

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA  
PENGIRIMAN BARANG JNE (JALUR NUGRAHA EKAKURIR)  
DI AGEN PUTRO AGUNG WETAN SURABAYA**

**R. Ananda Irhasr Maha Adiprayitno**  
Program Studi Pendidikan Tata Niaga  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya  
Email: [maha.adiprayitno@gmail.com](mailto:maha.adiprayitno@gmail.com)

**Drs. Muhammad Edwar, M.Si**  
Program Studi Pendidikan Tata Niaga  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Surabaya

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan. Responden berjumlah 115 orang yang melakukan penggunaan jasa pengiriman barang JNE di agen Putro Agung Wetan Surabaya. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui adanya pengaruh hubungan antara variabel kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan sebesar 4,470% , dan harga terhadap keputusan penggunaan sebesar 4,617 % terhadap jasa pengiriman barang JNE di agen Putro Agung Wetan Surabaya.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Harga, Keputusan Penggunaan

**Abstract**

This study aims to determine the effect of service quality and price to the decision of use. The respondents numbered 115 people who do use delivery services JNE barrage in Putro agent Surabaya Agung Wetan. Based on the analysis results can be known adanya effect relationship between the variables of service quality to the decision of use of 4.470%, and the price of the decision amounted to 4.617% of the use of delivery services JNE barrage in Putro agent Surabaya Agung Wetan.

Keywords: Quality Service, Price, Decisions of Use

**PENDAHULUAN**

Bisnis pengiriman barang di tanah air semakin meningkat dengan berkembang pesatnya bisnis online saat ini. Faktanya, dengan berkembangnya internet, aktivitas jual-beli via online justru semakin marak dan akan menjadi tren gaya hidup praktis di masa mendatang. Bisnis online bahkan membutuhkan jasa pengiriman /kurir sebagai mata rantai tak terpisahkan.

Pertumbuhan bisnis logistik ini tidak hanya dinikmati pelaku di kota-kota besar, melainkan merata di seluruh daerah, karena pelaku bisnis online sekarang tersebar baik di kota besar maupun di daerah. Sehingga kebutuhan akan jasa pengirimannya ini mencakup seluruh Indonesia. Berkembangnya bisnis online shop membuka peluang besar yang sangat menjanjikan bagi perusahaan jasa

pengiriman. Pasar logistik Indonesia tahun 2015 ini disinyalir akan menembus angka Rp 2.100 triliun atau tumbuh 14-14,7 persen dibandingkan tahun lalu. Sebagai perbandingan, angka sebesar itu menyamai Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2015, yaitu Rp 2.039,5 triliun. (Shrichetanyaenterprises.com)

Tingginya permintaan masyarakat akan penggunaan jasa logistik saat ini menumbuhkan persaingan pada perusahaan-perusahaan sejenis, sehingga perusahaan bidang pengiriman barang berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas layanannya terhadap konsumen dengan harga yang bersaing pula. Banyaknya perusahaan dibidang pengiriman barang menimbulkan alternatif lain bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Hal ini membuat perusahaan penyedia jasa pengiriman

## Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) di Agen Putro Agung Wetan Surabaya

barang meningkatkan kualitas pelayanan dan harga yang bersaing serta meningkatkan target penjualan. Salah satunya JNE. Pada tahun 2014 JNE berhasil membukukan pendapatan Rp 2,5 triliun, sedangkan pada tahun 2015 JNE mendapatkan peningkatan sebesar Rp 3,9 triliun. Rata-rata JNE melayani pengiriman sembilan juta paket per bulan. JNE juga menyiapkan dana sebesar Rp. 300 miliar sebagai dana belanja modal yang akan digunakan untuk meningkatkan sistem teknologi informasi dan fasilitas logistik lain. JNE memiliki target untuk memperbesar kapasitas pengiriman paket hingga 4 kali lipat (Tempo.co). Berikut adalah data top brand index jasa kurir atau pengiriman barang terbaik di Indonesia tahun 2014 dan 2015 (tabel 1).

