

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan ekonomi di era globalisasi saat ini telah menciptakan kebutuhan akan layanan angkutan barang yang efisien. Salah satu sektor yang memegang peran krusial dalam menyediakan layanan ini adalah jasa ekspedisi. Layanan ekspedisi menjadi solusi praktis bagi mereka yang mengutamakan kenyamanan, terutama mengingat keterjangkauan wilayah tertentu. Memanfaatkan jasa pengiriman barang terbukti sangat efisien dalam mengantarkan barang ke lokasi yang sulit dijangkau. Mengingat banyaknya masyarakat yang mengandalkan layanan ini untuk mengirim barang jarak jauh, terbukti bahwa layanan ini memiliki arti penting bagi masyarakat. Setiap orang harus memiliki akses terhadap layanan pengiriman yang cepat dan andal untuk menjamin kedatangan tepat waktu dan pengiriman barang yang aman sampai tujuan (Rajimin, 2013, hlm. 1).

Kotler dan Keller (2016, hlm. 422) mendefinisikan jasa sebagai suatu perbuatan atau tindakan yang bisa diberikan pihak tertentu pada pihak lainnya tidak memiliki wujud pada hakikatnya serta tidak memberikan akibat kepemilikan serta produksi tidak terikat pada produk fisik, sedangkan sesuai pemaparan Lupiyodi (dalam Halim dkk., 2021, hlm. 7) jasa merupakan seluruh kegiatan ekonomi yang menghasilkan produk berbentuk konstruksi ataupun fisik contohnya yaitu kesehatan, hiburan, kesenangan, kenyamanan. Disamping itu jasa umumnya

memberi solusi atas permasalahan yang dialami dan memberikan nilai tambah untuk pelanggan (Girth dkk., 2012, hlm. 887). Menurut Hawkins & Mothersbaugh (dalam Tjiptono, 2014, hlm. 53) menyebutkan bahwa perilaku konsumen diklasifikasikan menjadi 3 tahap, yaitu tahap pra-pembelian, tahap konsumsi beserta tahap pengevaluasian purna beli. Tahapan pra-pembelian merupakan seluruh kegiatan pelanggan yang terjadi sebelum transaksi dan penggunaan jasa. Tahapan konsumsi yakni pelanggan membeli sementara tahapan evaluasi pasca beli pelanggan menentukan apakah dia sudah menciptakan keputusan yang tepat. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008, hlm. 485), Sebuah keputusan pembelian adalah pilihan antara dua atau lebih opsi. Keputusan ini termasuk memilih jenis produk dan manfaatnya, bentuknya, mereknya, jumlah, dan penjualnya, serta kapan dan bagaimana membayarnya.

Dalam memilih suatu layanan, konsumen dengan cermat mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk kualitas layanan yang diberikan. Ekspedisi CV. Karya Kaltim adalah penyedia jasa pengiriman barang atau ekspedisi di Kota Banjarmasin yang berdiri sejak tahun 1990 dengan menghadapi banyak kompetitor baik swasta maupun non-swasta di bidang yang sama, sehingga mereka harus terus berinovasi untuk mempertahankan eksistensinya sebagai kompetitor. Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim hanya melayani pengiriman barang dan dokumen melalui jalur darat antar Provinsi Kalimantan saja. Selain jasa pengiriman barang Ekspedisi CV. Karya Kaltim, terdapat 31 layanan transportasi lainnya di Kota Banjarmasin yang menyediakan layanan pengiriman yang sama, yakni:

