mengenai harga yang diberikan PT Pilar Utama Transindo Semarang semakin tidak terjangkau, maka keputusan penggunaan jasa pada PT Pilar Utama Transindo Semarang akan semakin rendah pula. Hasil uji tersebut juga diperkuat dengan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 43,1% dijelaskan oleh variabel lain, selain dari variabel harga. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Kotler & Armstrong, 2001) menuturkan bahwa harga adalah faktor yang penting dan perlu diperhatikan oleh perusahaan karena berhubungan dengan pengambilan keputusan dalam membeli oleh konsumen, harga yang ditawarkan apabila sesuai dengan manfaat akan mempengaruhi mereka melakukan keputusan pembelian. Dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ferdy Irawan (2019) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT POS Indonesia Surabaya. Menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di PT. Pos Indonesia Kebon Rojo Surabaya.

Kedua adalah kualitas pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Pilar Utama Transindo yaitu tergolong baik (sebanyak 58% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi dalam keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh konsumen pada PT Pilar Utama Transindo Semarang. Sebaliknya jika persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diberikan PT Pilar Utama Transindo Semarang semakin tidak baik, maka keputusan penggunaan jasa pada PT Pilar Utama Transindo Semarang akan semakin rendah pula. Hasil uji tersebut juga diperkuat koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 43,7% sedangkan sisanya sebesar 56,3 % dijelaskan oleh variabel lain selain dari variabel kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Armstrong & Kotler, 2003) sebuah pelayanan yang berkualitas yang diberikan kepada pelanggan akan menjadi perhatian yang sangat penting bagi perusahaan karena hal tersebut dapat mendorong pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Retno Candra (2020) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa PT Pos Indonesia Pasa Johar Kota Semarang. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Ketiga adalah keputusan penggunaan jasa. Pada penelitian ini dapat dijelaskan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, yang dapat diketahui dari persepsi responden mengenai harga dan kualitas pelayanan pada PT Pilar Utama Transindo Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan penggunaan jasa responden terhadap PT Pilar Utama Transindo yaitu tergolong sangat tinggi (sebanyak 55% responden). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa semakin terjangkau harga dan semakin baik kualitas pelayanan yang yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin tinggi dalam keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh konsumen pada PT Pilar Utama Transindo Semarang. Sebaliknya jika persepsi konsumen mengenai harga dan kualitas pelayanan yang diberikan PT Pilar Utama Transindo Semarang semakin tidak terjangkau dan semakin tidak baik, maka keputusan penggunaan jasa pada PT Pilar Utama Transindo Semarang akan semakin rendah pula. Hasil uji tersebut juga diperkuat dari koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 65,3% sedangkan sisanya sebesar 34,7% dijelaskan oleh variabel lain, selain dari variabel harga dan variabel kualitas pelayanan. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Kotler & Keller, 2016) menjelaskan bahwa cara konsumen membandingkan sebuah produk atau jasa sangat bervariasi, bisa dari faktor harga dan kualitas pelayanan yang dirasakan dan cara produk atau jasa tersebut disampaikan kepada konsumen, kedua hal ini mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Salasa Widagda (2018) yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet MNC Play Media Semarang. Menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **Kesimpulan dan Saran**

Variabel harga pada PT Pilar Utama Transindo Semarang tergolong sangat terjangkau dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa oleh konsumen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan, sangat kuat dan positif mempengaruhi keputusan penggunaan jasa.

Variabel kualitas pelayanan pada PT Pilar Utama Transindo Semarang tergolong baik dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, kuat dan positif mempengaruhi keputusan penggunaan jasa.

Keputusan penggunaan jasa pada PT Pilar Utama Transindo Semarang tergolong sangat kuat dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, sangat kuat, dan positif terhadap keputusan penggunaan jasa.

Dari kesimpulan diatas, dapat disimpulkan dengan beberapa saran yang dapat memberikan manfaat dan berguna sebagai bahan pertimbangan PT Pilar Utama Transindo Semarang diwaktu yang akan datang yaitu perusahaan harus memperbaiki ketidaksesuaian yang terjadi antara harga dengan kualitas pelayanannya agar pelanggan merasa bahwa harga yang telah dibayarkan sesuai dengan pelayanan yang didapatkannya. Perusahaan harus bisa menetapkan harga yang tepat dan kualitas pelayanan yang terbaik sehingga konsumen tertarik untuk melakukan keputusan penggunaan jasa di PT Pilar Utama Transindo Semarang.

### **Daftar Pustaka**

Amstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedua belas*. Jakarta : PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2, Edisi 12*. Jakarta : PT Indeks.
- Notoatmojo, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Yogyakarta : ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2016). *Service Quality and Statisfaction, Edisi 3*. Yogyakarta : Andi.