

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASANKONSUMEN (STUDI KASUS PADA ANA JASA TITIP MANOKWARI)

Dorce Fransiska Y Mehue¹, Louis Soemadi Bopeng², Makarius Bajari³ Universitas Papua¹²³

Page | - 112 -

Correspondence Email: dfymehuesatia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Ana Jasa Titip Manokwari. Jenis Penelitian yang digunakan pendekatan kualitatif dengan jenis permasalahan asosiatif. Populasi dalam penelitian yaitu konsumen dari Ana Jasa Titip yang setelah menggunakan Ana Jasa Titip dua kali atau lebih dan jumlah sampel sebanyak 80 responden dengan menggunakan metode purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel. Metode pengambilan data menggunakan data primer yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan data sekunder yaitu buku, jurnal, artikel dan situs internet. Instrumen penelitian ini menggunakan skala likert dengan metode analisis data yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen Ana Jasa Titip.

ABSTRACT

This study aims to analyze the variables of Service Quality, Trust and Price on Ana Jasa Titip Manokwari Consumer Satisfaction. This type of research used a qualitative approach with the type of associative problem. The population in this study are consumers from Ana Jasa Titip who have used Ana Jasa Titip two or more times and the total sample is 80 respondents using the purposive sampling method as the sampling method. Data collection methods use primary data, namely observation, interviews, questionnaires and secondary data, namely books, journals, articles and internet sites. The research instrument used a Likert scale with data analysis methods, namely multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the independent variables, namely service quality, trust and price have a partially significant effect on customer satisfaction and the results of simultaneous testing of the independent variables, namely service quality, trust and price simultaneously have an effect on Ana Jasa Titip's customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Trust, Price, Consumer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan bisnis semakin pesat, sehingga

menjadikan kompetisi para pelaku bisnis disegala bidang usaha semakin ketat. Adanya persaingan antar usaha tentunya membuat pelaku usaha harus peka terhadap segala perubahan (Putera dan Wahyono, 2018). Salah satu jenis usaha jasa yang fenomenal saat ini merupakan jasa titip atau biasa disingkat jastip. Jasa titip ini adalah model bisnis yang dimana pelaku usaha bertindak sebagai penyedia jasa dan juga bertindak sebagai perantara untuk membeli produk dari penyedia barang kepada konsumen, agar konsumen bisa mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus ke toko secara langsung atau harus pergi keluar kota untuk mendapatkan barang tersebut.

Persaingan usaha jasa titip yang semakin banyak dari waktu ke waktu secara tidak langsung mengharuskan pelaku usaha agar dapat mempertahankan usaha jasa titip, sehingga usaha jasa titip (*personal shopper*) dapat bersaing dengan pelaku usaha jasa titip lainnya. Timbulnya persaingan menuntut setiap pelaku usaha untuk berkreasi guna mempertahankan usahanya dan dituntut memiliki strategi yang tepat dalam menjalankan sebuah usaha, agar usaha yang dijalankan mampu bertahan dengan jangka waktu yang panjang dan menghasilkan keuntungan (Puspasari, 2019).

Kepuasan konsumen menurut Kotler (2019) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapannya. Dengan terciptanya kepuasan konsumen membuat adanya hubungan yang baik antara pelaku usaha dan konsumen, menjadi dasar untuk konsumen dapat menggunakan jasa tersebut kembali, bahkan sampai merekomendasikan kepada pihak lain untuk menggunakan jasa yang sama. Dalam memenangkan persaingan antar jasa titip maka pelaku bisnis dapat menerapkan kuliatis pelayanan yang baik, menumbuhkan kepercayaan konsumen dan menetapkan harga yang sesuai merupakan faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan berfokus untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan ketetapan waktu untuk memenuhi harapan konsumen, pelayanan harus dilakukan dengan baik terutama bagi penyedia jasa (Suwarsito dan Aliya, 2020). Kepercayaan konsumen adalah keyakinan konsumen terhadap pelaku usaha dalam memenuhi kewajibannya dengan baik dan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Mowen dan Minor (2013) dalam Robby (2017) kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen atau semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau harga merupakan sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk mendapatkan manfaat menggunakan suatu barang atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2018).

