PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN *J&T EXPRESS* CABANG SEKIP PALEMBANG

SKRIPSI

Nama : Raven Ferdian Ilham

NIM : 212015141

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN *J&T EXPRESS* CABANG SEKIP PALEMBANG

Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Raven Ferdian Ilham

NIM : 212015141

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Raven Ferdian Ilham
NIM	:	212015141
Konsentrasi	:	Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi	:	Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2021
Yang Menyatakan,

Raven Ferdian Ilham
NIM: 212015141

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang

Nama : Raven Ferdian Ilham
NIM : 212015141
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal

Pembimbing I,

a/n

Sri Rahayu, Hj.S.E,M.M.,DR
NIDN : 0206016702

Pembimbing II,

Fitantina, Hj,S.E.,M.Si
NIDN : 0028026301

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.Si
NIDN : 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Dan ketahuilah, sesungguhnya kemenangan itu beriringan dengan kesabaran. Jalan keluar beriringan dengan kesukaran. Dan sesudah kesulitan pasti akan datang kemudahan".

(H.R. Tarmizi)

"Kalau tak bisa berlari, ya berjalan, kalau tak bisa berjalan, ya merangkak, asal jangan sampai menyerah atas apa yang dimulai".

(Nur Luthfiana Hardian)

Skripsi ini Kupersembahkan kepada:

- **Kedua orang tuaku tercinta.**
- **Semua saudara-saudaraku.**
- **Kedua dosen pembimbingku Ibu Sri Rahayu, Hj. S.E., M.M., DR., dan Ibu Fitantina, Hj. S.E., M.Si.**
- **Semua sahabat-sahabatku.**
- **Almamater Kebangganku.**

PRAKATA

Alhamdulliah puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul "**Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang**". Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Sri Rahayu, Hj. S.E., M.M., DR., dan Ibu Fitantina, Hj. S.E., M.Si., yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dengan tulus dan ikhlas. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Alm. Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Seluruh Dosen serta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah mengajarkan ilmu dan memberikan nasihat-nasihat yang membuat penulis termotivasi untuk semangat belajar serta membantu kelancaran dalam mengurus administrasi.

Penulis menyadari bahwa penyajian Skripsi ini secara teknis dan materi masih jauh dari kata kesempurnaan, akan tetapi dengan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis mencoba untuk menyusun Skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar Skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Palembang, Agustus 2021

Raven Ferdian Ilham

ABSTRAK

Raven Ferdian Ilham/212015141/2021/Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang/Manajemen Pemasaran.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang? 2) Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang? 3) Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang? 4) Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang? Variabel dalam penelitian ini adalah lokasi, harga, promosi, keputusan menggunakan jasa. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh dari hasil pengisian kuisioner. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji hipotesis F dan uji t serta koefisien determinasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa: 1) Ada pengaruh signifikan lokasi, harga dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang, 2) Tidak ada pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang, 3) Ada pengaruh signifikan harga terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang, 4) Ada pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang.

Kata kunci: pengaruh, lokasi, harga, promosi, keputusan menggunakan jasa.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

ABSTRACT

Raven Ferdian Ilham/212015141/2021/*The Influence of Location, Price, and Promotion on Decisions to Use J&T Express Delivery Services, Sekip Palembang Branch*/Marketing Management.

The formulation of the problem in this research are: 1) Is there any influence of location, price, and promotion on the decision to use the delivery service of J&T Express Sekip Palembang branch? 2) Is there any influence of location on the decision to use J&T Express delivery services at Sekip Palembang branch? 3) Is there a price effect on the decision to use the delivery service of J&T Express Sekip Palembang branch? 4) Is there any effect of promotion on the decision to use J&T Express delivery services at Sekip Palembang branch? The variables in this study are location, price, promotion, decision to use services. The sample in this study were 96 people. The data used in this study is primary data obtained from the results of filling out the questionnaire. The data collection method in this research is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression, F hypothesis test and t test and the coefficient of determination. The results of the analysis show that: 1) There is a significant influence of location, price and promotion on the decision to use the J&T Express delivery service at Sekip Palembang Branch, 2) There is no significant effect of location on the decision to use the J&T Express delivery service at Sekip Palembang Branch, 3) There is a significant effect on price. on the decision to use the delivery service of J&T Express Sekip Palembang Branch, 4) There is a significant effect of promotion on the decision to use the delivery service of J&T Express Sekip Palembang Branch.

