



## PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG LION PARCEL DI PTB DUREN SAWIT JAKARTA TIMUR

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber;

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

David Wilson Christanto  
[24170325@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:24170325@student.kwikkiangie.ac.id)  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta Utara 14350

Ir. Dergibson Siagian, M.M.  
[dergibsin.siagian@student.kwikkiangie.ac.id](mailto:dergibsin.siagian@student.kwikkiangie.ac.id)  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter – Jakarta

### ABSTRAK

Pada era modern saat ini, teknologi semakin berkembang semakin pesat dibandingkan dengan era-era sebelumnya. Peningkatan terjadi khususnya pada sektor jasa. Seiring berjalannya waktu, sektor jasa atau industri pada bidang jasa sangat bervariasi dan sangat berkembang, khususnya pada bidang jasa pengiriman barang. Walaupun pada masa pandemi Covid-19, kegiatan logistik mengalami pertumbuhan yang positif. Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang di Indonesia adalah Lion Parcel. Perkembangan bisnis secara *online* semakin meningkat, dengan semakin meningkatnya orang yang berbelanja melalui *online* maka volume pengiriman juga semakin meningkat dan menimbulkan masalah yang dihadapi oleh perusahaan pengiriman barang dari segi kualitas layanan, harga, dan lokasi. Maka fenomena inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian terhadap jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit. *Output* yang dihasilkan menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Harga, Lokasi, Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*In today's modern era, technology is growing more rapidly than in previous eras. The increase occurred in the field of courier services. Even during the Covid-19 pandemic, logistics activities experienced positive growth. One of the courier companies in Indonesia is Lion Parcel. The development of online business is increasing, with the increasing number of people who shop online, the delivery volume is also increasing and causing problems faced by shipping companies in terms of service quality, price, and location. So this phenomenon has prompted researchers to conduct research on Lion Parcel courier services at PTB Duren Sawit, East Jakarta. The resulting output shows that Service Quality, Price, and Location have a positive and significant effect on Purchase Decisions.*

*Keywords: Service Quality, Price, Location, Purchase Decision*

### PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, teknologi berkembang semakin pesat dibandingkan dengan era-era sebelumnya. Peningkatan dapat dilihat dari berbagai sektor industri, khususnya pada sektor jasa. Seiring berjalannya waktu, industri jasa sangat bervariasi dan sangat berkembang, salah satunya adalah jasa pengiriman barang. Perusahaan jasa pengiriman barang adalah suatu badan



usaha yang bergerak dibidang yang memberikan pelayanan dalam pengiriman barang. Proses pengiriman suatu barang umumnya menggunakan metode alat atau teknologi buatan manusia, misalnya mobil, truk, kapal dan lain-lain. Sedangkan metode pengiriman barang dari satu tempat ke tempat lain menggunakan alat atau teknologi disebut alat transportasi. Sarana alat transportasi yang umum digunakan adalah melalui jalur darat, jalur laut maupun udara. (SindoShipping, 2020).

Perusahaan jasa pengiriman barang pada saat ini terus mengalami pertumbuhan walaupun pada masa pandemi Covid-19. Menurut Yukki Nugrahawan Hanafi, selaku Ketua DPP Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia, kegiatan logistik mengalami pertumbuhan positif walaupun pada saat pandemic Covid-19. Pertumbuhan positif tersebut berasal dari layanan logistik *e-commerce* dan layanan pengiriman barang. (CNN Indonesia, 2020).

Salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang di Indonesia adalah PT Lion Parcel atau biasa yang disebut dengan Lion Parcel. PT Lion Parcel didirikan pada tanggal 14 Februari 2013. Bergerak di bidang jasa titipan yang melayani pengiriman domestik dan internasional yang didukung oleh jaringan dan infrastruktur Lion Group sebagai salah satu maskapai penerbangan terbesar. (Lion Parcel, 2021).

Adapun kekurangan atau masalah yang dihadapi pada *outlet* Lion Parcel di PTB Duren Sawit yaitu, komplain dari konsumen karena barang yang dikirimkan rusak pada saat sampai di alamat tujuan dan adanya keterlambatan pengiriman barang, harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan manfaat yang diberikan, lokasi Lion Parcel PTB Duren Sawit kurang strategis, tidak berada di jalan raya utama, dari segi *traffic*, lokasi gerai tersebut kurang dilalui banyak orang atau tidak sepadat di jalan raya utama, hanya dilalui oleh satu jenis transportasi umum dan cukup dekat dengan para pesaing. (Wawancara dengan pemilik).

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit, Jakarta Timur.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit, Jakarta Timur.
3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit, Jakarta Timur.

