

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Ekspedisi CV. Karya Kaltim**

Ekspedisi CV. Karya Kaltim merupakan salah satu yang beroperasi dalam bidang jasa pengiriman barang di Kota Banjarmasin. Ekspedisi CV. Karya Kaltim terletak di Jl. DRS. H. Djok Mentaya No. 18, Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin. Ekspedisi tersebut telah lama beroperasi sejak tahun 1990 sampai sekarang. Jasa ekspedisi tersebut sekarang dikelola oleh Lily Junainah.

Lokasi ekspedisi Karya Kaltim yang strategis di tengah perkotaan dan berada di tepi jalan sehingga dapat memberikan akses yang mudah bagi konsumen untuk mengirim dan menerima barang dengan cepat dan efisien. Lokasinya yang dapat dijangkau dengan berbagai moda transportasi, seperti kendaraan pribadi, transportasi umum, atau bahkan jalan kaki. Keberadaannya di pusat kota juga memudahkan konsumen dalam mengatur pengiriman barang dari dan ke tempat lain di kota dengan cepat. Dengan demikian, lokasi tersebut menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mengutamakan keterjangkauan dan kenyamanan dalam proses pengiriman barang.

Ekspedisi CV. Karya Kaltim mempunyai komitmen untuk menyediakan layanan pengiriman barang yang efisien, aman, dan handal kepada para pelanggannya. Ekspedisi CV. Karya Kaltim memiliki moda

transportasi sebanyak 11 unit truk dan 1 unit pickup untuk mendistribusikan barang ke berbagai wilayah pengiriman. Ekspedisi CV. Karya Kaltim merupakan perusahaan yang melayani pengiriman barang melalui lintas darat lintas Kalimantan.

Ekspedisi CV. Karya Kaltim mengirimkan berbagai jenis macam barang seperti peralatan perkantoran, peralatan sekolah, peralatan perkebunan, suku cadang kendaraan, komponen alat berat, material konstruksi bangunan, bahan mentah makanan, makanan hewan, obat tanaman, obat-obatan, dan peralatan medis. Proses pengiriman dimulai dengan memuat barang ke Truk Canter, lalu barang akan diantarkan sampai ke lokasi pengiriman.

## 2. Visi dan Misi Ekspedisi CV. Karya Kaltim

### a. Visi

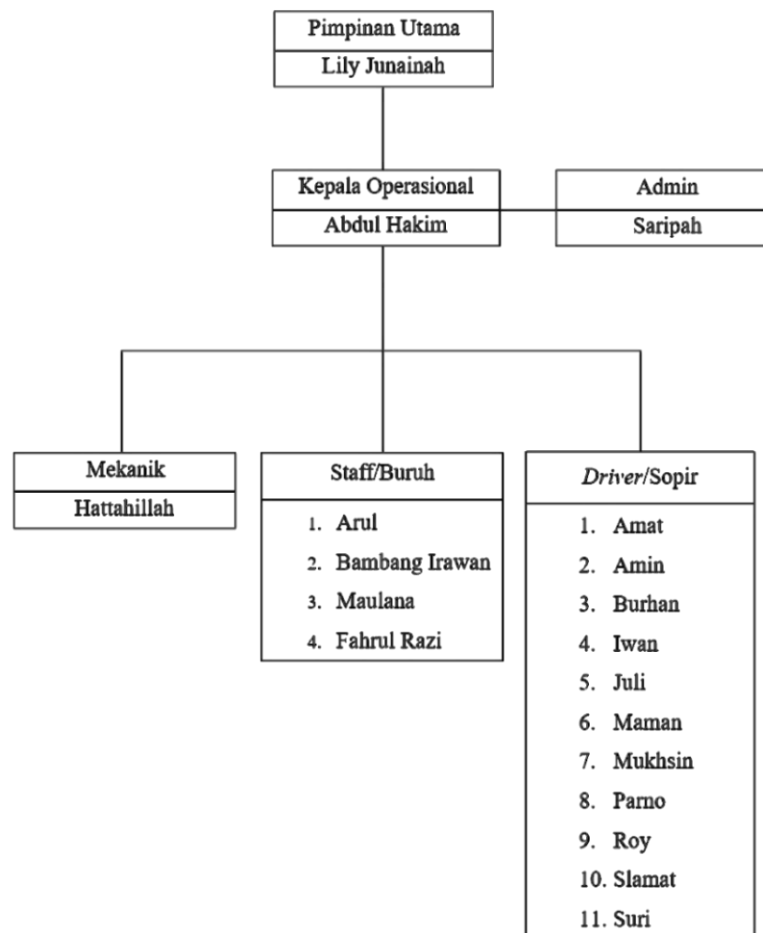
Menjadi penyedia layanan ekspedisi darat yang prima, terpercaya, dan inovatif dengan fokus pada kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional.

### b. Misi

- 1) Memprioritaskan kepuasan pelanggan melalui pengiriman yang tepat waktu, aman, dan terpercaya.
- 2) Memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan ramah, responsif, dan profesional.
- 3) Membangun budaya kerja yang profesional dengan menekankan nilai-nilai seperti integritas, kerja tim, kedisiplinan, dan tanggung jawab.
- 4) Mewujudkan lingkungan kerja yang kolaboratif dan inklusif.

