PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA TERHADAP KEPUTUSAN PEMAKAIAN JASA

Studi Kasus Pada PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember

Oleh :

M. Afton Ardiansyah

NIM. 13.10.411.074

ABSTRAK

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan Citra terhadap Keputusan Pemakaian Jasa taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, harga dan Citra terhadap Keputusan Pemakaian Jasa secara parsial. Penelitian dilakukan pada Konsumen PT. Putra Perdana Indoniaga Jember. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Putra Perdana Indoniaga Jember sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas) dan uji hipotesis (uji t, dan koefisien determinasi). Data diolah menggunakan IBM SPSS 20. Hasil menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan, harga dan Citra berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa pada konsumen taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Jember.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Harga, Citra dan Keputusan Pemakaian Jasa.*

ABSTRACT

The formulation of the problem in this research is how the influence of Service Quality, Price and Image on Decision of Taxi Service Usage PT. Putra Perdana Indoniaga Jember. The purpose of this research is to know and analyze the influence of Service Quality, Price and Image to Partial Service Decision. Research conducted on Consumer PT. Putra Perdana Indoniaga Jember. Population in this research is all consumer of PT. Putra Perdana Indoniaga Jember as many as 100 respondents. Sampling technique using purposive sampling. The analytical tools used include test instrument (test of validity and reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicolinearity test, heteroscedasticity test and normality test) and hypothesis test (t test, and coefficient of determination). Data processed using IBM SPSS 20. The results show that the variable Quality Service, price and image significantly influence the Decision of Service Usage on taxi consumers PT. Putra Perdana Indoniaga Jember.

Keywords*: Service Quality, Price, Image and Service Usage Decision.*

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman dan bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, maka terbukalah banyak peluang untuk membuka berbagai jenis usaha. Tak hanya peluang pada kebutuhan barang saja yang dibutuhkan namun peluang usaha dalam bidang jasa pun juga banyak dibutuhkan, seperti misalnya jasa transportasi. Jasa transportasi memiliki peranan penting bagi keberlangsungan kegiatan manusia, sebab melalui jasa ini seseorang akan mudah untuk menjangkau daerah satu ke daerah lain guna memenuhi kebutuhannya. Banyak sekali jasa-jasa transportasi yang disediakan seperti jasa transportasi darat, laut, maupun udara (Irawati, 2011)

Saat ini banyak pihak yang berusaha untuk mewujudkan sarana transportasi yang handal dan efisien sehingga mampu mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, serta pemerataan pembangunan hingga ke daerah-daerah lain. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi juga berusaha untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas jasa transportasi dengan berbagai cara antara lain dengan menambah sarana transportasi, memperbaiki sarana transportasi yang rusak, memberi pelayanan yang memuaskan kepada penumpang atau menambah jalur trayek (Irawati, 2011).

Fenomena yang terjadi semakin banyaknya jenis transportasi yang muncul di tengah-tengah masyarakat menimbulkan persaingan diantara jenis-jenis transportasi yang ada untuk menarik konsumen baru ataupun untuk mempertahankan konsumen yang lama. Untuk itu perlu pengelolaan pelayanan yang baik dalam pelayanan. Baik itu dalam hal memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan ketentuan pemerintah, fasilitas yang memadai dan pelayanan yang memuaskan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami karakteristik dan perilaku konsumen pada pasar sasarannya. Sebab keberlangsungan hidup suatu perusahaan sangat tergantung pada perilaku konsumennya Mar'ati (2016).

Persepsi harga diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis di bidang transportasi umum dalam memilih dan menentukan apakah bentuk kegiatan ini cukup efektif dalam mempengaruhi kepuasan konsumen, dan dapat menyusun strategi agar perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat, sehingga perusahaan dapat bertahan dan terus maju dalam persaingan dunia usaha yang semakin ketat Dwihapsari (2012).

