

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN JNT GUDANG INTAN (TEMBUNG)

Yogi Maulana, Ayu Wirda Ningsih

Politeknik Unggul LP3M

ABSTRACT

This research is entitled "Analysis of Service Quality and Location on Decisions to Use JNT Gudang Intan (Tebung) Delivery Services". The aim of this research is to determine the quality of service regarding the decision to use delivery services felt by consumers after receiving JNT delivery services. The population in this research is all JNT Company consumers. The informants in this research are some customers who represent all JNT Company consumers. This research is a case study with qualitative methods. The data used in this research is primary data collected through questionnaires. The quality of service regarding the decision to use JNT is in the very good category at 18.6 respondents or 74.4%. The location of JNT Tembung is very strategic. It can be seen that the respondents' responses regarding the location are in the very good category, namely 18 respondents or 72%.

Keywords : Service Quality, Location, and Usage Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul "Analisis Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman JNT Gudang Intan (Tebung)". Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman yang dirasakan oleh konsumen setelah menerima pelayanan jasa pengiriman JNT. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Perusahaan JNT. Informan dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan yang mewakili seluruh konsumen Perusahaan JNT. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan JNT berada pada kategori sangat baik sebesar 18,6 responden atau 74,4%. Lokasi JNT Tembung sangat strategis dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang Lokasi berada pada kategori sangat baik yaitu 18 responden atau 72%.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Keputusan Penggunaan

I. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, industri logistik menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat. Permintaan akan jasa pengiriman semakin tinggi seiring dengan meningkatnya transaksi e-commerce dan perdagangan internasional. Salah satu perusahaan jasa pengiriman yang terkemuka di Indonesia adalah JNT Express. JNT Express dikenal dengan layanan cepat dan efisien dalam mengirim paket ke berbagai lokasi.

Namun, meskipun memiliki reputasi yang baik, tidak dapat dipungkiri bahwa faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan lokasi juga mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNT. Lokasi strategis dari cabang-cabang JNT di seluruh wilayah Indonesia dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan tersebut dalam hal aksesibilitas dan waktu pengiriman barang kepada konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman. Konsumen cenderung lebih puas dan loyal terhadap perusahaan yang memberikan layanan berkualitas tinggi. Mempertahankan kualitas

pelayanan yang baik juga dapat membantu perusahaan untuk membangun citra positif di mata konsumen.

Melalui analisis kualitas pelayanan, kita dapat mengidentifikasi elemen-elemen penting yang memengaruhi persepsi pelanggan terkait dengan layanan yang diberikan oleh JNT atau perusahaan kurir lainnya. Dalam penelitian ini, dimensi-dimensi seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik dapat digunakan sebagai kerangka acuan untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan berkontribusi pada keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Faktor lain yang juga mempengaruhi keputusan penggunaan jasa pengiriman adalah lokasi. Menentukan lokasi merupakan tugas yang penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Lokasi merupakan letak atau tempat pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Konsumen seringkali memilih lokasi jasa pengiriman yang strategis dan mudah dijangkau. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis yang mudah dilihat dari jalan raya, aman serta nyaman bagi pelanggan. Serta memiliki fasilitas seperti ruang tunggu yang dapat digunakan konsumen selama menunggu ataupun mengantri. J&T Express adalah sebuah perusahaan multinasional yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 20 Agustus 2015. Perusahaan ini bergerak di bidang ekspedisi.