### 3. Struktur Organisasi Ekspedisi CV. Karya Kaltim

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi Ekspedisi CV. Karya Kaltim**



*Sumber: Arsip dokumentasi dari Ekspedisi CV. Karya Kaltim 2024*

### 4. Jenis Layanan Ekspedisi CV. Karya Kaltim

Ekspedisi CV. Karya Kaltim merupakan layanan pengiriman barang dengan menggunakan jalur darat. Ekspedisi CV. Karya Kaltim menawarkan dua jenis layanan, yaitu:

a. Layanan Carter

Ekspedisi CV. Karya Kaltim menawarkan layanan sewa truk beserta pengemudi untuk pelanggan yang membutuhkan layanan tersebut. Layanan sewa truk atau carter menawarkan penyewaan truk secara eksklusif untuk keperluan pengangkutan barang dari satu lokasi ke lokasi lain. Tarif pengiriman layanan carter cenderung lebih mahal dibandingkan dengan pengiriman reguler, tergantung pada berbagai macam faktor seperti jarak, moda transportasi, dan kebutuhan spesifik pelanggan.

b. Layanan Reguler

Layanan reguler merupakan layanan yang bersifat reguler dengan estimasi barang sampai di alamat tujuan dengan waktu yang standar. Biasanya untuk pengiriman standar antar kota memakan waktu selama 3 hingga 4 hari. Estimasi waktu pengiriman ini tentu disesuaikan dengan kondisi yang ada di lapangan, dapat lebih cepat atau lebih lambat sampai ke tujuan. Tarif pengiriman layanan reguler relatif lebih murah jika dibandingkan dengan layanan carter.

5. Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden berdasar Jenis Kelamin

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasar jenis kelamin dapat diamati dalam tabel di bawah:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	56	62%
2	Perempuan	34	38%
<b>Total</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data Diolah)*

Berdasarkan tabel diatas, dipahami responden dengan jenis laki-laki berjumlah 56 orang memiliki persentase sebanyak 62%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 34 orang memiliki presentase sebanyak 38%. Sehingga bisa disimpulkan responden pada penelitian ini dominan memiliki jenis kelamin laki-laki.

b. Karakteristik Responden berdasar Usia

Untuk mengetahui karakteristik responden berdasar usia bisa diamati dalam tabel di bawah:

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	20 - 30 Tahun	29	32%
2	31 - 40 Tahun	35	39%
3	41 - 50 Tahun	15	17%
4	> 50 Tahun	11	12%
<b>Jumlah</b>		<b>90</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian 2024 (Data Diolah)*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui responden berumur 20-30 tahun sebanyak 29 individu (32%), responden berumur 31-40 tahun sejumlah 35 individu (39%), responden berumur 41-50 tahun sejumlah 15 individu (17%) dan responden berumur di atas 50 sejumlah 11 individu (12%). Bisa diambil kesimpulan responden dalam penelitian dominan berusia 31- 40 tahun.

## **B. Hasil Analisis Data**

### **1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji ini adalah konsep yang penting dalam penelitian kuantitatif. Uji reliabilitas beserta validitas dipakai dalam melakukan uji data yang menggunakan kuesioner dalam mengetahui apakah pertanyaan pada kuesioner layak atau tidak untuk diambil datanya.

#### **a. Uji Validitas**

Uji ini dipakai guna menguji apakah instrumen yang digunakan valid dan bisa mengungkapkan data melalui beberapa variabel yang diteliti dengan tetap. Berdasarkan penelitian, uji ini sesuai output SPSS 26 bisa diamati dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>R hitung</b>	<b>R tabel</b>	<b>Keterangan</b>
	X1.1	0.710	0,245	Valid

Kualitas Pelayanan (X1)	X1.2	0.405	0,245	Valid
	X1.3	0.722	0,245	Valid
	X1.4	0.794	0,245	Valid
	X1.5	0.570	0,245	Valid
Ketepatan Waktu (X2)	X2.1	0.849	0,245	Valid
	X2.2	0.773	0,245	Valid
	X2.3	0.776	0,245	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0.642	0,245	Valid
	X3.2	0.434	0,245	Valid
	X3.3	0.432	0,245	Valid
	X3.4	0.559	0,245	Valid
	X3.5	0.683	0,245	Valid
	X3.6	0.644	0,245	Valid
Keamanan (X4)	X4.1	0.905	0,245	Valid
	X4.2	0.891	0,245	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.777	0,245	Valid
	Y2	0.626	0,245	Valid
	Y3	0.633	0,245	Valid
	Y4	0.779	0,245	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid karena hasil perhitungan pada tabel membuktikan nilai r

hitung melebihi nilai  $r$  tabel, dimana nilai  $r_{\text{tabel}}$  senilai 0,245 pada nilai alpha 0,02 (2%).

b. Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan dalam mengetahui apakah alat ukur yang dipergunakan dapat diandalkan. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila adanya kesamaan data di waktu yang tidak sama. Teknik uji reliabilitas dihitung menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel bila memberi nilai *Alpha Cronbach*  $\geq 0,60$ .

**Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>N of Items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
X1	5	0,644	0,600	Reliabel
X2	3	0,716	0,600	Reliabel
X3	7	0,601	0,600	Reliabel
X4	2	0,759	0,600	Reliabel
Y	4	0,666	0,600	Reliabel

*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024*

Dari hasil perhitungan tabel di atas, diketahui nilai *Cornbach's Alpha* seluruh butir pernyataan melebihi nilai standar 0,600. Bisa diambil kesimpulan, semua butir pernyataan pada tabel di atas dianggap reliabel.