Pada era ini banyak perusahaan transportasi yang menawarkan pelayanan terbaik mereka untuk merebut hati para konsumennya agar menggunakan jasa dari perusahaan tersebut. Setiap perusahaan akan memberikan pelayanan yang terbaik dengan fasilitas yang memadai bagi konsumen agar mereka merasa puas terhadap jasa yang mereka rasakan dan diharapkan mereka akan menjadi pelanggan setia perusahaan transportasi tersebut. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pemakaian jasa (Tjiptono 2008:108). Jadi, sebuah perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan sebaik mungkin agar hubungan erat dalam hal keputusan pemakaian jasa dapat terjaga dengan baik.

Dalam jangka panjang hubungan tersebut kemungkinan perusahaan untuk memahami apa yang dibutuhkan dan diharapkan dari para pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat terus memberikan dan meningkatkan kualitas pelayanan sesuai kebutuhan dan harapan dari pelanggan agar dapat tercapainya kepuasan pelanggan. Kualitas dibentuk oleh perbandingan antara ideal dan persepsi dari kinerja dimensi kualitas (Lupiyoadi, 2013:114).

Dimensi kualitas jasa sebagai bagian dari strategi perusahaan dalam memperoleh keuntungan seperti pada perusahaan, Ferdinand (2006:131) bahwa awalnya mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa tetapi pada saat itu mereka menyempurnakan dan merangkum sepuluh dimensi kualitas jasa tersebut. Kompetensi, kesopanan, kredibilitas, dan keamanan disatukan menjadi jaminan (*assurance*). Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami pelanggan dikategorikan sebagai empati (*empathy*). Dengan demikian, terdapat lima dimensi uatama kualitas jasa yaitu bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati

(*empathy*). Dalam rangka menghasilkan pelayanan berkualitas kepada para pelanggannya, maka perusahaan diharapkan menerapkan kelima dimensi tersebut.

Brand image atau Citra merek adalah seperangkat keyakinan penumpang mengenai merek tertentu (Kotler, 2009:102). Identitas tambahan dari suatu layanan jasa yang tak hanya membedakannya dari pelayanan pesaing, namun merupakan janji perusahaan atau kontak kepercayaan dari perusahaan kepada penumpang dengan menjamin konsistensi bahwa sebuah pelayanan jasa akan selalu dapat menyampaikan nilai yang diharapkan penumpang dari sebuah pelayanan. *Brand image* salah satu yang menjadi tolak ukur pengguna jasa taksi dalam memilh suatu pelayanan jasa adalah pelayanan terbaik yang disediakan.

Semakin berkembangnya kebutuhan masyarakat Jember akan sarana transportasi pada masa sekarang ini menjadi pendorong bagi para pengusaha untuk ikut ambil bagian pada bisnis disektor ini. Hal ini tentu saja mengakibatkan persaingan diantara perusahaan jasa transportasi untuk dapat menarik penumpang agar mau menggunakan jasa perusahaannya. Semua perusahaan tentu ingin tetap eksis dan menjadi yang lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan persaingannya. Langkah penting untuk dapat menempatkan sebuah perusahaan jasa agar dapat lebih unggul dari pesaingnya adalah dengan memberikan kualitas jasa yang baik kepada penumpang sehinggan dapat menciptakan citra terhadap penumpang.

Perkembangan jasa taksi di Kabupaten Jember terbilang cukup meningkat dengan bertambahnya peluncuran armada-armada taksi di berbagai tempat strategis seperti terminal, bandara, stasiun, rumah sakit ataupun di tempat pusat perbelanjaan memudahkan bagi pengguna taksi untuk mendapatkan pelayanan antar jemput dalam Kota Jember. Taksi di zaman modern saat ini berkembang pada teknis dan programnya yang semakin canggih, dengan mengandalkan website untuk pemasaran dan aplikasi android untuk pemesanan online. Sistem pemasaran berpengaruh besar dalam meningkatkan citra perusahaan sehingga akan dikenal oleh banyak masyarakat, dalam pelayanan perusahaan mengutamakan dalam keramahan karyawan atau sopir taksi dan kebersihan armada taksi tersebut.

PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember merupakan salah satu perusahaan transportasi yang melayani berbagai jurusan perjalanan daerah Jember dengan mengutamakan kenyamanan dan keselamatan penumapang serta berusaha memberikan pelayanan yang sebaik mungkin perusahaan ini mampu bersaing dengan perusahaan transportasi yang sejenis. Sama halnya dengan perusahaan jasa transportasi yang lain, PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember tentu saja mengharapkan hasil yang maksimal kepada penumpang, yaitu jumlah pemakaian jasa oleh penumpang yang tinggi atau terus meningkat tetapi seringkali apa yang menjadi harapan dan keinginan pihak produsen tidak sesuai dengan kenyataan yang ada. Perusahan tentu saja menginginkan tingkat penggunaan jasa oleh penumpang yang tinggi dan terus meningkat yang ditandai dengan frekuensi pemakaian jasa yang tinggi, tetapi seringkali dimana jumlah pengguna jasa yang dilakukan konsumen cenderung menurun, ditandai dengan frekuensi pemakaian yang rendah. Hal ini dapat terlihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1

Frekuensi Penumpang Armada PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember

Tahun 2012 - 2016

Bulan	Tahun				
	2012	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Januari	1980	1423	1447	1659	1487
Februari	1985	1580	1687	1632	1446
Maret	1875	1490	1387	1756	1557
April	1970	1535	1596	1526	1680
Mei	1975	1475	1746	1801	1485
Juni	1575	1753	1890	1702	1679
Juli	1975	1871	1697	1723	1732
Agustus	1980	1731	1507	1889	1672
September	1688	1323	1789	1912	1790
Oktober	1712	1680	1735	1785	1810
November	1845	1816	1895	1898	1823
Desember	1895	1875	1886	1959	1901
TOTAL	**22.455**	**19.552**	**20262**	**21.242**	**20.062**

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pengguna jasa taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 22455 dan mengalami penurunan yang derastis di tahun 2013 sebesar 19552.

Seperti yang telah diuraikan di atas, hal tersebut dapat disebabkan oleh faktor kualitas pelayanan jasa yang diberikan perusahaan. Adapun dimensi kualitas pelayanan jasa yang menjadi sorotan penulis adalah dimensi kehandalan (*reability*), bukti langsung (*tangibles*), dan daya tanggap (*responsiveness*). Oleh karena itu, perusahaan taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember sebagai penyedia layanan transportasi harus bertindak *adaptif* sebagai konsekuensi atas perubahan lingkungan internal maupun eksternal yang terjadi dalam orientasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada penumpang karena masalah

pelayanan sebenarnya bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember?
3. Apakah citra berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra terhadap keputusan pemakaian jasa taksi Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Menurut penelitian ini dapat dipergunakan oleh berbagai pihak diantaranya :

1. Bagi Perusahaan

   Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dalam bidang pemasaran terutama dalam aspek pelayanan kepada penumpang.

2. Bagi Penulis

   Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang keputusan pemakaian jasa.

3. Bagi Peneliti Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian di bidang pemasaran terutama berkenan dengan keputusan pemakaian jasa.

BAB 3
METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian ekploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya. Menurut (Sugiyono, 2014:56) dengan kata lain penelitian kausalitas mempertanyakan masalah sebab akibat.

Sebagaimana dijelaskan dalam pendahuluan, secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pemakaian jasa. Berdasarkan tujuan penelitian tersebut, maka penelitian ini termasuk jenis penelitian kausalitas yang menjelaskan hubungan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pemakaian jasa. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan alat Analisis Regresi Linier Berganda.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu sebagai berikut :

1. Data Primer

   Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diproleh sendiri dari peneliti yang menggunakan kuesioner dalam pengumpulan datanya (Sugiyono, 2014:30). Data primer dalam

penelitian ini, diperoleh dengan cara melakukan menyebarkan kuesioner kepada responden (penumpang taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember).

2. Data Sekunder

   Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Sugiyono, 2014:30). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:115). Obyek atau nilai yang akan diteliti dalam populasi ini adalah unit analisis elemen populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember.