PT. AeroTRANS Mertopolitan Express, Amanah Logistik, PT. Amanah Transmulia Logistics, PT. Adam Jaya Sakti, Aneka Cargo Katulistiwa, PT. Angkutan Utama Perkasa, PT. Banua Alam Semesta, ADR Cargo, Aneka Cargo & Logistics, PT. Antreja Prima Antaran, CV. Batavia Express, Cargo Service Center, PT. Birotika Semesta, ATTA Cargo, BAM Cargo, Batavia Cargo, First Logistics, BME Cargo, Caraka Group, CV. Duta Kurir Borneo, CV. Karya Sejati, Caraka Jaya Sentosa, Cipta Krida Bahari, CV. Amexpress Banjarmasin, CV. IndoJasa Cargo Service, PT. Dirga Angkatan Jaya, CV. Kawan Jasa Angkutan Trans Kalimantan, Dianutama Wahana PT. EMKL, PT. Wijaya Express Kencana, JNE Express, J&T Express, Sicepat, dll (*Daftar Lengkap Jasa Ekspedisi di Banjarmasin - Alamat Ekspedisi, t.t.*)

Layanan yang memuaskan pelanggan akan menimbulkan pembelian kembali (*Repeat Order*), yang berdasarkan gilirannya akan memberikan peningkatan pada penjualan (Djafar dkk., 2023, hlm. 77). Dengan memberikan layanan yang memuaskan maka bisa memunculkan loyalitas juga kepuasan pelanggan, dan membantu menjaga gap dengan competitor pada pembelian berulang (Kotler & Susanto, 1999, hlm. 297). Penyedia layanan jasa pengiriman barang yang baik bisa menjadi daya tarik tersendiri untuk pelanggan ketika memilih untuk menggunakan jasa tersebut.

Menurut Aini dan Rahmawati (2018, hlm. 61) dalam studinya menyatakan bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dan salah satu faktor utamanya yakni kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang optimal juga menjadi faktor krusial dalam meraih kesuksesan bisnis atau perusahaan.

Kualitas dibedakan ke dalam 2 bagian yakni kualitas layanan eksternal beserta internal (Arif, 2012, hlm. 220–221). Kualitas layanan internal adalah hal-hal yang berkaitan dengan interaksi jajaran staf dengan beberapa fasilitas yang ada. Hal tersebut diberikan pengaruh oleh beberapa faktor antara lain: Penyediaan fasilitas pendukung, pola manajemen umum perusahaan, iklim kerja, pengembangan SDM serta kesesuaian hubungan kerja, dan pola insentif. Lalu yang selanjutnya: kualitas pelayanan eksternal yang ditetapkan oleh sejumlah faktor, antara lain: penyediaan barang dan jasa.

Kualitas layanan artinya menakar dalam memberi bantuan atau layanan kepada orang yang membutuhkan merupakan tindakan mulia. Walaupun semua agama mendorong sikap melayani pada seluruh individu, Islam memberikan perhatian khusus terhadap sikap ini. Dalam Islam, dasar dari sikap melayani merupakan berbuat ihsan pada sesamanya sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Qashash/28: 77 Allah berfirman: (*Qur'an Kemenag, 2024*)

وَأَبْتَعْ فِي مَاءِ آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: "Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi".

Menurut tafsir tematik yang diterbitkan Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, setiap muslim selalu dimotivasi untuk bekerja secara profesional, meskipun gaji yang mereka peroleh tidak sebanding dengan tanggung jawab yang mereka berikan (Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2014, hlm. 89). Oleh karena itu,

penuhilah tanggung jawab tersebut, dan perlakukan sesama makhluk dengan baik sebagaimana Allah memperlakukanmu dengan baik. Janganlah memiliki keinginan untuk merusak bumi atau berbuat jahat terhadap ciptaan-Nya. (Al-Hafidz dkk., 2006, hlm. 226).

Selain kualitas pelayanan, faktor lainnya yang dijadikan pertimbangan pelanggan dalam penentuan keputusan adalah ketepatan waktu. Ketepatan waktu menjadi salah satu acuan konsumen dalam mengirimkan barang, karena mereka menginginkan pengiriman yang cepat dan tepat. Jika pengiriman bisa dilaksanakan secara tepat waktu selaras dengan estimasi waktu pengiriman tentu bisa memberi nilai tambah di mata pelanggan dalam mempergunakan jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim. Menurut Brillyan (dalam Ferdian, 2022, hlm. 45) perkiraan waktu kedatangan umumnya untuk acuan guna para konsumen dalam mengevaluasi mutu pelayanan pengiriman.