**Tabel 1**  
**Top Brand Index Jasa Kurir 2014 Dan 2015**

TOP	2014		2015	
	TBI	TOP	TBI	TOP
Tiki	45.1%	TOP	43.5%	TOP
JNE	33.2%	TOP	36.2%	TOP
Pos Indonesia	8.4%		36.2%	
DHL	5.5%		2.1%	

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan data pada tabel 1 mengenai jasa pengiriman barang pada tahun 2014. Tiki berada pada peringkat teratas dengan TBI (Top Brand Index) sebesar 45.1%. Di peringkat kedua ada pada jasa pengiriman Tiki sebesar 33.2%. Lalu di peringkat ketiga Pos Indonesia dengan presentase 8.4%. Dan terakhir yaitu DHL di peringkat ke empat dengan presentase 5.5%. Sedangkan pada tabel index jasa kurir di tahun 2015, JNE berada pada peringkat pertama dengan presentase 43.5% berbeda dengan pesaingnya yang sekarang berada pada peringkat kedua dengan presentase 36.2%, kemudian di ikuti peringkat ketiga oleh Pos Indonesia dengan presentase 36.2%, terakhir DHL tetap pada peringkat keempat dengan presentase 2.1%. Seperti yang ada pada tabel 1 menunjukkan bahwa Tiki pada tahun 2015 menjadi peringkat kedua dengan presentase yang tidak jauh dengan JNE sebagai peringkat pertama. Yang mana

sebelumnya pada tahun 2014 Tiki berada pada peringkat pertama dan disusul oleh JNE di peringkat kedua. Perusahaan JNE berdiri sejak tahun 1990 di Jakarta. Perusahaan yang memiliki tagline “Express Across Nations” ini telah memiliki 73 cabang dan 87 perwakilan yang tersebar di beberapa kota besar. Dan saat ini agen JNE seluruh Indonesia sudah menyentuh angka 4500 agen. Di kota Surabaya JNE memiliki agen yang hampir tersebar di semua sudut wilayah. Agen JNE yang tersebar di kota Surabaya saat ini sudah mencapai 176 agen. Untuk wilayah Surabaya timur ini diperkirakan sudah mencapai 49 agen. (data hasil wawancara) Dengan banyaknya outlet semakin mempermudah perusahaan untuk menjangkau para konsumennya. memberikan layanan kesehatan bagi rakyat miskin Untuk mengetahui apakah JNE benar-benar memiliki kualitas layanan yang baik seperti yang ada pada tabel *top brand* indeks, maka peneliti memilih Agen JNE yang berada pada Putro Agung Wetan. Agen JNE ini sudah 7 tahun berdiri dan memiliki pelanggan setia yang cukup banyak. Lokasi Agen JNE Putro Agung terbilang strategis, karena di daerah ini terdapat banyak *Home Industri*, pertokoan dan perkantoran. Agen JNE Putro Agung Wetan memiliki kompetitor yang jaraknya berdekatan yaitu Tiki, Indah Logistik, dan Wahana Prestasi Logistik. Sehingga agen JNE Putro Agung harus melakukan pelayanan yang lebih baik agar dapat bersaing dengan para kompetitor.

Kualitas layanan sangatlah diperhatikan Agen JNE Putro Agung untuk menunjang keputusan penggunaan jasa pengiriman. Listyorini dkk (2013) mengungkapkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh positif dan

**Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)**  
**ISSN: 2337-6708 Volume 01 Nomor 01 Tahun 2017** signifikan terhadap variabel keputusan pemakaian jasa pengiriman. Kualitas layanan dapat diukur melalui 5 indikator. Menurut Lupiyoadi (2013) terdapat 5 indikator pada kualitas layanan yaitu bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Pelayanan yang diberikan JNE di Agen Putro Agung sangat sesuai dengan variabel kualitas layanan. Dengan adanya kualitas layanan membuat para customer merasa nyaman dengan perusahaan. Kenyamanan yang diberikan

pada customer membuat customer akan melakukan keputusan penggunaan terus menerus. Customer yang terus menerus melakukan keputusan penggunaan akan mempengaruhi omset perusahaan. Omset yang terus naik atau konsisten memiliki suatu customer yang terus selalu ada. Berikut adalah tabel omset 3 tahun terakhir (Tabel 2).