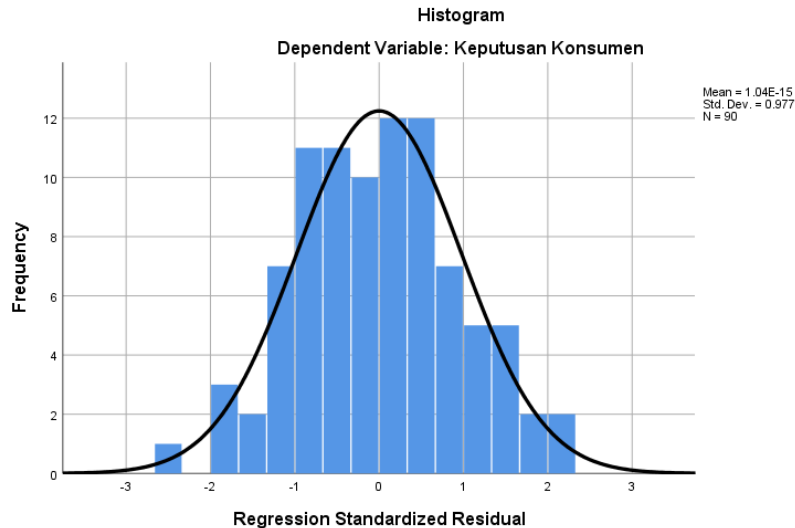


## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji ini dipakai guna memeriksa apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Pengujian dilakukan dengan memeriksa bentuk distribusi data, baik melalui *normal probability plot* dan histogram. Distribusi data dianggap normal pada histogram jika memiliki bentuk seperti lonceng, sementara dalam normal probability plot, data dianggap normal bila titik tersebar di sekitaran garis diagonal dengan pola mengikuti garis tersebut. Uji normalitas data sesuai output SPSS 26 bisa diamati dalam tabel berikut:

**Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas**



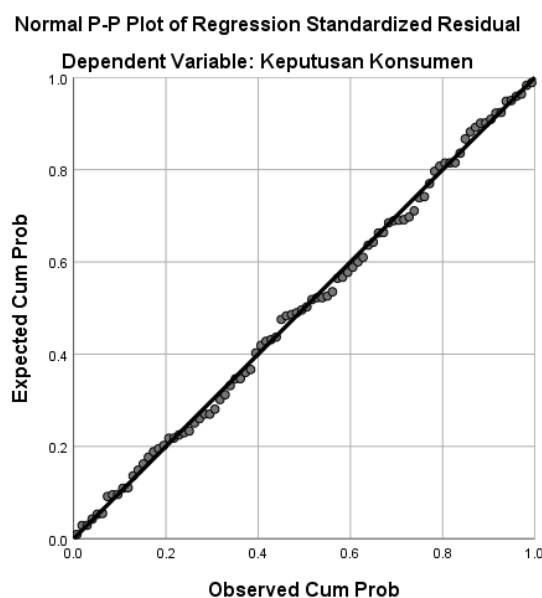
Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024

Berdasarkan histogram di atas, bisa diketahui garis yang membentuk grafik memiliki bentuk seperti lonceng, dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas histogram adalah garis yang ada memiliki bentuk seperti

lonceng maka data dapat dikatakan terdistribusi dengan baik, sehingga dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian di atas bahwa data terdistribusi secara normal.

*Normal Probability Plot* data dinyatakan normal bila titik mengalami penyebaran mengikuti garis normal, menunjukkan pola distribusi normal. Ini penting dalam pengambilan keputusan untuk mengevaluasi kecocokan model regresi terhadap asumsi normalitas. Bila titik tersebar dekat garis diagonal, model regresi sesuai dengan asumsi normalitas; namun, bila titik-titik tersebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti polanya, model regresi dianggap tidak sesuai dengan asumsi normalitas. Berikut ini merupakan gambar uji normalitas dengan menggunakan uji *Normal Probability Plot*:

**Gambar 4.3 Hasil Uji *Normal Probability Plot***



*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024*

Dari ilustrasi di atas, normalitas data dapat dinilai dengan memeriksa distribusi data di sepanjang sumbu diagonal grafik. Dari ilustrasi tersebut, diketahui titik data mengalami penyebaran di sekitaran garis diagonal, mengikuti pola distribusi yang seragam, menunjukkan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Uji statistik akan dilaksanakan dengan uji *One Sample K-S* memiliki tingkat signifikan 5% (0,05). Interpretasi yakni bila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed) > 0.05*. Maka, distribusi data dikatakan sesuai dengan asumsi normalitas sedangkan bila *Asymp. Sig. (2-tailed)* melebihi 0.05, dapat diinterpretasikan bahwa data terdistribusi secara normal. Uji normalitas menggunakan *One Sample K-S* bisa diamati dalam tabel di bawah:

**Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov**

**Test**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18428499
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.035
	Negative	-.032
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024*

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan SPSS tersebut bisa diketahui nilai signifikansi yang diperoleh sebanyak  $0,200 > 0.05$ ). Maka dengan demikian asumsi terhadap uji normalitas ini terpenuhi.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan guna menentukan apakah adanya hubungan antara variabel independen pada model regresi. Sebuah model regresi yang baik harusnya tidak membuktikan ada hubungan antar variabel bebas. Pengujian ini mempergunakan nilai toleransi beserta VIF. Hasil pengujian multikolinieritas dapat ditemukan yaitu:

**Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.610	1.640
	Ketepatan Waktu	.488	2.047
	Lokasi	.475	2.107
	Keamanan	.836	1.196