Penyedia layanan pengiriman berhasil jika pelanggan memutuskan untuk menggunakan layanan mereka. Banyak hal yang memengaruhi keputusan pelanggan, seperti adanya diskon atau potongan harga yang besar. Penetapan harga perusahaan harus disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi tidak merugikan pendapatan perusahaan. Lokasi juga berperan penting dalam menarik pelanggan. Jika bisnis mudah ditemukan atau diakses, kemungkinan besar lebih banyak orang akan menggunakan layanannya dan membeli produk darinya. Penelitian sebelumnya dari penelitian ini yakni hasil penelitian Anton Gusnawan, Rizky Agustina Nasution, Maria Regina Nansi, Senia Eka Putri dan Tiffany Ratu

Firdaus bahwa ketepatan waktu, kualitas pelayanan, lokasi dan keamanan barang mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada keputusan konsumen.

Berdasarkan data yang sudah tersajikan sebelumnya serta berbagai pelayanan yang dipunyai CV. Karya Kaltim yang sudah disebutkan, penulis memutuskan guna mengambil variabel independen pada penelitian ini yaitu ketepatan waktu, kualitas pelayanan, lokasi, dan keamanan. Banyaknya penelitian telah membahas terkait jasa pengiriman barang dengan skala besar dan kecil misalnya JNT, JNE, PT.Pos Indonesia, Si Cepat, TIKI, J&T Cargo, BAM Cargo dan sejenisnya. Namun, penelitian mengenai perusahaan ekspedisi CV. Karya Kaltim belum pernah dilakukan penelitian, sehingga menarik minat peneliti guna melaksanakan penelitian.

Berdasarkan penguraian latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi, dan Keamanan Barang terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Pengiriman Barang pada Ekspedisi CV. Karya Kaltim Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi dan keamanan barang mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan konsumen pada Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim?

2. Apakah variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi dan keamanan barang mempengaruhi secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim?

C. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi, dan keamanan barang secara simultan terhadap keputusan konsumen pada Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi, dan keamanan barang secara parsial terhadap keputusan konsumen pada Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim

D. Kegunaan Penelitian

Di bawah merupakan beberapa manfaat yang didapatkan melalui penelitian:

1. Secara Teoritis
 - a. Dari hasil temuan pada penelitian ini dapat menambah rujukan bagi penelitian berikutnya yang lebih dalam terkait aspek-aspek tertentu yang muncul dari temuan pada penelitian.

- b. Diharap penelitian bisa dijadikan landasan dalam menambah pemahaman ilmu untuk pelaku bisnis di bidang pengangkutan barang.

2. Secara Praktis

- a. Guna menambah wawasan, pengetahuan, pemahaman untuk penulis terkait Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam memilih Jasa Pengiriman Barang pada Ekspedisi CV. Karya Kaltim.
- b. Untuk memperkaya khazanah pada literatur kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin mengenai perilaku konsumen dalam konteks jasa pengiriman barang maupun temuan dari penelitian ini bisa menjadi kontribusi teoritis yang berguna dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan dan literatur akademis dalam bidang ini.
- c. Sebagai masukan bagi pihak Ekspedisi CV. Karya Kaltim yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan saat membuat keputusan, guna memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait faktor yang memengaruhi pilihan pelanggan untuk jasa ekspedisi.
- d. Sebagai sumber informasi yang lebih jelas kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang harus dipertimbangkan oleh konsumen saat memilih jasa pengiriman barang. Hal ini dapat membantu konsumen untuk membuat keputusan yang lebih tepat saat menggunakan layanan pengiriman barang.