**Tabel 2**  
**Tabel Omset 3 Tahun terakhir JNE di Agen Putro Agung**

Tahun	Omset/ Tahun
2013	Rp 3.060.000.000
2014	Rp 3.312.000.000
2015	Rp 3.564.000.000

Sumber : Hasil Wawancara pada Agen JNE Putro Agung

Dalam mengambil keputusan tidak hanya kualitas layanan yang menjadi pertimbangan bagi konsumen, akan tetapi faktor penentuan harga produk maupun jasa yang dilakukan pengusaha sangat berpengaruh pada keputusan konsumen. Harga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan layanan jasa, maka dari itu Agen JNE Putro Agung juga memberikan potongan harga (diskon) kepada pelanggannya. Seperti diskon 5% jika total transaksi ongkos kirim (Ongkir) untuk jenis produk pengiriman non OKE (REG, YES, SS) diatas 50.000. Sedangkan diskon 3% diberikan jika total ongkos kirim untuk jenis produk pengiriman OKE, REG, YES, & SS. Berikut perbandingan harga JNE, Tiki dan Pos tabel 3

**Tabel 3**  
**Perbandingan Harga Paket Pengiriman Reguler Pada Jne, Tiki, Dan Pt Pos Tujuan Surabaya - Jakarta**

Ekspedisi	Harga / 1kg	Estimasi Pengiriman
JNE	15.000	2 — 3 hari
TIKI	12.000	3 hari
PT POS	15.000	2 – 4 hari

Sumber : diambil dari website JNE, Tiki, dan PT POS

Berdasarkan data pada tabel 3 JNE memiliki harga per 1 Kg sebesar Rp 15.000 dengan lama estimasi antara 2 – 3 hari. Lalu untuk Tiki harga per 1 Kg sebesar Rp 12.000 dengan lama estimasi 3 hari. sedangkan PT POS memiliki

harga per 1 Kg sebesar Rp 15.000 dengan lama estimasi 2 – 4 hari. Didalam jurnal penelitian Dina Syafitri (2013) diungkapkan variabel harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pada.

Berdasarkan uraian fenomena diatas maka dalam jurnal ini maka peneliti melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Jne (Jalur Nugraha Ekakurir) Di Agen Putro Agung Wetan Surabaya”.

**TINJAUAN PUSTAKA**

**Kualitas Layanan**

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) “Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.”

**Harga**

Menurut Tjiptono (2011:151) “Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.”

**Keputusan Penggunaan**

Menurut Setiadi (2011:332) yang menjelaskan bahwa, proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.

**METODE**

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Sampel yang diambil adalah sebanyak 115 responden dengan taraf kesalahan 5%. Penelitian ini dilakukan pada agen JNE di Putro Agung Wetan Surabaya. Sedangkan untuk mendapatkan informasi dari responden peneliti menggunakan angket,wawancara, dan dokumentasi.

**HASIL PENELITIAN**

**Karakteristik responden**

# Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) di Agen Putro Agung Wetan Surabaya

Responden yang didapatkan dari hasil penelitian diketahui bahwa rata-rata pengguna jasa JNE di Putro Agung Wetan Surabaya adalah jenis kelamin laki-laki dengan usia 36 – 45 tahun, berprofesi sebagai wiraswasta rata-rata pendapatan 2 juta – 3 juta perbulan, dengan frekuensi penggunaan 1-5 kali memakai jasa pengiriman barang JNE di Putro Agung Wetan Surabaya, maka dapat dilihat bahwa responden dalam penelitian ini bersifat positif terhadap kualitas layanan dan harga pada Agen JNE Putro Agung Wetan Surabaya karena responden datang lebih dari 1 kali untuk merasakan pelayanan yang diberikan.