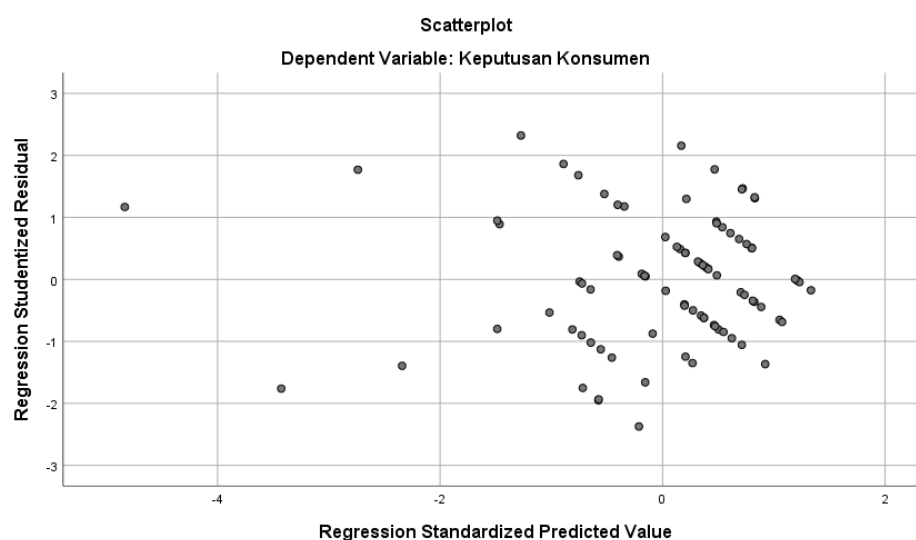
*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024*

Berdasarkan tabel 4.6, bisa dilihat pada bagian nilai VIF bagi variabel Kualitas Pelayanan sebesar  $1,640 < 10$ , Ketepatan waktu sebesar  $2,047 < 10$ , Lokasi sebesar  $2,107 < 10$ , dan Keamanan adalah sebesar  $1,196 < 10$ . Dari hasil pengujian, bisa diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas pada model regresi.

### c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji ini tujuannya guna memeriksa apakah adanya perbedaan variance dari residual antar pengamatan dalam model regresi, sehingga menghindari heteroskedastisitas dan memastikan homoskedastisitas. Penelitian ini menggunakan *scatterplot* untuk mengevaluasi hal ini, seperti yang ditunjukkan pada gambar di bawah:

**Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



*Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2024*

Berdasarkan ilustrasi gambar 4.4 di atas, terlihat titik tersebar di bawah maupun atas angka 0 pada sumbu Y, dan tidak menciptakan pola yang jelas. Jadi, dapat diambil dinyatakan bahwa tidak adanya indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji ini dipakai guna menerangkan korelasi antar 1 variabel terikat dengan 2 atau lebih variabel bebas. Metode ini membantu dalam memahami

sebesar apa pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel tergantung, serta guna memahami apakah masing-masing variabel bebas memiliki pengaruh positif pada variabel tergantung. Berdasarkan hasil analisis regresi, persamaan matematis model fungsi regresi linear berganda dapat dirumuskan yaitu:

**Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.397	1.373		1.018	.312
	Kualitas Pelayanan	.075	.062	.104	1.215	.228
	Ketepatan Waktu	.559	.121	.439	4.610	.000
	Lokasi	.252	.073	.334	3.451	.001
	Keamanan	.039	.098	.029	.398	.692

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.7, maka didapatkan hasil persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = 1,397 + 0,075 X_1 + 0,559 X_2 + 0,252 X_3 + 0,039 X_4 + e$$

Persamaan regresi tersebut bisa dijelaskan yaitu, konstanta sebesar 1,170. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan ( $X_1$ ) = 0,075, membuktikan terdapat pengaruh positif antara variabel  $X_1$  sebagai faktor yang memberi pengaruh pada  $Y$  sebanyak 1,397. Nilai koefisien regresi ketepatan waktu ( $X_2$ ) = 0,559, membuktikan variabel Ketepatan waktu ( $X_2$ ) membawa pengaruh positif terhadap Keputusan Konsumen sebesar 0,059. Nilai koefisien regresi lokasi ( $X_3$ ) = 0,252, membuktikan terdapat pengaruh positif antara variabel

Lokasi (X3) sebagai faktor-faktor yang memberi pengaruh keputusan konsumen (Y) sebesar 0,252. Nilai koefisien regresi Keamanan (X4) = 0,039, membuktikan terdapat pengaruh positif antara variabel keamanan (X4) sebagai faktor yang memberi pengaruh pada Keputusan Konsumen (Y) sebesar 0,039.

#### 4. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah ukuran sebaik apa model dapat menerangkan variasi didalam variabel tergantung. Rentang nilai koefisien determinasi yaitu 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang rendah menunjukkan bahwa potensi variabel bebas dalam menerangkan variabilitas variabel tergantung masih kurang. Sebaliknya, nilai yang hampir 1 menunjukkan bahwa variabel bebas mampu menjelaskan hampir seluruh informasi yang diperlukan dalam meramalkan nilai variabel tergantung.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.605	1.212

*Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, 2024*

Berdasarkan hasil tabel tersebut diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,623 ataupun sama dengan 62,3%. Yang artinya 62,3% Keputusan Konsumen dipengaruhi oleh faktor Kualitas Pelayanan, Lokasi, Ketepatan Waktu, dan Keamanan sedangkan sisanya 21,1% diterangkan oleh variabel lainnya yang tidak ada pada penelitian ini.