E. Definisi Operasional

Sebagai langkah penyederhanaan pengukuran parameter penelitian, akan dijelaskan pengertian fungsional variabel penelitian. Definisi fungsional bertujuan untuk menyatukan konsep-konsep sedemikian rupa sehingga tidak timbul kesalahpahaman atau ketidaksepakatan dalam penafsiran variabel-variabel yang dianalisis. Untuk menyederhanakan maksud dan pemahaman dari variabel yang diteliti, secara praktis dapat didefinisikan yaitu:

1. Keputusan Konsumen (Y)

Keputusan konsumen adalah suatu tahapan dalam proses pembelian, terutama pada saat konsumen membeli produk. Yang mana pelanggan mengidentifikasi permasalahan tertentu, menelusuri informasi terkait suatu merek ataupun produk, dan melihat bagaimana setiap metode menyelesaikan permasalahan itu dan mengarah pada keputusan pembelian (Tjiptono, 2015, hlm. 21).

Keputusan konsumen dalam penelitian ini merujuk pada proses di mana konsumen membuat pilihan sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim.

2. Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan merujuk pada upaya atau perilaku individu atau organisasi dalam memastikan kepuasan pelanggan, rekan kerja, serta pimpinan melalui tindakan konkret atau implementasi yang dilakukan (Kasmir, 2017, hlm. 47). Kualitas pelayanan terdiri dari 5 indikator, yaitu: bukti fisik, jaminan,

empati, ketanggapan, keandalan yang dapat diukur menggunakan kuesioner/angket.

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini merujuk pada sejauh mana perusahaan Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim memenuhi harapan pelanggannya dalam memberikan layanan yang bermutu.

3. Ketepatan Waktu (X2)

Ketepatan waktu mengacu pada kapasitas pemasok untuk mengirimkan barang dalam jangka waktu yang cepat. Saat menilai pemasok, faktor-faktor seperti kedekatan mereka dengan perusahaan, ketersediaan tenaga kerja, dan kinerja pengiriman karyawan mereka harus dipertimbangkan. Aspek-aspek ini memiliki peranan krusial untuk melakukan penentuan keandalan juga efisiensi pemasok dalam memenuhi kebutuhan pengiriman perusahaan. (Rafani & Hariyani, 2017, hlm. 50).

Ketepatan waktu dalam penelitian ini merujuk pada kemampuan sebuah Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim untuk mengirimkan barang selaras dengan waktu ataupun jadwal tertentu.

4. Lokasi (X3)

Lokasi merujuk pada tempat yang dapat diakses secara aman, mudah, dilengkapi dengan area parker luas. Aspek-aspek yang terkait dengan lokasi mencakup pemilihan tempat yang strategis, aksesibilitas yang mudah dari berbagai arah, keberadaan di sekitar pusat perbelanjaan, kedekatan dengan permukiman penduduk, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen, serta

ketersediaan fasilitas yang memadai seperti sarana parkir yang luas, lapangan yang luas, dan faktor-faktor lainnya (Tjiptono & Chandra, 2011, hlm. 80).

Lokasi dalam penelitian ini merujuk kepada kondisi geografis Ekspedisi CV. Karya Kaltim. Hal tersebut meliputi tempat yang strategis, tempat yang mudah dijangkau dan tersedianya sarana parkir yang luas.

5. Keamanan Barang (X4)

Definisi Keamanan menurut KBBI merujuk pada kondisi yang bebas dari risiko atau ancaman. Istilah ini dapat merujuk kepada kejahatan, segala macam kecelakaan, dan sebagainya. (Arti kata keamanan - KBBI Online, t.t.). Menurut definisi lain keamanan dapat diartikan sebagai upaya perusahaan dalam melaksanakan penjagaan maupun pengawasan keamanan terhadap transaksi data (Park & Kim, 2006, hlm. 81).

Keamanan dalam penelitian ini merujuk pada kemampuan pihak Jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim dalam menjaga barang angkutan dalam perjalanan dan perlindungan data pribadi konsumen yang terlibat dalam penggunaan jasa ekspedisi tersebut. Ini bisa mencakup informasi kontak, alamat, atau data lain yang harus terjaga kerahasiaannya.