3.3.2 Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini konsumen jasa taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember yang tidak diketahui dengan pasti dikarenakan konsumen transportasi tersebar di wilayah Kabupaten Jember. Berikut ini penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari *Isaac* dan *Michael*, untuk tingkat kesalahan 1 %, 5%, 10 %. Rumus untuk menghitung ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya adalah sebagai berikut :

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel (5%) kesalahan pengambilan sampel 10%

$$n = \frac{103.573}{1+103.573\ (0,01)} = \frac{103.573}{1036,57} = 99,9$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99,9 dan dibulatkan menjadi 100 orang

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dimana penelitian ini tidak dilakukan pada seluruh populasi, tapi terfokus pada target. *purposive sampling* artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek penelitian dilakukan pada konsumen taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember.

Syarat-syarat yang harus dipenuhi responden didalam penelitian ini yang menggunakan metode *purposive sampling* adalah :

1. Usia responden dalam penelitian ini adalah ≥ 17 tahun, dimana pada usia ini diasumsikan responden telah mampu dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuisioner penelitian dengan baik.
2. Konsumen konsumen taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember telah melakukan pemakaian jasa taksi PT. Putra Perdana Indoniaga Cabang Jember minimal 2x.
3. Tidak membedakan laki-laki dan perempuan

3.4 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antar satu orang dengan yang lain atau obyek dengan obyek yang lain (Sugiyono, 2014:59). Penelitian ini menguji dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

a. Variabel independen dalam penelitian ini adalah
   1) Kualitas pelayanan (X_1)
   2) Harga (X_2)

3) Citra Merek (X_3)

b. Variabel dependen adalah

1) Keputusan pemakaian (Y).

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini definisi operasional variabel diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi:

3.5.1 Variabel Terikat *(dependent variable)*

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pemakaian (Y). Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyaknya faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan. Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal dengan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen. Menurut Kotler (2009:89), Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk atau jasa yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu. Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah daya tanggap pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pemakaian. Indikator:

a. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
b. Kemantapan kepada sebuah pelayanan
c. Memutuskan untuk memakai jasa taksi
d. Hasrat untuk memakai kembali jasa taksi PT. Putra Perdana Indoniaga di Jember

3.5.2 Variabel Tidak Terikat *(independent variable)*

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X_1), dan Harga (X_2), Citra Merek (X_3). Definisi operasional masing-masing variabel tersebut sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

   Definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Indikator:

   a. Kebersihan armada yang terjaga.
   b. Kesediaan sopir taksi dalam membantu penumpang.
   c. Kehandalan sopir taksi dalam mengendarai dengan aman dan nyaman.
   d. Adanya jaminan asuransi kecelakaan bagi penumpang.

2. Harga (X_2)

   Harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu. Indikator:

   a. Kesesuaian harga kualitas pelayanan yang diberikan.
   b. Kesesuian tingkat harga yang terjangkau oleh daya beli masyarakat.
   c. Perbandingan harga yang mampu bersaing dengan pesaing.
   d. Harga sesuai dengan manfaat dan nilai yang diproleh pelanggan.

3. Citra Merek (X_3)

   Citra merek adalah gebyar dari seluruh asosiasi yang terkait pada suatu merek yang sudah ada dibenak konsumen. Indikator Citra Merek terdiri dari:

   1. Mudah diingat
   2. Terpercaya
   3. Terkesan Profesional
   4. Kualitas atau mutu

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:132-

133). Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel menggunakan skala *Likert* (skala 1 sampai dengan 5) dimulai dari Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan Sangat Setuju (SS). Skala pengukuran ini berarti bahwa jika nilainya semakin mendekati 1 maka berarti semakin tidak setuju. Skala pengukuran untuk jawaban:

1. Sangat Setuju (SS), diberi skor 5
2. Setuju (S), diberi skor 4
3. Ragu-ragu atau Netral (N), diberi skor 3
4. Tidak Setuju (TS), diberi skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah suatu bentuk analisis yang menggunakan angka-angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif dimaksudkan untuk mmperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya, dengan menggunakan alat analisis statistik pengolahan data dengan analisis kuantitatif melalui beberapa tahap.

3.7.2 Uji Instrumen Data

3.7.2.1 Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa kuat suatu alat tes melakukan fungsi ukurannya. Model pengujian menggunakan pendekatan *Pearson Correlation* untuk menguji validitas pernyataan kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner.

Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Uji validitas data menguji seberapa baik satu atau perangkat instrumen pengukuran yang diukur dengan tepat. Validitas ditentukan dengan mengkorelasikan skor masing masing item. Kriteria yang diterapkan untuk mengukur valid tidaknya suatu data adalah jika r-hitung (koefisien korelasi) lebih besar dari r-tabel (nilai kritis) maka

dapat dikatakan valid. Selain itu jika nilai sig < 0,05 maka instrument dapat dikatakan valid (Ghozali, 2011:113).

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Apabila validitas telah diperoleh, maka peneliti harus mempertimbangkan pula pengukuran reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel-variabel.

Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini berarti reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan beberapa kali. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menghitung *cronbach alpha* masing-masing item dengan bantuan IBM SPSS versi 20,0. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika mempunyai nilai alpha positif dan lebih besar dari 0,600. Dimana semakin besar nilai alpha, maka alat pengukur yang digunakan semakin handal (Ghozali, 2011:121).

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah pengembangan analisisis regresi sederhana terhadap aplikasi yang terdiri dari dua atau lebih variabel independen untuk menduga nilai dari variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang signifikan variabel-variabel bebas tersebut digunakan analisis regresi linear berganda formulasi (Sugiyono, 2014). Analisis regresi linear berganda dapat digunakan untuk mengetahui bagimana pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), dan citra merek (X_3) terhadap keputusan pemakaian (Y) jasa taksi.

Dalam penelitian ini, digunakan rumus penelitian regresi linear berganda, sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e}$$

Keterangan:

Y = Keputusan pemakaian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1)

b_2 = Koefiseien regresi variabel harga (X_2)

b_3 = Koefisien regresi variabel citra merek (X_3)

X_1 = Kualitas pelayanan

X_2 = Harga

X_3 = Citra Merek

e = Standart Eror

3.9 Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh adalah linear dan dapat dipergunakan (valid) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian normalitas,multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2015:60), bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam peneltian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi normal. Untuk menganalisis analisis normalitas dilakukan dengan *Plot Grafik* untuk melihat menceng ke kanan atau ke kiri dan mendeteksi normalitas denganmelihat penyebaran titik pada sumbu diagonal dan grafik, jika ada penyebaran disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, (hal ini dengan bantuan program statistic computer IBM SPSS (*Statistic Packet For Social Science)* versi 20.00.

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas/independen (Ghozali, 2013:114). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variableini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang yangnilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Deteksi untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dalam model regresi penelitian ini dapat dilakukan

dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), dan nilai *tolerance*. Gejala multikolinearitas tidak terjadi apabila nilai VIF berada dikisaran 1 serta tidak lebih dari 10.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heterokedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Sactter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka dikatakan homoskedastisitas. Apabila varian tidak sama, disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013:116). Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Pengujian Hipotesis Penelitian

3.10.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk menguji signifikan masing-masing variable bebas secara parsial atau mengetahui varibel bebas mana yang lebih berpengaruh diantara kedua variable bebas terhadap variable terikat.

Kaidah pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan SPSS dengan tingkat signifikasi yang ditetapkan adalah 5%, yaitu sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak, atau variable bebas tidak dapat menjelaskan variable terikat atau tidak ada pengaruh antara variable yang diuji.

2. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima, atau variable bebas dapat menjelaskan variable terikat atau ada pengaruh antara variable yang diuji.

3.10.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas (kualitas pelayanan, dan harga) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (keputusan pembelian) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang di butuhkan untuk memeprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka (R^2) pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi model regresi yang baik. Tidak seperti R^2, nilai *Adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Gujarati, 2007:135).

4.3 Pembahasan

Penelitian ini berusaha untuk menguji adanya Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Berdasarkan hasil perhitungan, diketahui bahwa hipotesis penelitian yang diajukan diterima. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori-teori maupun hasil penelitian sebelumnya.