## 5. Hasil Uji Hipotesis

### a. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pada dasarnya uji ini mengindikasikan apakah seluruh variabel bebas yang masuk ke model mempengaruhi bersamaan pada variabel tergantung. Tingkat kesalahan pada penelitian sebanyak lima persen dengan  $df = (k-1):(N-K)$ , yang mana  $k$  yaitu variabel sedangkan  $N$  yaitu jumlah responden, atau  $df = (5-1):(90-5) = (4;85)$ . Jadi,  $F_{tabel}$  pada nilai  $df = 4;85$  adalah 2,48. Kriteria uji  $f$  sebagai berikut:

- 1) Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- 2) Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

**Tabel 4.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	206.330	4	51.583	35.125	.000 <sup>b</sup>
Residual	124.825	85	1.469		
Total	331.156	89			

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, membuktikan uji secara simultan menghasilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,125 dan  $F_{tabel}$  diperoleh sebesar 2,48 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $35,125 > 2,48$ ). Sedangkan derajat signifikansi diperoleh sebesar  $0.000 < 0.05$ . Dari hasil pengujian maka, dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, variabel



Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi, Keamanan berpengaruh secara bersama-sama pada Keputusan Konsumen (Y).

b. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan guna memahami pengaruh secara parsial variabel bebas pada variabel tergantung. Sedangkan secara individual pengaruh melalui dua variabel bebas itu bisa diamati dalam tabel di bawah:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.397	1.373		1.018	.312
Kualitas Pelayanan	.075	.062	.104	1.215	.228
Ketepatan Waktu	.559	.121	.439	4.610	.000
Lokasi	.252	.073	.334	3.451	.001
Keamanan	.039	.098	.029	.398	.692

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26, 2024

Tingkatan kesalahan pada penelitian ini sebanyak lima persen dan  $df = (n-k)$ . Kriteria sebagai faktor yang memberikan keputusan konsumen:

- 1) Menerima  $H_a$  bila  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  ataupun  $\text{sig} < 0,05$ .

Berarti, variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi serta Keamanan memiliki pengaruh signifikan pada Keputusan Konsumen

- 2) Menerima  $H_0$  bila  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  ataupun  $\text{sig} > 0,05$ .  
Memiliki arti, variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi, Keamanan tidak memiliki pengaruh signifikan pada Keputusan Konsumen

Berdasarkan tabel 4.10, kolom  $t$  beserta  $\text{sig}$  dapat diterangkan yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji  $t$  (parsial) dalam tabel 4.10, diperoleh nilai signifikansi Kualitas Pelayanan sebesar  $0,228 > 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0.05/2; 90-4-1) = (0.025; 85) = 1,988$ . Nilai  $t\text{-hitung}$  1,215 dan  $t\text{-tabel}$  1,988 yang menyatakan bahwa nilai  $t\text{-hitung}$  lebih kecil dari nilai  $t\text{-tabel}$  ( $1,215 < 1,988$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak, artinya Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji  $t$  (parsial) dalam tabel 4.10, diperoleh nilai signifikansi variabel Ketepatan Waktu ( $X_2$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0.05/2; 90-4-1) = (0.025; 85) = 1,988$ . Nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 4,610 dengan nilai  $t\text{-tabel}$  1,988 yang menyatakan bahwa nilai  $t\text{-hitung}$  lebih besar dari nilai  $t\text{-tabel}$  ( $4,610 > 1,988$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima artinya secara parsial Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji  $t$  (parsial) dalam tabel 4.10, diperoleh nilai signifikansi variabel Lokasi ( $X_3$ ) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1) = (0.05/2; 90-4-1) = (0.025; 85) = 1,988$ . Nilai

t-hitung diperoleh sebesar 3,451 dengan nilai t-tabel 1,988 yang menyatakan bahwa nilai hitung lebih besar dari nilai t-tabel ( $3,451 > 1,988$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima, artinya lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

4. Berdasarkan hasil uji uji t (parsial) dalam tabel 4.10, diperoleh nilai signifikansi variabel keamanan ( $X_4$ ) sebesar  $0,692 > 0,05$ . Dengan nilai t-tabel =  $t(a/2 ; n-k-1) = (0.05/2; 90-4-1) = (0.025;85) = 1,988$ . Nilai t-hitung diperoleh sebesar 0,398 dengan nilai t-tabel 1,988 yang menyatakan bahwa nilai hitung lebih kecil dari nilai t-tabel ( $0,398 < 1,988$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_5$  ditolak, artinya keamanan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

### C. Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi, dan Keamanan secara bersama-sama terhadap Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil output pengujian data yang diperoleh, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 35,125 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebanyak 2,48 dan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $35,125 > 2,48$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ , artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dimana, variabel Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi beserta Keamanan mempengaruhi Keputusan Konsumen secara keseluruhan. Berdasarkan hasil data yang diperoleh, Ketepatan Waktu merupakan variabel yang memberikan

pengaruh terbesar terhadap keputusan konsumen di Ekspedisi CV. Karya Kaltim, kemudian disusul oleh variabel lokasi, kualitas pelayanan dan yang terakhir variabel keamanan. Bisa diambil kesimpulan variabel kualitas pelayanan, ketepatan waktu, lokasi, keamanan mempengaruhi secara bersama-sama terhadap Keputusan Konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan Maria Regina (2022) dengan judul "*Analisis Faktor-Faktor yang memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pemilihan Jasa Pengiriman Barang (Studi Kasus pada DPL Translogistics)*". Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor yang memberikan pengaruh keputusan konsumen yaitu Ketepatan Waktu, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Keamanan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu, Lokasi, dan Keamanan secara parsial terhadap keputusan konsumen
  - a. Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai sig Kualitas Pelayanan (X1) sebesar  $0,228 > 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(a/2 ; n-k-1 = (0.05/2; 90-4-1) = (0.025;85)$ . Nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 1,215 dengan  $t\text{-tabel}$  1,988 yang membuktikan nilai  $t\text{-hitung}$  kurang dari  $t\text{-tabel}$  ( $1,215 < 1,988$ ), maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya, Kualitas Pelayanan tidak mempengaruhi Keputusan Konsumen.