F. Penelitian Terdahulu

Jenis penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Yuningsih (2021), jurusan Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta. Judul: *“Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Keputusan Pembelian*

pada Jasa Pengiriman J&T Express (Studi Kasus pada Pengguna Jasa J&T Express di Jakarta Selatan)". Skripsi, Terapan Administrasi Bisnis.

Jenis penelitian yang dipakai merupakan kuantitatif memakai pendekatan asosiatif kasual. Data primer dan sekunder dipakai untuk pengumpulan data. Purposive sampling merupakan teknik pemilihan sampel yang dipergunakan. Rumus *Lameslaw* (Populasi Tidak Diketahui) digunakan untuk mengumpulkan sampel dari seratus orang yang menjawab. Analisis uji instrumen, uji hipotesis, serta uji asumsi klasik dipakai guna menganalisa data. Berdasarkan hasil uji, ketepatan waktu pengiriman, harga terbukti memiliki pengaruh positif pada keputusan pembelian di J&T Express wilayah Jakarta Selatan.

Perbedaan dengan penelitian yang dilaksanakan Kurnia Yuningsih, pada penelitiannya mempergunakan 1 jenis variabel yang berbeda yaitu, Harga sebagai variabel X1. Sedangkan penulis mempergunakan Kualitas Pelayanan variabel sebagai variabel X1. Kemudian perbedaan yang selanjutnya terletak dalam metode pengumpulan sampel, penulis mempergunakan teknik *purposive sampling*. Sementara penulis mempergunakan teknik sampel yang didapatkan menggunakan rumus *Non-Probability sampling*. Persamaan pada penelitian ini terletak pada penggunaan variabel dependen, kualitas pelayanan (X1) sedangkan variabel independen, keputusan konsumen (Y). Kemudian sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

2. Penelitian yang dilaksanakan Sari Efrilia Dewi Wijayanti (2020), jurusan Manajemen, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Judul *“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus Pada Pengguna Jasa Pengiriman Makharya Cargo Surabaya)”*. Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam.

Jenis penelitian yang digunakan ialah kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik analisis data yang digunakan ialah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 16. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menyatakan bahwa secara parsial dan simultan harga dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pada Makharya Cargo Surabaya.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sari Efrilia Dewi Wijayanti hanya terletak pada penggunaan variabel X1, yaitu variabel harga. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan variabel keputusan konsumen. Kemudian sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda.

3. Penelitian yang dilaksanakan Senia Eka Putri dan Tiffany Ratu Firdaus (2020), jurusan Manajemen, Universitas EkaSakti Padang. Judul: *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan*

Pembelian dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang di PT. Zataka Expressindo Utama". Jurnal Manajemen.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara, penyebaran angket (kuesioner) dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan ialah Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 19. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Secara parsial lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Secara simultan kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada PT. Zataka Expressindo Utama. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh nilai *Adjusted R-Square* sebesar 77%.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Senia Eka Putri dan Tiffany Ratu Firdaus terletak pada, peneliti menggunakan keseluruhan populasi pada tahun 2018 sebanyak 5.086 orang. Sedangkan jumlah populasi pada penelitian penulis tidak diketahui secara pasti jumlah pengguna jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim. Peneliti menggunakan rumus formula slovin untuk menentukan jumlah sampel. Sedangkan penulis menentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus *linear time*

function. Kemudian peneliti menggunakan aplikasi SPSS 19 sedangkan penulis menggunakan aplikasi SPSS 26. Persamaanya yaitu sama-sama menggunakan variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) sebagai variabel bebasnya dan menggunakan Keputusan Konsumen (Y) sebagai variabel terikatnya.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Wakhid Qohari Suhardianto (2020). Jurusan Manajemen, Universitas PGRI Madiun. Judul penelitian: *“Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Sistem Cash on Delivery PT. Pos Indonesia di Kabupaten Madiun”*. Jurnal, Ekonomi dan Bisnis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode langsung melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan (1) Variabel Kepercayaan (X1) secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y), (2) Variabel Keamanan (X2) secara parsial menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y), (3) Variabel Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y), (4) Variabel Persepsi Resiko (X4) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen (Y), dan (5) Secara simultan Kepercayaan,

Keamanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Resiko berpengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen (Y).