### KAJIAN PUSTAKA

#### 1. Kualitas Layanan

Menurut Lewis dan Booms (1983) dalam Tjiptono (2017:142), kualitas layanan dapat diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

#### 2. Harga

Menurut Suryani (2017:138), harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk yang diinginkannya.

#### 3. Lokasi

Menurut Kurniawan (2018:36), lokasi adalah tempat di mana kita menentukan letak usaha kita.

#### 4. Keputusan Pembelian

Menurut Koesoemaningsi (2013) dalam Marlius (2017:57), keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk mau membeli atau tidak membeli terhadap suatu produk.

### Hipotesis

H<sub>1</sub>: Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H<sub>2</sub>: Kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

H<sub>3</sub>: Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.



## METODE PENELITIAN

Objek penelitian ini adalah kualitas layanan, harga, lokasi, dan keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur. Subjek dari penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah menggunakan jasa pengiriman barang Lion Parcel lebih dari satu kali di PTB Duren Sawit Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *judgement sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara elektronik melalui *google forms* kepada 190 responden. Analisis yang digunakan yaitu dengan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan *software WarpPLS 7.0*.

### Teknik Analisis Data

#### 1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Menurut Latan dan Ghozali (2017:85) evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten.

##### a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Sementara, menurut Latan dan Ghozali (2017:89) butir pernyataan dapat dikatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$ .

##### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah stabil dari waktu ke waktu. Sementara menurut Latan dan Ghozali (2017:88) mengatakan bahwa suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai  $AVE > 0,5$ , nilai  $Composite\ Reliability > 0,7$ , dan nilai  $Cronbach\ Alpha > 0,7$ .

#### 2. Analisis Deskriptif

##### a. Analisis Presentase

Analisis presentase bertujuan untuk mengetahui karakteristik dari setiap responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

##### b. Mean

*Mean* bertujuan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

##### c. Rata-rata Tertimbang

##### d. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Dengan skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5.

#### 3. Skala Likert

Menurut Cooper dan Schindler (2017:327), Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden dengan memberi skor numerik untuk menyatakan tingkat kesukaan dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan

#### 4. Penilaian Overall Fit

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator *fit* yang dihasilkan antara lain: APC, ARS, AARS, AVIF, AFVIF, *Tenenhaus* GoF, SPR, RSCR, SSR, NLBCDR.

#### 5. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Menurut Ghozali dan Latan (2017:85) tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel

laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan kepada 190 responden dengan menggunakan *software* WarpPLS 7.0. Indikator pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai *P-value* < 0,05 dan *factor loading* > 0,5. Dari 190 responden yang telah dikumpulkan, berikut hasil yang diunjukkan pada tabel-tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan**

No	Butir Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	<i>P-value</i>	Keterangan
1	KL1	0,786	< 0,001	Valid
2	KL2	0,736	< 0,001	Valid
3	KL3	0,797	< 0,001	Valid
4	KL4	0,784	< 0,001	Valid
5	KL5	0,728	< 0,001	Valid
6	KL6	0,742	< 0,001	Valid
7	KL7	0,812	< 0,001	Valid
8	KL8	0,732	< 0,001	Valid
9	KL9	0,735	< 0,001	Valid
10	KL10	0,681	< 0,001	Valid
11	KL11	0,719	< 0,001	Valid
12	KL12	0,786	< 0,001	Valid
13	KL13	0,745	< 0,001	Valid
14	KL14	0,810	< 0,001	Valid
15	KL15	0,797	< 0,001	Valid
16	KL16	0,781	< 0,001	Valid
17	KL17	0,810	< 0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 1, dapat dikatakan bahwa setiap indikator pernyataan variabel kualitas layanan adalah valid.

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

No	Butir Pernyataan	<i>Factor Loading</i>	<i>P-value</i>	Keterangan
1	HG1	0,887	<0,001	Valid
2	HG2	0,821	<0,001	Valid
3	HG3	0,881	<0,001	Valid
4	HG4	0,819	<0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 2, dapat dikatakan bahwa setiap indikator pernyataan variabel harga adalah valid.