Tjiptono menjelaskan bahwa definisi kualitas pelayanan merupakan usaha dalam memuaskan keinginan juga kebutuhan konsumen, disertai dengan cara penyampaian, kemudian bisa memenuhi kepuasan beserta harapan konsumen (Tjiptono, 2014, hlm. 268). Dalam konteks ini, keberhasilan sebuah organisasi sangat ditentukan oleh kemampuannya untuk menyediakan pelayanan yang paling baik. Memuaskan pengguna jasa berarti memuaskan kebutuhan mereka selaku pembeli jasa, yang menghadirkan tantangan dalam memuaskan kebutuhan pengguna jasa.

Hasil penelitian tidak searah dengan hasil penelitian penulis. Hasil penelitian tidak sesuai pula dengan penelitian yang dilaksanakan Senia Eka Putri, serta penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Fauzia Zahra dimana variabel kualitas pelayanan mempengaruhi signifikan pada kepuasan konsumen. Tetapi, hasil penelitian diperkuat oleh yang dilaksanakan Sari Efrilia Dewi Wijayanti (2020) mengungkapkan kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan konsumen.

Sesuai pemaparan Suryabrata (1983, hlm. 87), ada beberapa alasan yang membuktikan bahwa hipotesis penelitian tidak mempengaruhi, yakni sampel, landasan teori, rancangan penelitian, alat pengambil data, variabel eksternal dan analisis perhitungan. Teori yang paling umum digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang mengutip dari Kotler (2012, hlm. 284) yang memaparkan bahwa 5 aspek kualitas jasa yang haruslah terpenuhi yakni, adanya sejumlah atribut ataupun dimensi yang harus dipertimbangkan dalam kualitas pelayanan, yakni empati, bukti fisik, daya

tanggap, reliabilitas, dan jaminan, kemudian teori yang dipakai pada penelitian ini telah benar.

Dari hasil penelitian, indikator *Tangibles* (bukti fisik), menunjukkan bahwa para karyawan Ekspedisi CV. Karya Kaltim selalu berpakaian sopan dan rapi. Berpenampilan baik merupakan salah satu cara untuk memberikan pelayanan terbaik sesuai dengan ajaran Islam. Berpenampilan baik tidak hanya penting saat beribadah seperti salat, tetapi juga dalam ibadah lainnya seperti jual beli, sesuai dengan tafsiran Ahmad Musthafa Al-Maraghi (Suyanto, 2018, hlm. 318). Sebagaimana disebutkan dalam Q.S. Al-A'raf/7: 31 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِيْنَتَكَ مِنْ حَيْثُ مَا كُنْتَ ۗ وَكُلْ وَشَرِبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

*Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-bahkan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”*

*Reliability* (kehandalan), berdasarkan hasil penelitian indikator ini, menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh karyawan Ekspedisi CV. Karya Kaltim telah memenuhi kebutuhan konsumen. Indikator *Responsiveness* (ketanggapan) di Ekspedisi CV. Karya Kaltim menunjukkan bahwa karyawan telah memberikan layanan yang cepat dan tepat serta memahami setiap informasi pelayanan yang ditawarkan. *Assurance* (jaminan dan kepastian), indikator ini menunjukkan bahwa karyawan Ekspedisi CV. Karya Kaltim sopan dan berkomunikasi dengan

baik dengan pelanggan. Indikator *Emphaty* (empati) menunjukkan bahwa karyawan Ekspedisi CV. Karya Kaltim memahami kebutuhan pelanggannya.

Penelitian ini melibatkan 90 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran butir pernyataan, dengan pernyataan yang tidak valid diabaikan. Hipotesis penelitian didasarkan pada teori ahli dan penelitian sebelumnya. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS 26, meminimalkan kemungkinan kekeliruan. Penolakan hipotesis dipengaruhi oleh variabel eksternal seperti promosi, harga, motivasi, persepsi, dan kepercayaan konsumen.

Selain itu, konsumen juga kurang memperhatikan kualitas pelayanan ketika ingin mengirimkan barang menggunakan ekspedisi. Hal ini terjadi karena mungkin sebagian besar konsumen yang datang adalah pelanggan tetap yang telah berkunjung lebih dari tiga kali. Oleh karena itu, mereka sudah terbiasa berbelanja di Ekspedisi CV. Karya Kaltim dan tidak lagi mempertimbangkan faktor Kualitas Pelayanan yang seharusnya bisa mempengaruhi keputusan pembelian mereka dan faktor yang menentukan keputusan pelanggan dalam melakukan pemilihan jasa ekspedisi tidak selalu dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan.

#### b. Pengaruh Ketepatan Waktu pada Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai sig Ketepatan Waktu (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = (0,05/2;$

$100-4-1 = (0.025;85)$ . Nilai t-hitung senilai 4,610 dengan t-tabel senilai 1,988 yang menyatakan nilai hitung melebihi t-tabel ( $4,610 > 1,988$ ), dengan demikian  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya, Ketepatan Waktu berpengaruh pada Keputusan Konsumen.