Keywords: *influence, location, price, promotion, decision to use services.*

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
PRODI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar …….....…	**i**
Halaman Judul …….…	**ii**
Halaman Pengesahan ……..	**iii**
Daftar Isi…….....…	**iv**
Daftar Tabel …….	**v**
Daftar Gambar ……	**vi**
BAB I. PENDAHULUAN ……..	**1**
A. Latar Belakang dan Masalah ……...…	**1**
B. Rumusan Masalah ……	**8**
C. Tujuan Penelitian …….	**8**
D. Manfaat Penelitian ……	**9**
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ……...	**10**
A. Kajian Pustaka ……..	**10**
1. Landasan Teori…….	**10**
2. Penelitian Sebelumnya……	**24**
B. Kerangka Pemikiran …….	**27**
1. Hubungan Lokasi Menggunakan Jasa Pengiriman……..	**27**
2. Hubungan Harga dengan Keputusan Menggunakan	**27**

Jasa……. 28

3. Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa……. 29

C. Hipotesis …….

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN ……. 32

A. Jenis Penelitian …….. 32

B. Lokasi Penelitian ……... 32

C. Opersional Variabel …….. 32

D. Populasi dan Sampling …….. 33

E. Data yang Diperlukan ……... 35

F. Metode Pengumpulan Data …….. 35

G. Analisis Data dan Teknik Analisis ……... 37

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 44

A. HASIL PENELITIAN…… 44

1. Gambaran Umum Objek Penelitian……. 44

2. Karakteristik Responden……... 46

3. Teknik Analisis Data…….. 57

4. Uji Hipotesis F…… 63

5. Uji Hipotesis T…… 65

6. Uji Koefisien Determinasi R Square (R^2)……. 67

7. Pembahasan Hasil Penelitian…… 68

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN……. 71

DAFTAR PUSTAKA ……... 73

LAMPIRAN ……. 76

DAFTAR TABEL

	Halaman
I.1. Tanggapan Pelanggan Terhadap Jasa Pengiriman *J&T Express* ……..	**6**
II.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya ……	**26**
III.1. Definisi Operasional Variabel Penelitiaan …….	**32**
III.2. Indikator Skala Likert …….	**38**
III.3. Jadwal Penelitian ……..	**43**
IV.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Lokasi (X1)……	**49**
IV.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga (X2)……	**51**
IV.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Promosi (X3)……	**53**
IV.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman (Y)……..	**55**
IV.5 Hasil Uji Validitas ……	**57**
IV.6 Hasil Uji Reliabilitas ……	**58**
IV.7 Hasil Analisis Regresi Linier Beganda ….....	**59**
IV.8 Hasil Uji F …….	**61**
IV.9 Hasil Uji t ……...	**62**
IV.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi …….……..	**64**

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
II.1. Kerangka Pemikiran ……...	**28**
IV.1. Karakteristik RespondenBerdasarkan Umur ……	**44**
IV.2. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ……	**42**
IV.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal ……	**47**
IV.4. Jumlah Responden Berdasarkan Pengguna Jasa ……	**48**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era industri 4.0 telah mengubah wajah dunia usaha dari konvensional menuju ke digital yang lekat dengan peran teknologi dan informasi, termasuk jasa pengiriman yang sangat dibutuhkan oleh para konsumen. Kebutuhan pengiriman barang saat ini telah menjadi kebutuhan utama bagi setiap usaha. Semua konsumen membutuhkan pengiriman barang yang cepat dan aman untuk memastikan barang yang dikirimkan sampai pada waktu yang tepat (Suryani *et all*, 2019 : 28). Seiring dengan perkembangan yang terjadi disegala bidang, tingkat konsumen akan jasa sangat besar, diyakini bahwa sampai kapanpun sepanjang roda perdagangan berputar industri jasa pengiriman terutama yang menyangkut barang atau paket tetap dicari dan diperlukan, tidak dapat diambil alih oleh teknologi secanggih apapun.