## Hasil Analisis Data

Pada hasil uji asumsi klasik yang peneliti lakukan ini menggunakan alat bantu program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

### Uji Asumsi Klasik

Pada uji normalitas yang dilakukan pada pengujian *kolmogrov-smirnov* didapat hasil sig sebesar 0,599 yang berarti hasil tersebut lebih besar dari 0,5. Maka hasil uji normalitas terdistribusi secara normal

Pada hasil uji Multikolinieritas menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas mempunyai nilai tolerance diatas 0,10 yaitu 0,764 dan nilai VIF sebesar 1,308 yang mana angka ini lebih kecil dari 10. Sehingga dari hasil pengujian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Pada uji Heterokedastitas di grafik scareplot menunjukkan bahwa titik-titik tersebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heterokedastitas,

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.746	.981		.760	.449
	x1.total	.094	.021	.369	4.470	.000
	x2.total	.342	.074	.381	4.617	.000

a. Dependent Variable: y.total

## Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan tabel 4 maka persamaan regresi diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yaitu sebesar 0,664 yang dapat diartikan jika *customer* agen JNE putro agung tidak terpengaruh.
2. Nilai koefisien regresi kualitas layanan yaitu sebesar 0,097 dengan tanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan.
3. Nilai koefisien regresi harga sebesar 0,342 dengan tanda positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah antara harga terhadap keputusan penggunaan.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Hal ini berarti, hanya 40,7% variasi keputusan penggunaan (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas (independen). Sedangkan sisanya 59,3% dijelaskan oleh sebab-sebab lainnya diluar model yang diteliti penelitian ini.

## Uji Hipotesis

### Uji t

Menurut data yang ditampilkan pada tabel 4 diatas, masing-masing Nilai t hitung lebih kecil dari 0,05. Maka variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) dan harga (X<sub>2</sub>) secara parsial terhadap keputusan penggunaan pengiriman barang JNE Agen Putro Agung Wetan Surabaya adalah signifikan.

### Uji F

#### ANOVA<sup>b</sup>

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.122	2	25.561	40.115	.000 <sup>a</sup>
	Residual	71.365	113	.637		
	Total	122.487	114			

a. Predictors: (Constant), x2.total, x1.total

b. Dependent Variable: y.total

Hasil uji ANOVA atau F test yang diperoleh F<sub>hitung</sub> sebesar 40,115 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh

karena probabilitas jauh lebih kecil daripada 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa H3 diterima.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Layanan ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan penggunaan Agen JNE Putro Agung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki hubungan positif dan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan Agen JNE Putro Agung. Kualitas layanan yang diberikan oleh Agen JNE Putro Agung sangat erat hubungannya dengan keputusan penggunaan.

Berdasarkan 5 indikator kualitas layanan, indikator yang memiliki pengaruh tertinggi adalah *tangibles & assurance* dengan item pernyataan, Agen JNE Putro Agung Wetan memiliki peralatan yang memadai seperti alat timbang, alat ukur, alat pengepakan, dan peralatan elektronik. Lalu untuk pernyataan kedua Karyawan Agen JNE Putro Agung melayani pelanggan dengan sopan dan ramah. Hal ini terbukti pada saat observasi yang dilakukan peneliti, terlihat bahwa karyawan JNE menimbang, mengepak dan menyiapkan barang-barang yang akan dikirim dengan sangat berhati-hati dan teliti. Karyawan Agen JNE Putro Agung melayani *customer* dengan sopan dan ramah mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan penggunaan Agen JNE Putro Agung. Konsumen menganggap karyawan JNE Putro Agung melayani dengan sopan dan ramah, hal ini terbukti pada saat observasi yang dilakukan oleh peneliti, terlihat bahwa karyawan JNE Putro Agung akrab dengan *customer* yang datang.

### Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Penggunaan Agen JNE Putro Agung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki hubungan positif dan pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Agen JNE Putro Agung. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semakin murah harga yang didapatkan *customer* terhadap suatu layanan maka *customer* akan melakukan keputusan penggunaan.

Dalam penelitian ini variabel harga diukur dengan tiga indikator antara lain Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan pelayanan, dan Diskon/potongan harga. Berdasarkan berbagai indikator dalam mengukur harga, maka indikator yang memiliki pengaruh tertinggi adalah Kesesuaian harga dengan pelayanan dengan item pernyataan pelanggan memilih jenis produk jasa Agen JNE Putro Agung Wetan yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa *customer* memilih jenis produk jasa Agen JNE Putro Agung Wetan yang ingin digunakan sesuai dengan kebutuhan *customer* mempunyai pengaruh yang besar terhadap keputusan penggunaan.

### Pengaruh Kualitas Layanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Penggunaan Agen JNE Putro Agung (Y)

Berdasarkan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa kualitas layanan ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan Penggunaan (Y). Hal ini menunjukkan hubungan searah antara variabel kualitas layanan ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) dengan keputusan penggunaan (Y) yang artinya semakin tinggi kualitas layanan dan harga yang dibayarkan sesuai dengan pelayanan tersebut mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan penggunaan. Pengujian secara bersama variabel kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan menunjukkan pengaruh secara bersama-sama atau simultan. Dapat diartikan bahwa keputusan penggunaan sebagian besar di pengaruhi oleh kualitas layanan dan harga.

## PENUTUP

### Simpulan

Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan di Agen JNE Putro Agung Wetan Surabaya. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh JNE Putro Agung maka semakin besar pula keputusan penggunaan Agen JNE Putro Agung., begitu juga harga berpengaruh positif terhadap keputusan

## **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) di Agen Putro Agung Wetan Surabaya**

penggunaan di Agen JNE Putro Agung Wetan Surabaya. Semakin murah harga yang didapat customer maka semakin besar pula keputusan penggunaan pada Agen JNE Putro Agung Wetan Surabaya. Kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan pada Agen JNE Putro Agung Wetan Surabaya, artinya semakin bagus kualitas layanan JNE dan semakin tinggi nilai yang dirasakan maka akan mendorong timbulnya keputusan penggunaan.

### **Saran**

Hasil penelitian menunjukkan secara umum kualitas layanan pada Agen JNE Putro Agung sudah cukup baik. Akan tetapi masih terdapat beberapa kelemahan pada kualitas layanan seperti pada indikator karyawan Agen JNE Putro Agung Wetan memberi salam saat *customer* datang dapat disimpulkan bahwa Karyawan Agen JNE Putro Agung Wetan memberi salam saat *customer* datang mempunyai pengaruh yang kecil terhadap keputusan penggunaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa berbasis Kompetensi*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Listyorini, sari; Novend, Rendha; Hidayat, Wahyu &. 2013. "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan dengan Minat Memakai Jasa sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pengiriman Paket PT Pos Indonesia". DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC. Hal. 1-8.
- Siregar, Syofian. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Manual & SPSS*. Kencana. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta. Bandung.
- Syafitri, Dina. 2014. "Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada

*PT jne di Kota Padang*". E-Journal Universitas Taman Siswa. Vol V No.1 2014

Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia, Malang.

[www.swa.co.id](http://www.swa.co.id) diakses tanggal 20 januari 2016

[www.ekonomi.com](http://www.ekonomi.com) diakses tanggal 20 januari 2016

[www.jne.co.id](http://www.jne.co.id) diakses tanggal 20 januari 2016