Berdasarkan penguraian Handoko (2010, hlm. 30), ketepatan waktu yakni saat konsumen melakukan pemesanan produk dan produk itu datang tepat waktu, aman, dan selaras dengan suatu jadwal. Oleh karenanya, waktu pengiriman barang harus tepat waktu supaya konsumen merasa puas.

Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilaksanakan Kurnia Yuningsih (2021), yang berjudul: “*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)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu pengiriman mempengaruhi positif pada keputusan pembelian dalam J&T Express di wilayah Jakarta Selatan, hal tersebut membuktikan dengan terdapatnya layanan pengiriman yang tepat waktu maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada perusahaan pengiriman barang.

Menurut ekonomi Islam, setiap individu harus menggunakan waktu mereka dengan sebaik mungkin serta tidak boleh melaksanakan hal buruk karena bisa menyebabkan kerugian (Tanjung & Yunus, 2022, hlm. 2). Hal ini sebagaimana firman Allah Swt. dalam Q.S. Al-‘Ashr/103 ayat 1-3 dengan bunyi:



وَالْعَصْرَ ۗ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ ۝ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ  
وَتَوَّاصُوا بِالْحَقِّ ۗ وَتَوَّاصُوا بِالصَّبْرِ ۝

Artinya: (1) “Demi masa”. (2) “Sesungguhnya manusia benar-benar berada dalam kerugian, (3) Kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh serta saling menasihati untuk kebenaran dan kesabaran.”

Ditinjau dari ketepatan waktu pada Ekspedisi CV. Karya Kaltim sudah sesuai dengan syariat Islam dimana mereka lebih memprioritaskan barang milik pelanggan sampai pada waktu yang tepat. Terlebih lagi dalam ekonomi Islam juga terdapat efisiensi operasional untuk menghindari pemborosan yang tidak perlu sehingga ketepatan waktu saling berkaitan pada manajemen Ekspedisi CV. Karya Kaltim yang berusaha untuk menjalankan operasional mereka dengan cara yang paling efisien mungkin, termasuk dalam perencanaan rute dan penggunaan sumber daya.

#### c. Pengaruh Lokasi pada Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS didapatkan nilai sig Lokasi (X3) sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dengan nilai  $t\text{-tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 100-4-1) = t(0,025; 85)$ . Nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 3,451 dengan nilai  $t\text{-tabel}$  sebesar 1,988 yang menyatakan nilai hitung melebihi  $t\text{-tabel}$  ( $3,451 > 1,988$ ), artinya  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Lupiyodi (dalam Halim dkk., 2021, hlm. 7), menyatakan bahwa dengan memilih lokasi yang strategis dan memiliki daya tempuh yang dekat dapat membuat konsumen tertarik melakukan keputusan dalam

menggunakan barang atau jasa. Pendapat ini menekankan bahwa lokasi yang strategis dapat meningkatkan pengambilan keputusan pembelian dari konsumen. Hasil penelitian mendukung teori yang dipaparkan Foster dimana, suatu keberhasilan usaha di masa mendatang sangat ditentukan oleh pemilihan lokasi yang tepat. Kemudian, Swastha & Irawan dalam bukunya memaparkan bahwa letak basis operasional perusahaan yang strategis sangat penting dalam mengoptimalkan profitabilitas (Swastha & Irawan, 2003, hlm. 339). Proses penentuan lokasi telah dijelaskan dalam Sabda Rasulullah SAW sebagai berikut:

إِذَا رَدَّتْ أُنْفَعَالٌ مَرَاتِدْبِرَ عَاقِبَتِهَا نَكَاحٌ خَيْرٌ أَمْضُوْنَا كَانْ شِرَافَاتِهِ ( رواها بنا لمبارك )

*Artinya: “Jika engkau ingin mengerjakan sesuatu pekerjaan maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik maka ambillah, dan jika perbuatan itu buruk maka tinggallah.” (H.R. Ibnu Mubarak)*

Dari kutipan hadis Rasul tersebut, dapat disimpulkan bahwa memilih lokasi yang strategis dapat memengaruhi secara signifikan pencapaian target suatu perusahaan. Sebagaimana yang telah dipaparkan oleh Kotler (2004, hlm. 446), “3 kunci kesuksesan untuk pemilihan tempat usaha merupakan lokasi, lokasi, lokasi”. Mengisyaratkan sangat krusialnya keputusan terkait pemilihan lokasi yang tepat untuk usaha.

Teori yang paling umum digunakan dalam penelitian ini adalah teori Tjiptono (2017, hlm. 106) yang memaparkan bahwa terdapat beberapa indikator lokasi yakni, Visibilitas, Aksesibilitas, Area parkir luas, Lalu lintas, Ekspansi, dan Kompetisi.

Berdasarkan teori di atas, Ekspedisi CV. Karya Kaltim telah memilih lokasi yang tepat, seperti yang terlihat dari keberhasilan usahanya yang telah bertahan lebih dari 30 tahun. Lokasi yang baik ini juga didukung oleh tanggapan positif dari responden mengenai akses dan fasilitas parkir yang tersedia. Lokasi Ekspedisi CV. Karya Kaltim dapat dilihat jelas oleh pelanggan karena letaknya yang tepat berada di pinggir jalan sehingga, dapat disimpulkan bahwa Ekspedisi CV. Karya Kaltim ditinjau dari pemilihan lokasi sudah strategis.