Salah satu usaha jasa titip yang berada di Manokwari adalah Ana Jasa Titip yang beralamat di jalan Gunung Salju Amban Manggoapi, keberadaan jasa titip ini sangat membantu konsumen yang keberatan ongkos kirim dari luar daerah Manokwari yang terkenal mahal, pelayanan yang ditawarkan oleh Ana Jasa Titip hanya dari kota Jakarta ke Manokwari menggunakan kapal laut dengan ongkos kirim sebesar Rp.25.000/kg dengan estimasi waktu pengiriman 5-7 hari, jasa titip ini menerima penitipan barang berupa tas, pakaian, sepatu, serta dokumen berharga dan lain-lain. Ana Jasa Titip memiliki banyak konsumen karna di kenal dengan pelayanannya baik, walaupun hanya menerima penitipan dari kota Jakarta ke

Manokwari saja namun banyak digemari oleh konsumen.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan peneliti metode pendekatan kuantitatif dengan masalah asosiatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang menggunakan analisis data yang berbentuk *numerik* atau angka (Sugiyono 2016). Jenis permasalahan penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, menurut Sugiyono dalam (Zaini Antoni, 2021), pendekatan asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam hal ini pendekatan asosiatif digunakan untuk menjelaskan tentang hubungan antara variabel bebas dan variabel.

Page | - 114 -

Lokasi penelitian ini adalah Manggoapi Gunung Salju Amban, penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 17 November 2022 – 28 Februari 2023. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Ana Jasa Titip dan pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dan teknik penentuan sampel menggunakan metode *sampling purposive*. Sedangkan, *sampling purposive* adalah metode penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu konsumen yang dua kali atau lebih telah menggunakan Ana Jasa

itip. Karna jumlah populasi tidak diketahui maka rumus Malhorta yaitu memberikan panduan ukuran sampel yang dapat ditentukan dengan cara mengkalikan jumlah pertanyaan atau indikator dengan lima. Dengan rumus Malhorta yang dimaksud adalah sebagai berikut $n = 5 \times \text{Jumlah Indikator}$, $n=5 \times 16=80$. Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 konsumen Ana Jasa Titip. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Instrumen penelitian ini menggunakan skala likert dengan Metode analisis data yaitu uji instrumen (Uji Validitas dan Uji Reabilitas), Uji Asumsi klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolineritas dan Uji Heteroskedastisitas), Uji Hipotesis (Uji Parsial dan Uji Simultan), analisis regresi linear berganda dan uji Determinasi Koefisien.

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin didominasi oleh perempuan sebanyak 53 responden dengan persentase 66% karena perempuan karena perempuan suka berbelanja dan perempuan suka mencoba hal baru, contohnya membeli pakaian, tas sepatu, agar penampilannya mengikuti *trend* yang ada. Karakteristik berdasarkan Usia didominasi oleh yang berusia 20-25 tahun sebanyak 43 responden dengan persentase 53% karena pada umur tersebut, keinginan untuk suatu produk begitu tinggi seperti keinginan untuk pakaian (fashion), sepatu, kosmetik, dan lain-lain. Karakteristik Responden berdasarkan Alamat didominasi oleh Responden yang beralamat Amban sebanyak 27 orang dengan persentase 34% karena lokasi Ana Jasa Titip dekat dengan tempat tinggal mereka. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan didominasi oleh Mahasiswa sebanyak 32 responden dengan persentase 40%. karena kebanyakan mahasiswa menyukai sesuatu yang murah dan mudah mendapatkan sesuatu yang diinginkan melalui Ana Jasa Titip. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan didominasi oleh responden dengan pendapatan <Rp.500.000-

Rp.1.000.000 sebanyak 39 responden dengan persentase 49%. Karena responden paling banyak memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang pendapatan mereka berasal dari orang tua.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0.613	0.2199	Valid
	X1.2	0.628	0.2199	Valid
	X1.3	0.441	0.2199	Valid
	X1.4	0.48	0.2199	Valid
	X1.5	0.655	0.2199	Valid
	X1.6	0.794	0.2199	Valid
	X1.7	0.601	0.2199	Valid
	X1.8	0.513	0.2199	Valid
	X1.9	0.742	0.2199	Valid
	X1.10	0.726	0.2199	Valid
	X1.11	0.421	0.2199	Valid
	X1.12	0.421	0.2199	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0.822	0.2199	Valid
	X2.2	0.883	0.2199	Valid
	X2.3	0.872	0.2199	Valid
	X2.4	0.811	0.2199	Valid
Harga (X3)	X3.1	0.34	0.2199	Valid
	X3.2	0.462	0.2199	Valid
	X3.3	0.521	0.2199	Valid
	X3.4	0.321	0.2199	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1`	0.943	0.2199	Valid
	Y2	0.941	0.2199	Valid
	Y3	0.871	0.2199	Valid