Keputusan konsumen dalam memilih pengiriman jasa tidaklah mudah, mereka harus pintar-pintar memilih dalam menentukan mana pengiriman jasa yang tepat waktu dan bagus. Pengiriman barang yang tidak tepat waktu dapat menyebabkan terlambatnya penyampaian barang. Inilah yang menyebabkan konsumen kurang puas dalam pelayanan jasa pengiriman paket (Krisnawati, 2017 : 2-5).

Faktor Faktor yang mempengaruhi penggunaan jasa pengiriman adalah lokasi, harga, dan promos. Lokasi menjadi salah satu pertimbangan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang. Lokasi merupakan letak atau tempat pada

daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba. Konsumen seringkali memilih lokasi jasa pengiriman yang strategis dan mudah dijangkau. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis, aman serta nyaman bagi pelanggan, dekat dengan pusat perbelanjaan, dekat dengan pemukiman penduduk, adanya fasilitas yang mendukung seperti ruang tunggu, lahan parkir serta faktor lainnya (Nurlina *et all*, 2019 : 1-8).

Faktor kedua yang mempengaruhi penggunaan jasa pengiriman adalah harga. Harga merupakan indikator konsumen dalam memilih jasa yang akan mereka gunakan, karena harga yang ditawarkan haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Ketika pelanggan telah memilih untuk menggunakan suatu jasa maka konsumen akan mengevaluasi harga dengan membandingkan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi. Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat berubah dengan cepat. Dengan banyaknya perusahaan jasa pengiriman di Indonesia juga membuat harga yang ditawarkan oleh setiap perusahaan berbeda-beda dan membuat konsumen bebas untuk memilih harga dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Faktor ketiga yang mempengaruhi penggunaan jasa pengiriman adalah promosi. Perusahaan jasa pengiriman perlu melakukan promsi yang efektif, agar lebih dikenal oleh masyarakat luas. Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaaat dari sebuah produk atau jasa dan membujuk target konsumen agar berminat membeli produk tersebut. Selain itu promosi adalah suatu kegiatan penjualan dan

pemasaran dalam rangka menginformasikan dan mendorong permintaan terhadap produk atau jasa dan ide perusahaan dengan cara mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Kotler& Gary, 2012 : 105). Promosi di fokuskan kepada hal-hal apa yang menjadi kebutuhan konsumen, karena setiap konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda. Pahamilah apa yang menjadi kebutuhan mereka. Informasi produk yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen mengakibatkan konsumen akan meninggalkan produk tersebut.

Perusahaan jasa pengiriman barang atau disebut jasa kurir saat ini sedang berkompetisi secara ketat, antara lain Pos Indonesia, Tiki, Wahana, SiCepat, JNE *J&T Express*. Setiap perusahaan jasa tersebut tentu saja bersaing dalam memberikan layanan yang terbaik dalam rangka merangkul konsumen yang potensial. Kompetisi ketat ini memaksa perusahaan-perusahaan jasa kurir untuk memaksimalkan kinerja agar mampu bersaing. Caranya adalah dengan mengetahui keinginan dan aspirasi konsumen yang mana diharapkan bisa memberikan masukan berharga bagi perusahaan-perusahaan tersebut. Mutu pelayanan jasa yang diberikan perusahaan harus memenuhi kebutuhan konsumen, pada akhirnya konsumen akan memutuskan perusahaan jasa pengiriman mana yang akan digunakannya (Setiawan, 2018 : 166).

Hasil survey dari media center Majalah *Marketing dan Frontier Group* tentang 5 top brand award (TBA) tahun 2020 di 15 kota terhadap 12000 responden berdasrkan *Courier Service* dengan hasil sebagai berikut : JNE 27,3% , J&T 21,3% , Tiki 10,8% , Pos Indonesia 7,7%, DHL 4,1%.