Sesuai dengan hasil uji hipotesis bahwa Kualitas Pelayannan mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa secara signifikan. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,046 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa yang

dilakukan oleh perusahaan taksi Putra Perdana. Hasil ini menunjukkan bahwa bahwa pengaruh kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pemakaian jasa. Hal ini dikarenakan setiap manusia memiliki kebutuhan yang sangat tinggi untuk berpindah tempat yang satu ke tempat yang lain. Dengan menjaga kebersihan armada taksi menjadikan penumpang lebih nyaman dalam memakai jasa taksi Putra Perdana, sehingga calon konsumen tidak memandang sebelah mata perusahaan taksi tersebut akan tetapi konsumen akan memandang perusahaan tersebut dengan citra yang baik. Dengan begitu akan muncul hasrat untuk memakai jasa taksi Putra Perdana sebagai kebutuhan untuk berpindah dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Begitu juga dengan kesediaan sopir taksi dalam membantu penumpang menjadi jurus andalan pihak perusahaan dalam pelayanan agar penumpang lebih merasa puas dalam sebuah pelayanan yang baik, kehandalan sopir taksi dalam mengendarai dengan aman dan nyaman menjadi menjadi kewajiban dan nilai plus dalam suatu pelayanan yang baik serta adanya jaminan asuransi kecelakaan bagi penumpang yang akan menumbuhkan perasaan aman bagi penumpang ketika memakai jasa taksi Putra Perdana, dengan kesesuaian tarif harga yang terjangkau yang ditentukan perusahaan. Pelayanan yang ada di perusahaan Taksi Putra Perdana adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen, yang pada dasarnya pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan taksi Putra Perdana adalah bukti fisik, daya tanggap, kehandalan, dan jaminan untuk menumbuhkan pemutusan pemakaian pada perusahaa taksi Putra Perdana. Penelitian ini sesuai dengan teori menurut (Tjiptono, 2011:98) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya Nurhaeni (2014) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa.

Dalam penelitian ini selain Kualitas Pelayanan, ada juga factor yang juga mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa. Setelah dilakukan hasil penelitian uji

hipotesis Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,041 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Artinya bahwa ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pemakaian Jasa yang dilakukan oleh pihak perusahaan taksi Putra Perdana. Harga merupakan suatu nilai yang dibuat untuk menjadi patokan nilai suatu barang atau jasa, hal ini dikarenakan setiap konsumen memiliki rasa perbandingan harga yang satu dengan yang lainnya dari berbagai sudut pandang. Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Swastha (2007:124) yang menyatakan bahwa harga ialah sesuatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi antara pelayanan ditambah produk atau jasa dengan membayar jumlah uang yang sudah menjadi patokan. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya Antyadika (2012) dan Apriyani (2013) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa.

Dalam penelitian ini selain Kualitas Pelayanan, dan Harga ada juga faktor yang juga mempengaruhi Keputusan Pemakaian Jasa. Setelah dilakukan hasil penelitian uji hipotesis Citra Merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,040 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Artinya bahwa ada pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Menurut Buchari (2003:92) citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu objek, orang atau lembaga. Adapun yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun citra yang baik terhadap konsumen yaitu, dimulai dengan memberikan pelayanan semaksimal mungkin sehingga dengan begitu konsumen akan mudah untuk mengingat akan citra perusahaan tersebut baik, selain itu konsumen juga akan menaruh rasa kepercayaan dan akan memberi kesan profesional terhadap perusahaan taksi Putra Perdana. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya Apriyani (2013) yang menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pemakaian Jasa.

4.4 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yaitu :

a. Penelitian ini menggunakan pengguna jasa taksi Putra Perdana cabang Jember.

b. Responden dalam penelitian ini hanya 100 responden.

BAB 5
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ;

1. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat hubungan positif dan signifikan Kualitas Pelayanan, terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Hal ini berarti semakin tinggi Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada penumpang taksi Putra Perdana.
2. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat hubungan positif dan signifikan Harga terhadap Keputusan Pemakaian Jasa. Hal ini berarti semakin baik Harga maka akan meningkatkan Keputusan Pemakaian Jasa taksi Putra Perdana.
3. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat hubungan positif dan signifikan Citra Merek hal ini berarti semakin tinggi meningkatkan Keputusan Pemakaian Jasa pada taksi Putra Perdana.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapet disarankan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

a. Untuk Kualitas Pelayanan, berdasarkan hasil penelitian pada PT. Putra Perdana IndoniagaCabang Jember sudah cukup baik, akan tetapi ada indikator yang dikategorikan cukup. Sebaiknya lebih memberikan perhatian pada seluruh karyawan dan sopir taksi akan pentingnya sikap toleran kepada penumpang, yaitu mamapu menerima teguran apabila melakukan kesalahan dan melakukan pekerjaan dengan baik agar perusahaan memiliki hasrat untuk memutuskan memakai jasa taksi Putra Perdana Jember.