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Wakhid Qohari Suhardianto terletak pada penggunaan variabel independennya, yaitu variabel Kepercayaan (X1), Variabel Persepsi Resiko (X4). Kemudian perbedaan yang selanjutnya pada metode pengumpulan data, peneliti memperoleh data melalui teknik observasi dan wawancara. Sedangkan penulis menggunakan metode pengumpulan data melalui dokumentasi dan penyebaran angket. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel Kualitas Pelayanan, variabel Keamanan dan variabel Keputusan Konsumen. Kemudian sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda.

5. Penelitian yang dilakukan Maria Regina Nansi, jurusan Bisnis Digital, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta. Judul: "*Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus pada DPL Translogistics)*". Jurnal, Ekonomi dan Bisnis.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dalam desain studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan penyajian data, olah data, dan penarikan kesimpulan. Data yang digunakan berupa data sekunder baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif dari jurnal dan pemberitaan online. Dari hasil penelitian

menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan jasa pengiriman barang adalah 1) ketepatan waktu pengiriman, 2) keamanan pengiriman barang, 3) citra/merek, 4) kemudahan akses lokasi, 5) harga layanan, 6) area/rute pengiriman, 7) monitoring pengiriman barang, 8) asuransi, 9) kecepatan pelayanan, 10) respon terhadap keluhan konsumen, 11) layanan yang beragam, 12) jasa packing dan *repacking* tawarkan beragam, 13) empati karyawan, 14) kompetensi karyawan, 15) profesionalisme karyawan, 16) fasilitas kantor, 17) kemudahan akses *contact person*, 18) penampilan karyawan, dan 19) variasi armada.

Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Regina Nansi terletak pada jenis penelitian, dalam penelitiannya menggunakan jenis penelitian kualitatif sedangkan penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini memiliki kesamaan pada penggunaan variabel bebasnya yaitu ketepatan waktu pengiriman (X1), keamanan barang (X2), dan kemudahan akses lokasi (X3). Sedangkan pada variabel terikatnya sama-sama menggunakan variabel keputusan konsumen (Y).

6. Penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Fauzia Zahra, jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Siliwangi, dibuat pada tahun 2022, dalam penelitian yang berjudul "*Faktor-Faktor yang memengaruhi Keputusan Konsumen dalam menggunakan Jasa Pengiriman J&T Express di Kota Tasikmalaya*". Skripsi, Ekonomi Pembangunan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan. Sedangkan pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Kota Tasikmalaya. (2) Variabel harga, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman J&T Express di Kota Tasikmalaya.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Fauzia Zahra hanya terletak pada penggunaan variabel bebasnya saja yaitu, variabel harga (X1). Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan dan lokasi. Kemudian sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

7. Penelitian yang dilaksanakan Hafidah Hanum dan Gunarso Wiwoho (2023). Universitas Putra Bangsa. Judul: *“Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi pada Pengguna Shopee di Kabupaten Kebumen)”*. Jurnal, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi.