**Tabel 3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi**

No	Butir Pernyataan	Factor Loading	Pvalue	Keterangan
1	LO1	0,850	<0,001	Valid
2	LO2	0,824	<0,001	Valid
3	LO3	0,825	<0,001	Valid
4	LO4	0,806	<0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 3, dapat dikatakan bahwa setiap indikator pernyataan variabel lokasi adalah valid.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

No	Butir Pernyataan	Factor Loading	Pvalue	Keterangan
1	KP1	0,815	<0,001	Valid
2	KP2	0,768	<0,001	Valid
3	KP3	0,801	<0,001	Valid
4	KP4	0,789	<0,001	Valid
5	KP5	0,82	<0,001	Valid
6	KP6	0,794	<0,001	Valid
7	KP7	0,730	<0,001	Valid
8	KP8	0,772	<0,001	Valid
9	KP9	0,760	<0,001	Valid
10	KP10	0,769	<0,001	Valid

Berdasarkan Tabel 4, dapat dikatakan bahwa setiap indikator pernyataan variabel keputusan pembelian adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan kepada 190 responden dengan menggunakan *software* WarpPLS 7.0. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,7, nilai dari *Compostie Reliability* > 0,7, dan nilai dari AVE > 0,5. Berikut hasil pengujian terhadap 190 responden yang telah dikumpulkan, dapat dilihat pada Tabel 5:

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Composite Reliab.	Cronbach's Alpha	AVE	Keterangan
1	Kualitas Layanan (KL)	0,960	0,955	0,585	Reliabel
2	Harga (HG)	0,914	0,874	0,727	Reliabel
3	Lokasi (LO)	0,896	0,845	0,683	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (KP)	0,940	0,929	0,612	Reliabel

Berdasarkan Tabel 5, dapat dikatakan bahwa setiap variabel pada penelitian ini adalah reliabel.



### 3. Analisis Deskriptif

#### a. Analisis Profil Responden

Profil responden dalam penelitian ini mayoritas adalah wanita, berusia 15-23 tahun, dan berstatus sebagai pelajar/mahasiswa.

#### b. Analisis Variabel

##### (1) Kualitas Layanan

Dilihat dari skor rata-rata, butir pernyataan yang mendapatkan skor terendah adalah karyawan Lion Parcel PTB Duren Sawit dalam memberikan perhatian kepada pelanggan secara individual, dengan skor rata-rata sebesar 3,98. Sebaliknya butir pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi adalah karyawan Lion Parcel PTB Duren Sawit yang selalu siap untuk menangani permintaan pelanggan, dengan skor rata-rata sebesar 4,32. Secara keseluruhan, skor rata-rata variabel kualitas layanan sebesar 4,18 yang artinya setuju dan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah antara 4,15 – 4,20. Dengan demikian, dapat diyakini 95%, konsumen Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur berpendapat setuju bahwa kualitas layanan Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur sudah baik.

##### (2) Harga

Dilihat dari skor rata-rata, butir pernyataan yang mendapatkan skor terendah adalah harga yang ditawarkan Lion Parcel PTB Duren Sawit terjangkau dan harga yang ditawarkan Lion Parcel PTB Duren Sawit sesuai dengan manfaat yang dirasakan, dengan skor rata-rata sebesar 4,21. Sebaliknya butir pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi adalah harga yang ditawarkan Lion Parcel PTB Duren Sawit bersaing dengan kompetitor, dengan skor rata-rata sebesar 4,30. Secara keseluruhan, skor rata-rata variabel harga sebesar 4,24 yang artinya sangat setuju dan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah antara 4,19 – 4,30. Dengan demikian, dapat diyakini 95%, konsumen Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur berpendapat antara setuju sampai sangat setuju bahwa Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur memiliki harga yang sesuai.

##### (3) Lokasi

Dilihat dari skor rata-rata, butir pernyataan yang mendapatkan skor terendah adalah lokasi Lion Parcel PTB Duren Sawit dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal (20 meter), dengan skor rata-rata sebesar 4,05. Sebaliknya butir pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi adalah lokasi Lion Parcel PTB Duren Sawit mudah dijangkau sarana transportasi umum, dengan skor rata-rata sebesar 4,16. Secara keseluruhan, skor rata-rata variabel lokasi sebesar 4,11 yang artinya sangat setuju dan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah antara 4,05 – 4,17. Dengan demikian, dapat diyakini 95%, konsumen Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur berpendapat setuju bahwa lokasi Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur sudah baik.