J&T Express merupakan salah satu perusahaan di Indonesia yang bergerak di bidang jasa ekspedisi. Hadir sebagai perusahaan express baru di Indonesia, *J&T Express* siap melayani Indonesia untuk mendapatkan pelayanan kiriman paket yang cepat, nyaman dan terpercaya, meskipun merupakan pemain baru di bidang express, *J&T Express* optimis dapat menjadi perusahaan express yang menjadi pilihan pertama masyarakat Indonesia dengan mengandalkan inovasi teknologi pada sistem pengiriman, pelayanan yang mengutamakan tanggung jawab sebagai komitmen, serta harga yang terjangkau tentunya dengan kualitas premium. Memasuki tahun keenam, *J&T Express* memiliki lebih dari 2.000 drop point (kantor cabang) dan 55 gateway (pusat sortir), lebih dari 700 armada, lebih dari 15.000 sumber daya manusia yang tersebar di seluruh Indonesia, sehingga pengiriman menjadi lebih cepat, dan serta sudah resmi menjadi agen Garuda Cargo dan Citilink Cargo.

Layanan yang dipersembahkan *J&T Express* meliputi pengiriman dalam kota, antar kota, antar provinsi, hingga melayani pelanggan e-commerce. *J&T Express* juga berhasil bekerja sama dengan pemain e-commerce raksasa di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan menjadi solusi cepat atas permasalahan yang dihadapi e-commerce yaitu dari sisi pengiriman paket. Didukung dengan sistem IT yang canggih, *J&T Express* menjadi perusahaan ekspres pertama yang memberikan fasilitas lacak paket secara tepat waktu.

Cara *J&T Express* mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, dengan memberikan resi yang dapat di cek melalui website yang dimiiki *J&T Express*. Fungsi dari resi yaitu untuk dapat melacak paket yang konsumen kirim sudah dikirim

atau belum dan untuk mengetahui sampai mana keberadaan paket yang kami kirim. . *J&T Express* diresmikan oleh PT Global Jet Express pada tahun 2015, merupakan perusahaan yang masih tergolong baru dibandingkan dengan perusahaan pesaing seperti JNE, Tiki, dan PT. Pos Indonesia.

Di Palembang *J&T Express* memiliki 38 kantor cabang, salah satunya adalah *J&T Express* cabang Sekip, yang bergerak di bidang jasa pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. Keunggulannnya menggunakan strategi pemasaran dengan memanfaatkan media teknologi yang sedang berkembang saat ini dengan memakai IT melalui aplikasi berbasis android dan iOS atau hotline sehingga para konsumen yang terbilang sibuk tidak perlu mendatangi kantor *J&TExpress*.

Keunggulan lain dari *J&TExpress* adalah : 1. Dijamin penyerahan barang/kiriman ke alamat tujuan, 2. Tarif yang cukup ekonomis, 3. Informasi layanan, tarif dan jaringan tersedia di www.jet.co.id, 4. Jaringan pengiriman barang melalui *J&T Ekpress* menjangkau seluruh Indonesia (lebih dari 2000 drop point di 381 kota di Indonesia, 4. Jemput barang ditempat gratis untuk siapa saja tanpa syarat, 5. Layanan costumer yang diberikan 24 jam, 6. Proses ganti rugi barang yang tepat.

Berdasarkan hasil pengamatan mengenai lokasi, *J&T Express* Cabang Sekip sudah strategis, karena terletak di pusat kota dan mudah dikunjungi karena berada di jalan umum Pusat Kota. Akan tetapi lokasinya yang berada di perempatan lampu merah dengan lahan parkir yang sempit, menyebabkan kendaraan roda empat tidak bisa parkir di depan kantor, sedangkan kendaraan roda dua dapat parkir melewati jalan toko yang ada di sebelahnya.