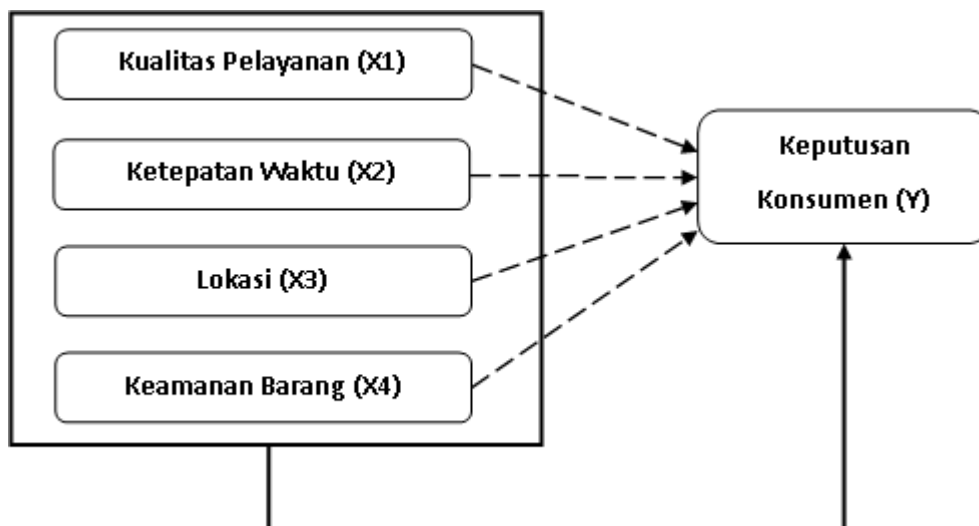
Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner menggunakan Google Formulir. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan Variabel kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian online di Shopee. Variabel kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian online di Shopee. Variabel keamanan transaksi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online di Shopee. Sedangkan variabel kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian online di Shopee.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Hafidah Hanum dan Gunarso Wiwoho terletak pada penggunaan variabel bebasnya saja yaitu, variabel Kepercayaan Konsumen (X1), dan Kemudahan Penggunaan (X2). Kemudian perbedaan yang selanjutnya terletak pada subjek yang diteliti, peneliti melakukan penelitian di tempat belanja online, sementara subjek yang diteliti oleh penulis adalah jasa pengiriman barang. Adapun persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel keamanan sebagai variabel bebasnya dan sama-sama menggunakan variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya. Kemudian sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menunjukkan bagaimanakah teori berinteraksi dengan beberapa elemen yang sudah diidentifikasi menjadi permasalahan penting. Menurut Suriasumantri (dalam Sugiyono, 2013, hlm. 60), kerangka pemikiran adalah penguraian awal pada fenomena yang diangkat sebagai fokus masalah. Penelitian ingin mengetahui pula sebesar apakah pengaruh variabel independen pada variabel dependen. Kerangka pemikiran yang hendak dipaparkan yaitu:

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran



Ket :

—————→ : Pengaruh Bersama-sama

-----→ : Pengaruh Individual

Bisa disimpulkan kerangka berpikir merupakan rangkaian sederhana yang terdiri dari kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi, dan keamanan barang, yang menggambarkan proses penyelesaian masalah matematis secara singkat pada

penelitian, serta menjelaskan mekanisme kerja beberapa faktor yang muncul kemudian jalannya penelitian dapat dipahami dengan jelas dan terarah.

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen
- H2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen
- H3 : Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen
- H4 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen
- H5 : Keamanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan mencakup rangkuman mengenai konten setiap bab yang akan dimuatkan pada penyusunan skripsi ini, mencakup 5 bab, yaitu:

Bab I merupakan bagian pengantar, dijelaskan terkait latar belakang permasalahan, identifikasi, perumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian maupun sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori. Berdasarkan bab ini menyuguhkan teori yang relevan dengan masalah dalam penelitian, yaitu teori terkait keputusan konsumen, kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi, dan keamanan barang.

Bab III adalah metode penelitian, berisikan jenis penelitian beserta pendekatannya, tempat pelaksanaan penelitian, subjek maupun objek penelitian, jumlah populasi dan sampel, data beserta sumber data, desain pengukuran, instrumen penelitian, teknik analisis data.

BAB IV adalah analisis beserta temuan penelitian, menyajikan data berupa hasil dari penelitian yang telah dilakukan seperti pengaruh Faktor Penentu Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Pengiriman Barang pada Ekspedisi CV. Karya Kaltim secara simultan dan parsial.

Bab V adalah bab penutup. Berdasarkan bab ini berisikan saran beserta kesimpulan terhadap kekurangan yang ada pada penelitian.