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(4) **Keputusan Pembelian**

Dilihat dari skor rata-rata, butir pernyataan yang mendapatkan skor terendah adalah penggunaan layanan Lion Parcel PTB Duren Sawit karena sudah terbiasa menggunakan merek tersebut, dengan skor rata-rata sebesar 4,00. Sebaliknya butir pernyataan yang mendapatkan skor tertinggi adalah penggunaan layanan Lion Parcel PTB Duren Sawit karena dapat memenuhi kebutuhan saya dalam mengirim barang, dengan skor rata-rata sebesar 4,27. Secara keseluruhan, skor rata-rata variabel keputusan pembelian sebesar 4,14 yang artinya setuju dan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah antara 4,11 – 4,18. Dengan demikian, dapat diyakini 95%, konsumen setuju untuk memutuskan memilih Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur untuk mengirimkan barang.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. **Penilaian Model Fit**

**Tabel 6**  
**Hasil Evaluasi Model Struktural**

<i>Item</i>	<i>Kriteria Fit</i>	<i>Nilai Output</i>	<i>Hasil</i>
<i>Average path coefficient (APC)</i>	$P \leq 0,05$	0,313 $P < 0,001$	<i>Fit</i>
<i>Average R-squared (ARS)</i>	$P \leq 0,05$	0,773 $P < 0,001$	<i>Fit</i>
<i>Average adjusted R-squared (AARS)</i>	$P \leq 0,05$	0,770 $P < 0,001$	<i>Fit</i>
<i>Average block VIF (AVIF)</i>	$\leq 3,3$ , namun nilai $\leq 5$ masih dapat diterima.	3,423	<i>Fit</i>
<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	$\leq 3,3$ , namun nilai $\leq 5$ masih dapat diterima.	3,379	<i>Fit</i>
<i>Tenenhaus GoF</i>	$\geq 0,10$ , $\geq 0,25$ , dan $\geq 0,36$ (kecil, menengah, dan besar).	0,710	<i>Fit</i>
<i>Sympson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai $\geq 0,7$ masih dapat Diterima.	1,000	<i>Fit</i>
<i>R-squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Idealnya = 1, namun nilai $\geq 0,9$ masih dapat diterima.	1,000	<i>Fit</i>
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Harus $\geq 0,7$	1,000	<i>Fit</i>
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Harus $\geq 0,7$	1,000	<i>Fit</i>

Hasil pada tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *output* pada sepuluh *item*, dimana APC, ARS, AARS, AVIF, AFVIF, *Tenenhaus* GoF, SPR, RSCR, SSR, NLBCDR telah memenuhi kriteria penilaian model fit. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model SEM yang dibuat ini dapat diterima (*fit*).

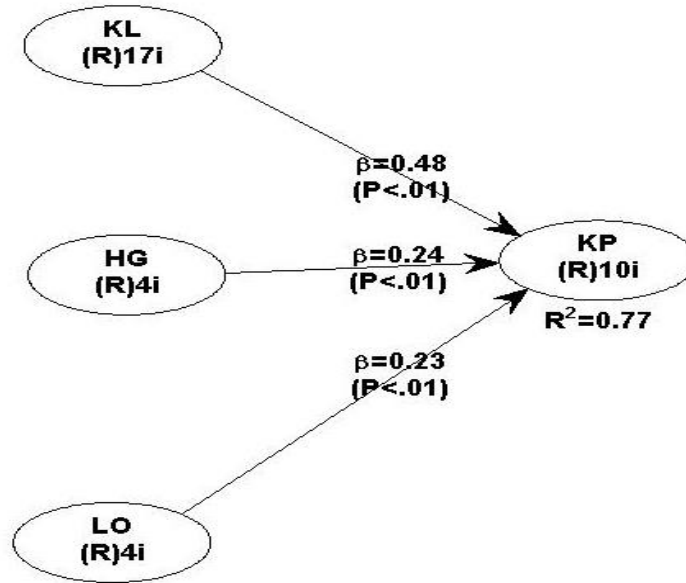
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 5. Analisis Hubungan Kausal dan Pengujian Hipotesis

**Gambar 1**  
**Hasil Pengujian Hipotesis**



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Persamaan struktural yang diperoleh dari output yang dihasilkan adalah:

$$KP = 0,48*KL + 0,24*HG + 0,23*LO, R^2 = 0,77$$

Pada persamaan struktural diketahui nilai  $R^2$  sebesar 0,77 yang berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas layanan, harga, dan lokasi) sebesar 77%, sedangkan sisanya ( $100\% - 77\% = 23\%$ ) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk dalam model persamaan struktural ini.