Pada tahun 2018, J&T telah membangun gudang sortir otomatis di Semarang dan Surabaya. Pada 20 Agustus 2021 J&T Cargo resmi diluncurkan sebagai layanan pengiriman kargo dari J&T. CEO J&T Express, Robin Lo mengharapkan pengiriman kargo akan menjadi andalan baru bagi pengguna pengiriman kargo Indonesia. J&T Express Medan beralamat di Jl. Komp. Gudang Intan, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371, Indonesia. Keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, lokasi, harga dan lain sebagainya.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2020:180) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Parasuraman (2014) dalam (Purwanti & Wahdniwati, 2016:65) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan Kualitas pelayanan yang diharapkan pelanggan. Menurut Schiffman & Wisenblit (2015:139) menyatakan bahwa lebih sulit bagi konsumen untuk mengevaluasi Kualitas pelayanan daripada kualitas produk. Ini benar karena karakteristik khusus layanan tertentu: mereka tidak berwujud, mereka berupa variabel, mereka mudah rusak karena harus mempertahankan reputasi, dan mereka secara bersamaan diproduksi dan dikonsumsi. Menurut Kotler (2012) dalam (Sangadji & Sopiah, 2013:99) menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau jasa merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Barata (2003:36) menyatakan bahwa berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukuran nya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka lah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Indikator kualitas pelayanan menurut Kotler (2012) dalam Purwanti & Wahdniwati (2016:65) adalah sebagai berikut:

1. *Reliability*, kemampuan untuk melakukan layanan yang dapat diandalkan dan akurat.
2. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
3. *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga peserta percaya dan yakin.

4. *Empathy*, perhatian individual terhadap pelanggan.
5. *Tangibles*, penampilan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.

2. *Pengertian Lokasi*

Pemilihan lokasi usaha adalah hal utama yang perlu dipertimbangkan. Lokasi adalah tempat dimana sesuatu berada atau didirikan. Lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Salah satu kunci sukses adalah lokasi. Lokasi memegang peranan penting dalam melakukan usaha. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, aman dan tersedianya tempat parkir yang luas menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha tersebut di masa yang akan datang. Menurut Heizer & Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi sering kali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang letaknya strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi dari suatu perusahaan. Pemilihan lokasi yang tepat sangatlah diperlukan pada saat ingin mendirikan sebuah perusahaan baru atau saat ingin melakukan ekspansi usaha yang sudah terbentuk atau saat ingin memindahkan lokasi usaha. Lokasi yang strategis memiliki keterkaitan dengan besar kecilnya biaya operasional, harga atau kemampuan bersaing suatu usaha. Menurut Heizer & Render (2015), lokasi yang spesifik seringkali mempengaruhi pendapatan daripada terhadap biaya. Strategi lokasi bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan.

Dalam hal ini lokasi menjadi sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksanakan. Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat di pertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi meliputi faktor-faktor sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang di lalui atau mudah di jangkau.
2. *Visibilitas*, misalnya lokasi dapat di lihat dengan jelas atau mudah.
3. Lalu lintas, dimana ada dua hal yang perlu di pertimbangkan, yaitu:
 - a. Banyaknya orang yang lalu-lalang memberikan peluang besar terhadap terjadinya impulse buying yaitu keputusan pembelian yang sering terjadi tanpa melalui usaha-usaha khusus atau perencanaan.
 - b. kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan
 - c. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman.
 - d. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha di kemudian hari.
 - e. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang di tawarkan.
 - f. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi bisnis perlu di pertimbangkan dengan usaha yang sama, banyak pula terdapat bisnis lain atau tidak.
 - g. Peraturan pemerintah, yang berisi ketentuan untuk mengatur lokasi dari sebuah usaha-usaha tertentu.

Faktor lokasi dapat diidentifikasi dalam indikator sebagai berikut:

1. Dekat dengan tempat tinggal, lokasi tidak jauh dari tempat tinggal sehingga pembeli tidak kesulitan dalam menemukan lokasi.
2. Mudah dijangkau transportasi umum, jika lokasi sulit dijangkau oleh transportasi umum maka hal ini juga berpengaruh dalam pembeli untuk ke tempat lokasi.
3. Aman, keamanan dan kenyamanan adalah kunci dari dari pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan menjadi berlangganan.
4. Memiliki tempat parkir yang luas, tersedianya lahan parkir yang luas membuat pelanggan merasa nyaman saat berbelanja.

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan hendaknya mengusahakan agar produk tersedia dan terjangkau oleh populasi atau konsumen. Dalam beberapa paparan diatas dapat membuat perusahaan memaksimalkan lokasi yang tersedia agar konsumen merasa nyaman saat berbelanja.