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,2199 maka dapat dikatakan seluruh pernyataan yang terdapat pada kuesioner variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) harga (X3), dan kepuasan konsumen (Y) dikatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.832	0.60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0.860	0.60	Reliabel
Harga (X3)	0.848	0.60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.692	0.60	Reliabel

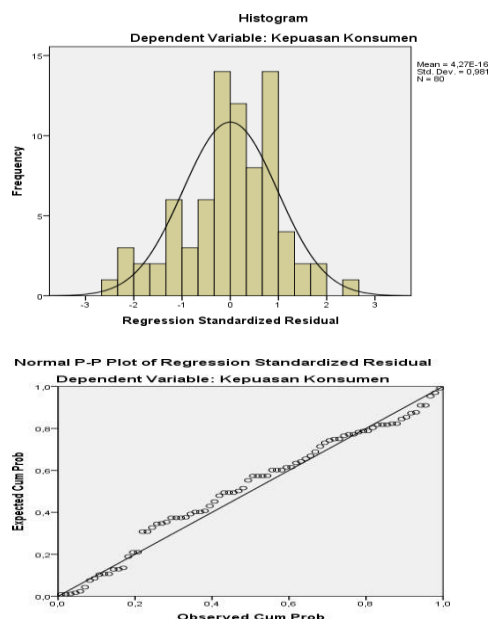
Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka seluruh pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), harga (X3) dan kepuasan konsumen (Y) adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.



Hasil uji normalitas diketahui bahwa grafik histogram berdistribusi normal dan pada gambar P-P Plot Regression Standard terlihat bahwa penyebaran titik-titik berada di sekitar diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi variabel berdistribusi normal.

Tabel 3 Uji Multikolinieritas

Coefficients

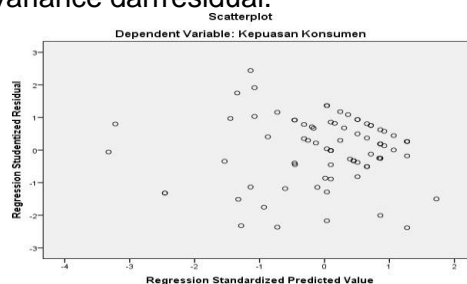
Variabel Independen		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,967	1,034
	Kepercayaan	0,754	1,325
	Harga	0,767	1,304

Sumber: data primer pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel independen kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan harga (X3) tidak ada yang memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 0,10$.

Hasil Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual.



Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Artinya tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi ini. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan harga (X3) terhadap variabel dependen kepuasan konsumen (Y) Ghozali (2016).

Tabel 4 Hasil Uji Linier Berganda

Coefficients

		Standardized Coefficients			
		Unstandardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	
Model					Sig.
1	(Constant)	10,930	5,135		0,037
	Kualitas	0,182	0,102	0,156	0,026
	Pelayanan				
	Kepercayaan	0,416	0,088	0,467	0,000
	Harga	0,710	0,288	0,241	0,016

Sumber: data diolah, 2023

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

- Nilai konstanta (a) positif sebesar 10,930 menunjukkan bahwa konstanta berpengaruh positif
- Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,182.
- Nilai koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,416
- Nilai koefisien regresi harga sebesar 0,710
- Nilai standar error untuk meminimalisir kesalahan sebesar 5,135

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

		Model Summary ^b		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,666 ^a	0,443	0,422	2,307

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan nilai R square sebesar 0,443 hal ini berarti 44% variabel kepuasan konsumen (Y) dapat menjelaskan variabel independen kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan harga (X3).