**Tabel 7**  
**Pengaruh Antar Variabel**

Dari – Ke	Pengaruh	P-value	Hasil
Kualitas Layanan - Keputusan Pembelian	0,48	< 0,01	Terdapat cukup bukti bahwa ada pengaruh
Harga - Keputusan Pembelian	0,24	< 0,01	Terdapat cukup bukti bahwa ada pengaruh
Lokasi - Keputusan Pembelian	0,23	< 0,01	Terdapat cukup bukti bahwa ada pengaruh





## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan ( $P\text{-value} < 0,01$ ) sebesar 48% terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 48%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama ( $H_1$ ) dapat diterima, dimana hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryandi dan Onsardi (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Harga berpengaruh secara signifikan ( $P\text{-value} < 0,01$ ) sebesar 24% terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 24%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua ( $H_2$ ) dapat diterima, dimana hipotesis kedua menyatakan bahwa kesesuaian harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Harjanto (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi berpengaruh secara signifikan ( $P\text{-value} < 0,01$ ) sebesar 23% terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 23%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ( $H_3$ ) dapat diterima, dimana hipotesis ketiga menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur.
2. Kesesuaian harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur.
3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada jasa pengiriman barang Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur.

### Saran

#### 1. Bagi Perusahaan

- a. Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur sebaiknya terus meningkatkan dan menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.
  - b. Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur sebaiknya menawarkan harga yang lebih terjangkau kepada pelanggan dan menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan.
- Lion Parcel di PTB Duren Sawit Jakarta Timur sebaiknya menambahkan beberapa alat bantu promosi.

#### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mengembangkan dan menambah variabel lainnya, sehingga didapatkan variabel lain yang dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sistem Informasi dan Komunikasi Kwik Kian Gie



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Tarique, K. M., & Arif, I. (2017). Service quality, patient satisfaction and loyalty in the Bangladesh healthcare sector. *International journal of health care quality assurance*.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAFE WAREG BENGKULU. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Aulia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada depot Pak Qomar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3).
- CNN Indonesia (2020). *Bisnis Logistik dan Jasa Kurir Melejit di Tengah Corona*, diakses 9 April 2021, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20201116100845-92-570185/bisnis-logistik-dan-jasa-kurir-melejit-di-tengah-corona>
- Cooper, R. Donald & Pamela. S. Schindler (2017), *Metode Penelitian Bisnis Buku 1*, Edisi: 12, Jakarta: Salemba Empat.
- Faiza, I. Y. N., & Basuki, R. S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di house of pet malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 4(2), 329-332.
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, Edisi: 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Maps. (2021). *Google Maps*, diakses 4 April 2021, <https://www.google.com/maps/@-6.2216815,106.9159869,18.5z>
- Hair, J. F. Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2014), *Multivariate Data Analysis*, Edisi: 7, United States of America: Pearson Education.
- Harjanto, D. (2016). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada CV. Interhouse Design. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(3), 1-5.
- Khasanah, D. M. I., Taufik, M., & Irdiana, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth (WOM), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Suku Cadang Bengkel Resmi Honda Ahass 10349 Setia Kawan Motor Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(3), 154-159.
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong (2016), *Principles of Marketing*, Edisi: 16, United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.
- Kurniawan, Arief Rakhman (2018), *Dasar-dasar Marketing*, Edisi: 1, Yogyakarta: Quadrant.
- Latan, Hengky dan Imam Ghozali (2017), *Partial Least Squares Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 5.0 Third Edition*, Edisi: 3, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Lion Parcel. (2021). Lion Parcel, diakses 4 April 2021 <https://lionparcel.com/about>
- Marlius, D. (2017). Keputusan pembelian berdasarkan faktor psikologis dan bauran pemasaran pada PT. Intercom Mobilindo Padang. *Jurnal pundi*, 1(1).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
 © Hak Cipta Milik IBIKKG (Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Pratama, I. W. E., & Sunny, M. P. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dupa Tridatu Pasupati Kaori di Gianyar. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(2), 653-663.
- Puspa, R., Permana, A., & Nuryanti, S. (2017). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Perumahan Ciujung River Park Serang, Banten). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 3(02), 205.
- Rangkuti, Freddy (2017), *Customer Care Excellence*, Edisi: 1, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Terjemahan oleh Kwan Men Yon, Edisi: 6, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Suryani, Tatik (2017), *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*, Edisi: 1, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Service Management – Mewujudkan Layanan Prima*, Edisi: 3, Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana (2020), *Pemasaran*, Edisi: 1, Yogyakarta: ANDI.
- Wahyuni, S., & Pardamean, J. (2016). Pengaruh Iklan, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Di Institute Perbanas. *Jurnal studi manajemen dan bisnis*, 3(1), 13-30.
- Widokarti, Joko Rizkie dan Donni Juni Priansa (2019), *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*, Edisi: 1, Bandung: CV PUSAKA SETIA.
- Wijaya, H. (2020). MEMAHAMI LEBIH DALAM PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN – *SindoShipping* diakses 9 April 2021, <https://sindoshipping.com/2020/08/27/memahami-lebih-dalam-perusahaan-jasa-pengiriman/>
- Winata, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 25-32.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.