Menurut Fahmi (2017), merupakan tempat usaha yang dibentuk sesuai ruang lingkup pada bisnis tersebut. Selain itu cerminan lokasi menjadi pertimbangan dalam suatu pembelian karena berkaitan dengan jarak dan kemudahan dalam mengaksesnya. Terdapat beberapa Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Kondisi jalan atau akses
2. *Visibilitas*
3. Area penitipan kendaraan
4. Ekspansi

Lingkungan sekitar yang menunjang kemajuan perusahaan

3. *Pengertian Keputusan Pengiriman*

Dalam penelitian ini, keputusan konsumen memiliki peranan penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan penggunaan jasa pengiriman JNT menurut Solomon (2017). Menurut Anggelina (2020), ada beberapa teori yang dapat digunakan untuk menganalisis keputusan konsumen:

- a. Teori Perilaku Konsumen: Fokus pada bagaimana individu membuat pilihan pembelian berdasarkan preferensi dan nilai-nilai personal mereka.
- b. Model Siklus Hidup Produk: Menganalisis bagaimana preferensi pelanggan berkembang seiring dengan siklus hidup suatu produk atau layanan.
- c. Teori Penerimaan Teknologi: Menggambarkan proses adopsi teknologi oleh konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Faktor-faktor tersebut akan menjadi dasar bagi pemahaman lebih lanjut tentang hubungan antara keputusan konsumen dengan tingkat kepuasan penggunaan jasa pengiriman JNT.

4. *Pengertian Keputusan Penggunaan*

Tahap keputusan penggunaan dipengaruhi oleh dua faktor umum, yaitu: (1) sikap orang lain dan (2) faktor situasional yang tidak diantisipasi. Sikap orang lain dapat menjadi pengaruh bagi seseorang dalam menentukan keputusan penggunaan. Konsumen akan mempertimbangkan intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai. Semakin intens sikap negatif orang lain dan semakin dekat hubungan orang tersebut dengan konsumen, maka semakin besar pula konsumen menyesuaikan minat belinya.

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana Metode Penelitian Kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positive, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian dilakukan pengambilan data pada bulan Agustus 2023 yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada konsumen PT. J&T Express Medan yang berlokasi di Tembung.

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama melalui prosedur dan teknik pengambilan data berupa kuisioner kepada PT. J&T Express Medan. Observasi penggunaan instrumen pengukuran yang husus dirancang sesuai dengan tujuannya, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang dilakukan peneliti di kantor PT. J&T Express Medan. Kuisioner yang dilakukan adalah suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik yang diberikan kepada sekelompok individu dengan memperoleh data.

Data Sekunder adalah data yang diperoleh adalah data secara tidak langsung yang biasanya berupa data dokumentasi, buku-buku, jurnal dan arsip-arsip resmi. Dari uraian di atas, data primer merupakan data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Data primer ber sumber dari hasil pengumpulan data kuisioner kepada responden pada kantor PT. J&T Express Medan yang ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang sangat menunjang terselenggaranya penelitian digunakan cara-cara pengumpulan data adalah:

- a. Kuisioner (Angket)

Teknik pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subjek, baik secara individual atau kelompok tertentu, seperti preferensi, keyakinan minat dan perilaku. Untuk mendapatkan informasi dengan subjek, cukup dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk mendapatkan respon, Hadjar dalam (Taniredja & Mustafidah (2014:44). Teknik *kuisisioner* yang penulis gunakan adalah kuisisioner tertutup, suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dan menjadi responden dalam penelitian ini adalah Konsumen J&T, dengan harapan mereka dapat memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

b. Riset Internet (Online Research)