**Gambar 4.5 Lokasi Ekspedisi CV. Karya Kaltim**



d. Pengaruh Keamanan Barang pada Keputusan Konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai sig Keamanan (X4) sebanyak  $0,692 > 0,05$ . Dengan nilai  $t_{tabel} = t(a/2 ; n-k-1) = t(0,05/2 ; 100-4-1) = t(0,025 ; 95)$ . Nilai t-hitung diperoleh sebesar 0,692 dan t-tabel 1,988 yang menyebutkan nilai t-hitung kurang dari t-tabel ( $0,692 < 1,988$ ). Dengan demikian,  $H_5$  ditolak dan  $H_0$  diterima.

Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011) dalam studi mereka mengenai konsumen online di Malaysia menyatakan keamanan mempengaruhi positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian online. Keamanan merupakan aspek inti dari sebagian banyak transaksi internet. Sesuai pemaparan Park dan Kim (2006), keamanan ataupun *security* didefinisikan dengan potensi suatu perusahaan untuk mengendalikan dan menjaga keamanan transaksi data. Mereka juga menekankan bahwa jaminan keamanan memainkan peran krusial untuk membangun kepercayaan secara menurunkan kekhawatiran pelanggan terhadap kerusakan data maupun penyalahgunaan data.

Namun, hasil penelitian tidak konsisten dengan teori yang dijelaskan oleh Park dan Kim (2006). Juga, hasil penelitian tidak sama dengan penelitian yang dilaporkan Wakhid Qohari Suhardianto (2020), tetapi sesuai dengan hasil penelitian yang dilaksanakan Hafidah Hanum dan Gunarso Wiwoho. Menurut penelitian mereka, variabel keamanan pelayanan tidak mempengaruhi signifikan pada keputusan konsumen.

Dalam perspektif Islam, keamanan barang sangat penting dan berkaitan erat dengan prinsip-prinsip keadilan, tanggung jawab, dan perlindungan hak milik. Afghani dan Yulianti dalam studinya menjelaskan bahwa keamanan dapat diartikan sebagai suatu upaya atau tindakan yang bertujuan untuk melindungi aset dari ancaman atau bahaya yang mungkin timbul di masa mendatang (Afghani & Yulianti, 2017, hlm. 117) seperti

yang firman Allah Swt. dalam Q.S An-Nisa/3: 58 yang berbunyi: (*Qur'an Kemenag*, 2024)

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”.*

Ayat tersebut memerintahkan kita untuk menyampaikan pesan kepada mereka yang dimaksudkan untuk menerimanya. Kepercayaan dalam konteks ini mengacu pada sesuatu yang diberikan kepada seseorang untuk dipenuhi dengan kemampuan terbaiknya. Penting untuk memenuhi tanggung jawab kita ketika dipercayakan sesuatu, seperti mengembalikan barang tanpa ada barang yang hilang, jujur, dan menjaga privasi. Dalam hukum Islam, keselamatan juga memiliki signifikansi yang besar karena hal ini menandakan bahwa suatu perusahaan dapat menjaga keamanan barang-barang yang dipercayakan oleh orang dan menyerahkannya kepada pihak yang berhak

Prinsip amanah mengharuskan setiap individu yang menerima tanggung jawab untuk melindungi keamanan dan kerahasiaan tanggung jawab tersebut. Dalam hal keamanan data pribadi, setiap perusahaan atau aplikasi yang mengumpulkan data pribadi pengguna wajib menjaga

kerahasiaan data tersebut dan tidak boleh menyalahgunakannya, sesuai dengan yang diatur dalam Surah Al-Anfal/8: 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿٢٧﴾

*Artinya: “Ketahuilah bahwa hartamu dan anak-anakmu itu hanyalah sebagai ujian dan sesungguhnya di sisi Allah ada pahala yang besar”.*

Prinsip rahmatan lil alamin mewajibkan setiap orang untuk menghormati orang lain dengan penuh kasih sayang dan kebaikan. Dalam konteks keamanan data pribadi, Ekspedisi CV. Karya Kaltim telah memberikan perlindungan yang memadai terhadap data tersebut dan tidak menyalahgunakan untuk kepentingan pribadi atau korporat.

Prinsip keadilan juga memiliki peran krusial dalam konteks keamanan data pribadi. Semua individu harus diperlakukan dengan adil, tanpa mendapatkan kerugian dalam transaksi apapun. Dalam hal perlindungan data pribadi, Ekspedisi CV. Karya Kaltim juga memberikan perlindungan yang setara dan tidak diskriminatif kepada semua pelanggannya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa Ekspedisi CV. Karya Kaltim berlaku adil kepada pelanggannya dan tidak merugikan para pelanggannya.

Berdasarkan hasil penelitian, keamanan barang tidak memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Hal ini mungkin disebabkan oleh anggapan konsumen bahwa keamanan merupakan standar yang harus dimiliki oleh perusahaan. Oleh karena itu, ketika ingin mengirimkan barang menggunakan ekspedisi, konsumen berasumsi bahwa keamanan setiap ekspedisi sudah terjamin. Akibatnya, faktor keamanan barang tidak

mendapatkan perhatian dari pelanggan. Beberapa faktor yang menentukan keputusan pelanggan dalam memilih jasa ekspedisi tidak selalu dipengaruhi oleh keamanan barang. Bisa saja dikarenakan adanya faktor lainnya yang terdapat pada penelitian ini seperti, Ketepatan Waktu dan Lokasi yang menjadi prioritas pelanggan jasa Ekspedisi CV. Karya Kaltim.