b. Untuk Harga, berdasarkan hasil penelitian pada PT. Putra Perdana IndoniagaCabang Jember sudah cukup baik, akan tetapi ada indikator yang dikategorikan cukup. Maka sebaiknya mungkin bisa lebih memberikan harga yang terjangkau sehingga penumpang tidak memiliki rasa berat hati untuk memutuskan memakai jasa taksi Putra Perdana Jember.

c. Untuk Citra Merek, berdasarkan hasil penelitian pada PT. Putra Perdana IndoniagaCabang Jember sudah cukup baik, akan tetapi ada indikator yang dikategorikan cukup. Maka sebaiknya mungkin bisa lebih memperhatikan seluruh karyawan atau sopir taksi untuk menyikapi penumpang lebih baik lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang berbeda, jumlah sampel yang lebih banya, tempat yang berbeda, desain yang lebih tepat dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Antyadika, 2012. "*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wonk Art Bakery & Cafe Semarang)".* Skripsi : Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Apriyani, 2013. *"Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut di Kota Padang".* Jurnal : Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Vol.2, No.01 (2013)

Buchari, 2003. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, jilid 1 dan 2*. Penerbit : Alfabeta, Jakarta

Dwihapsari, Caecaria Bunga, 2012. *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Menggunakan Jasa pada Oryza Tour".* Skripsi : Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Ferdinand, Augusty, 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. BP UNDIP, Semarang.

Gujarati, Damondar. 2007. *Ekonomitrika Dasar.* Terjemahan Sumarno Zain dari Basic Econometric. Erlangga, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20.* UNDIP: Semarang.

Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 20 Update PLS Regresi.* Universitas Diponegoro, Semarang.

Irawati, Feni, 2011. *"Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Penumpang pada BPU Rosalia Indah".* Tugas Akhir : Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Kotler, Philip and Amstrong, Garry, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2.* PT. Indeks. Kelompok Gramedia, Jakarta.

Kotler, 2009. *Manajemen Pemasaran,* Jilid 1 Edisi 13. Erlangga, Jakarta.

Lupiyoadi R. dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Edisi Kedua**.** PT. Salemba Empat, Jakarta.

_____ , 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori).* PT. Salemba Empat, Jakarta.

Mar'ati, Nafisa Chairul, dan Tri Sudarwanto, 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online.* Laporan penelitian tidak dipublikasikan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.

Nuraeni, Nelly, 2014. *"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Pada Bengkel Honda Jakate Motor Tanggerang".* Laporan Tidak Dipublikasikan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.

Nurdiansyah, dan Bagus Hendra Dwi, 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT. BPR Anugerahdharma Yuwana Jember Area Kecamatan Kaliwaters dan Sumbersari*. Laporan Tidak Dipublikasikan Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.

Sudirman, Ananda, 2008. *Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan CV. Luna Tour & Organizer terhadap kepuasan konsumen di kota Jember*. Laporan Tidak Dipublikasikan Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Jember, Jember.

Swastha, Basu, Hani Handoko. 2006, *Manajemen Pemasaran Modern.* Penerbit Liberty, Yogyakarta.

_____ , 2007. *Manajemen Pemasaran.* Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Sugiyono, 2014. *Metode Peneltian Bisnis.*Cetakan ke-18. CV Alfabeta, Bandung.

_____ , 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL*. Alfabeta, Bandung.

Syukria, 2012. *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Transportasi Taksi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Putra Transport Nusantara Bandung".* Skripsi : Fakultas Bisnis dan Manajemen. Universitas Widyatama.

Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa.* Andi, Yogyakarta.

_____ , 2007. *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. Andi: Yogyakarta.

_____ , 2008 *Strategi Pemasaran.* Edisi Kedua. Andi, Yogyakarta.