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 6 Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	10,930	5,135		2,129	0,037
	Kualitas	0,182	0,102	0,156	3,796	0,026
	Pelayanan Kepercayaan	0,416	0,088	0,467	4,737	0,000
	Harga	0,710	0,288	0,241	2,466	0,016

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : data diolah, 2023

Derajat kebebasan df (n-k) $80-4 = 76$ maka nilai t-tabel 1.99167

- Variabel Kualitas pelayanan (X1) mempunyai t-hitung 3,796 > t-tabel 1,99167 dengan nilai sig 0,026 < 0,05.
- Variabel Kepercayaan (X2) mempunyai t-hitung 4,737 > t-tabel 1,99167 dengan nilai sig 0,000 < 0,05.
- Variabel Nilai konsumen (X2) mempunyai t-hitung 2,466 > t-tabel 1,99167 dengan nilai sig 0,016 < 0,05.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

		uar e				
1	Regression	322,366	3	107,455	20,188	0,000 ^b
	Residual	404,522	76	5,323		
	Total	726,887	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Tabel 7 Uji Sumultan (uji f)

Sumber : data diolah, 2023

Diketahui nilai F-hitung sebesar 20,188 dengan nilai signifikansi 0,000. Derajat keberhasilan $df_1 (k-1) 4- 1 = 3$ dan $df_2 (n-k) 80-3 = 97$ maka F-tabel yang diperoleh 2,72. Artinya variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan harga (X3) berpengaruh secara simultan Terhadap Kepuasan konsumen (Y).

PEMBAHASAN

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen karena Ana Jasa Titip memiliki kehandalan dalam melayani dengan memberikan pelayanan sesuai dengan waktu yang ditentukan dan dapat dipercaya. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dimana Ana Jasa Titip memberikan pelayanan dengan tulus yaitu senyum saat melayani dan menjawab setiap pertanyaan konsumen dengan baik, sehingga konsumen percaya dan menggunakan Ana Jasa Titip. Harga berpengaruh terhadap Kepuasan konsumen karena harga yang ditawarkan oleh Ana Jasa Titip sesuai dengan kualitas jasa yang dirasakan konsumen. Kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, ketika Ana Jasa Titip pelayanan yang diberikan pelayanan yang baik, mendapatkan kepercayaan konsumen karena tulus melayani dan menetapkan harga sesuai dengan kualitas jasa yang diterima, maka dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai t hitung variabel kualitas pelayanan lebih besar dari t tabel ($3,796 > 199167$) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ($0,026 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa H1 variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai t hitung variabel kepercayaan lebih besar dari t tabel ($4,737 > 199167$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa H2 kepercayaan (X2) berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil yang diperoleh nilai t hitung variabel harga lebih besar dari t tabel ($2,466 > 199167$) dengan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan 0,05 ($0,016 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa H3 harga (X3) berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), harga (X3) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dimana nilai f hitung = 20,188 > nilai f tabel = 2,720 dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Dapat

disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan, penelitian ini memberikan saran sebagai berikut: Bagi Ana Jasa Titip disarankan bagi pemilik Ana Jasa Titip dapat memperhatikan bukti fisik berupa ruang tunggu pelayanan, dengan menambahkan kursi supaya konsumen dapat duduk dengan nyaman sambil menunggu untuk dilayani pengambilan barang. Disarankan bagi Ana Jasa Titip agar memberikan jaminan berupa pengantian barang ketika ada barang yang rusak atau *refund* ketika ada barang yang hilang, agar konsumen bisa menerima jika terjadi risiko ketika menggunakan Ana Jasa Titip. Disarankan bagi pemilik Ana Jasa Titip agar dapat menetapkan harga yang dapat bersaing dengan jasa titip lainnya, dengan cara menetapkan harga yang lebih rendah atau menetapkan harga yang sama dengan jasa titip lainnya. Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan memperluas objek penelitian dan memperdalam teori, serta menambah dan mengembangkan variabel-variabel yang berbeda seperti Bukti Fisik (Lokasi) dan Proses.

Page | - 121 -

DAFTAR REFERENSI

- Ghozali, I (2016) *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program IMB SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler. P. (2019) *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Medium. Jakarta: Prenhadoko
- Sugiyono (2016) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D* andung: Alfabeta
- Mowen, Jhon C Dan Minor, Michael. (2019) *Perilaku Konsumen Dialih Bahasakan Oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Putera A, Wahyono 2018. Pengaruh Kulitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen.
- Suwarsito: Aliya, Sebeli. (2020) Kualitas Layanan Dan Kepuasan Serta Pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmia Bina Manajemen*, Volume 3 (1).