Observasi awal kepada konsumen diperoleh informasi mengenai kelemahan harga yang ditawarkan oleh *J&T Express* saat ini, lebih tinggi 3 ribu rupiah dari jasa pengiriman yang lainnya, tetapi barang yang dikirim lebih cepat sampai karena pegawai tidak ada hari libur (sabtu-minggu tetap bekerja).

Identifikasi masalah yang ada di *J&T Express* Cabang Sekip, peneliti melakukan wawancara kepada 20 konsumen yang mengunjungi *J&T Express* Cabang Sekip, seperti Tabel berikut :

Tabel I.1. Tanggapan Pelanggan Terhadap Jasa Pengiriman *J&T Express*

No		Ya	Tidak
1	Apakah terdapat pengaruh lokasi, harga, dan promosi, terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip dibandingkan JNE dan TIKI ?	18	2
2.	Apakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman J*&T Express* Cabang Sekip dibandingkan JNE dan TIKI ?	12	8
3.	Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip dibandingkan JNE dan TIKI ?	13	7
4.	Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip dibandingkan JNE dan TIKI ?	14	6

Pendapat negatif yang disebutkan konsumen yaitu : paket yang akan dikirimkan tidak sesuai dengan waktu yang telah di janjikan, kurangnya respon karyawan saat konsumen bertanya, paket yang diterima terkadang dengan kemasan yang sudah rusak walaupun isinya tetap terjaga, lamanya tanggapan karyawan saat konsumen menghubungi kantor *J&E Express*, terkadang jika penerima paket tidak ada di tempat kurir tidak menginformasikan kepada penerima dan langsung menitipkan paket

kepada tetangga penerima, sebagian konsumen berpendapat harga yang di tetapkan tidak sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan, konsumen juga mengeluhkan ruang pelayanan yang tidak memiliki fasilitas berupa kursi tunggu, dan ruangan yang sempit sehingga pada saat konsumen akan mengirimkan paket harus dilayani sambil berdiri.

Berbagai keluhan yang disampaikan konsumen saat wawancara, pendapat yang sama mengenai kurangnya respon terhadap konsumen, paket yang sampai tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan kurangnya komunikasi kepada konsumen. Hal ini memberikan kesan negative bagi perusahaan *J&T Express* Cabang Sekip.

Kepuasan konsumen menjadi sebuah ukuran yang diberikan oleh setiap perusahaan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pada setiap pelanggannya. *J&T Express* Cabang Sekip telah berusaha memenuhi semua faktor atau unsur-unsur yang menjadi pertimbangan para pelanggan, namun perusahaan belum mengetahui bagaimana penilaian para pelanggan terhadap *J&T Express* cabang Sekip. Dengan fenomena tersebut penulis berusaha untuk mengetahui tentang tanggapan para pelanggan terhadap kualitas pelayanan *J&T Express* cabang Sekip. Dari tanggapan para pelanggan tersebut dapat diketahui kelebihan dan kekurangan *J&T Express* cabang Sekip, sehingga dapat dievaluasi apakah strategi pemasaran yang selama ini diterapkan *J&T Express* cabang Sekip sudah sesuai atau perlu dilakukan perubahan sehingga dicapai target yang diharapkan. Untuk mengetahui sejauh mana kemampuan *J&T Express* memberikan kepuasan melalui pelayannya, diperlukan riset pemasaran. Informasi dari hasil riset pemasaran tersebut bertujuan

mengetahui sikap dan perilaku para pelanggan terhadap apa yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam pengambilan keputusan menjadi pelanggan *J&T Express* Cabang Sekip.

Berdasarkan hal di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pengiriman *J&T Express* Cabang Sekip Palembang"**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah terdapat pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?
2. Adakah terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?
3. Adakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?
4. Adakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?

C.. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?
2. Mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?

3. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?
4. Mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan jasa pengiriman *J&T Express* cabang Sekip Palembang?

D.. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara teoritis sebagai bahan masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan terhadap *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) guna mendapatkan pengguna jasa yang loyal.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat secara praktis untuk memberikan masukan bagi pihak-pihak terkait sebagai program tindak lanjut untuk mengetahui apakah faktor-faktor yang disebutkan diatas berpengaruh terhadap keputusan dalam menggu nakan jasa perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, Azmy. 2016. Analisis Pengaruh CAR, NPF, FDR dan BOPO Terhadp Return On Assets Perbankan Syariah Di Indonesia. Jurnal GICI. Vol. 3 (1) : 63-79

Al Urwatul Wutsqaa. 2019. Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen PT JNE (Studi Kasus di Perumahan Taman Aster Cibitung). Skripsi Universitas Pelita Bangsa Bekasi. Tidak diterbitkan

Amilia,Suri dan M. Oloan Asmara Nst. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol 6(1) : 660-669

Astuti, Sri . 2015. Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta. Jurnal Utilitas Vol. 1 No. 1 : 91-102.

Cahmayati Dian dan Tanuji Hadi. Efektivitas Metode Regresi Robust Penduga Welsch dalam mengatasi Pencilan pada Pemodelan Regresi Linier Berganda. Universitas Sriwijaya, (2012).

Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal. 2017. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Diponegoro Jurnal Management. Volume 1, Nomor 2,hlm: 20-27

Inten Sueni. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan J&T Express Blangkejeren. Jurusan Manajemen Universitas Syiah Kuala.

Kotler, Philip. 2009. Menejemen Pemasaran. Pt. Prenhallindo. Jakarta. hlm. 107

Kotler dan Garry Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip. dan Keller. 2012. Prinsip-Prinsip pemasaran. Erlangga,Edisi 12, Jilid 1, Alih Bahasa:Bob Sabran. Jakarta: Erlangga, 2008)

Kotler, Philip dan Kevin K Lane. 2012. Manajemen Pemasaran.Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta :181- 337

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Krisnawati, Imelda. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi,dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di *J&T Express* Cabang Nganjuk. Jurnal Simki-Economic. Vol 1(1) : 2-5

Lingga Purnama. 2016. Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. hlm. 61.

Makruf, Sandysetia 2017. Pengaruh Brand Image (Citra Merek), Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan. Skripsi Universitas Lampung.

Misbahuddin dan Iqbal Hasan. 2014. Analisis Data Penelitian Dengan Statistik Edisi Kedua. Bumi Aksara. Jakarta, hlm.22

Nasution, Adinda Rizki. 2020. Pengaruh Harga dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen pada *J&T Express* di Kota Medan (Studi Pada Cabang Besar / Drop Point Krakatau Medan) . Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Tidak diterbitkan

Nurlina, Milasari, Dewi Rosa Indah. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. Jurnal Samudra Ekonomika. Vol 3 (1) : 1-8

Nursalim. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas dan Inovasi Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman JNE Express Cabang Nganjuk. Jurnal STIE Kertanegara Malang.

Rama Joko. 2017. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Apotek Takav”i. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 6 No 8. (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya: 2017

Runik Puji Rahayu dan Nurul Alfian .2018. Pengaruh Faktor Harga, Tempat dan Waktu Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa PT. JNE Pamekasan. Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 3 (2) : 147-158

Sangadji, Etta Mamang. dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian. CV. Andi Offset. Yogyakarta hlm:120-121

Setiawan, Elfa. 2018. Pengaruh Citra Merek ,Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kurir JNE Agen Jasafa Jatiasih Bekasi Jawa Barat. Jurnal Transfortasi. Vol 1 (2) : 166-178

Slamet,Frangky; Hetty Karunia Tunjungsari, dan Mei Ie. 2014. Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik. PT. Indeks. Jakarta . Hlm: 128-129

Suryani, Adenia ; Sri Gustini, dan Ika Rakhmalina. 2019. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Konsumen di Sekayu Kabupaten Musi Banyuasin Dalam Memilih Jasa Ekspedisi J&T Express. Jurnal Adminika Volume 5 (2) : 28-42

Tjiptono, 2016. Strategi Pemasaran. Andi, Cetakan Kelima. Yogyakarta . hlm. 197