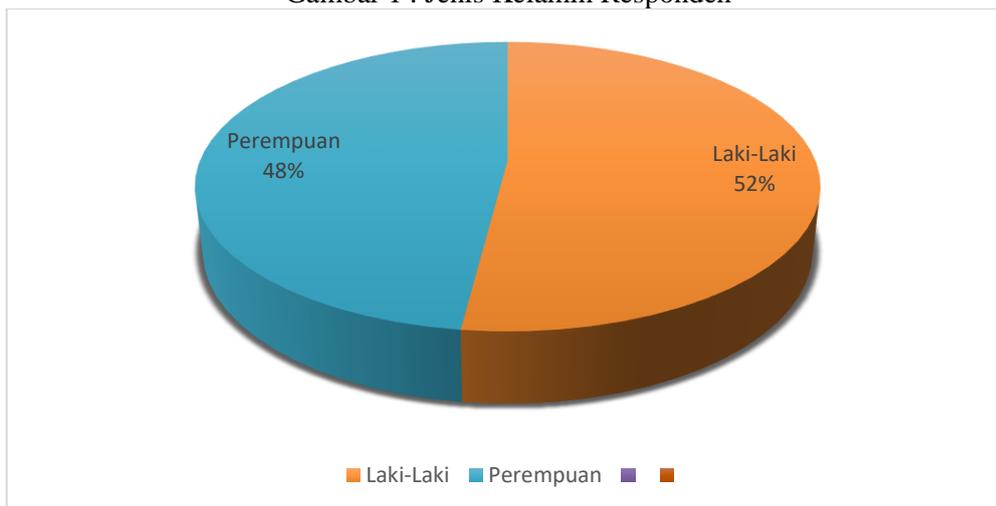
Penulis berusaha untuk memperoleh berbagai dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan peneliti yang diharapkan dapat menunjang data yang dikumpulkan dan pengolahannya lebih lanjut dalam penelitian ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan didapat melalui hasil pengumpulan data melalui studi dokumentasi, observasi, koesioner terhadap informan yang dibutuhkan dalam penelitian, serta diskusi yang terfokuskan terhadap masalah yang diteliti

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar 1 : Jenis Kelamin Responden



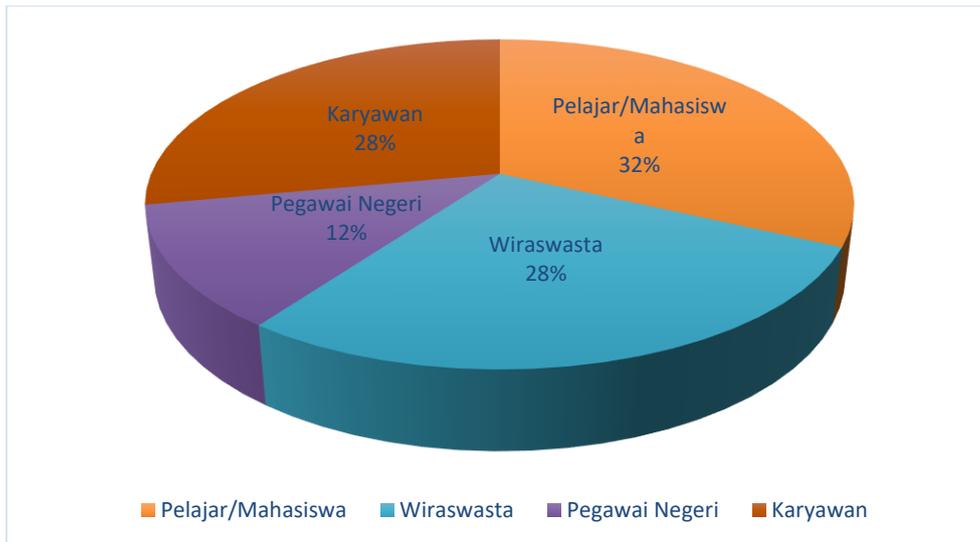
Tabel 1: Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|---------------|---------------|----------------|
| Laki-Laki | 13 | 52 |
| Perempuan | 12 | 48 |
| Total | 25 | 100 |

Berdasarkan diagram dan tabel di atas dapat diketahui sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebanyak 12 responden atau 48% dan laki-laki sebanyak 13 responden atau 52%.

2. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Gambar 2 Pekerjaan Responden



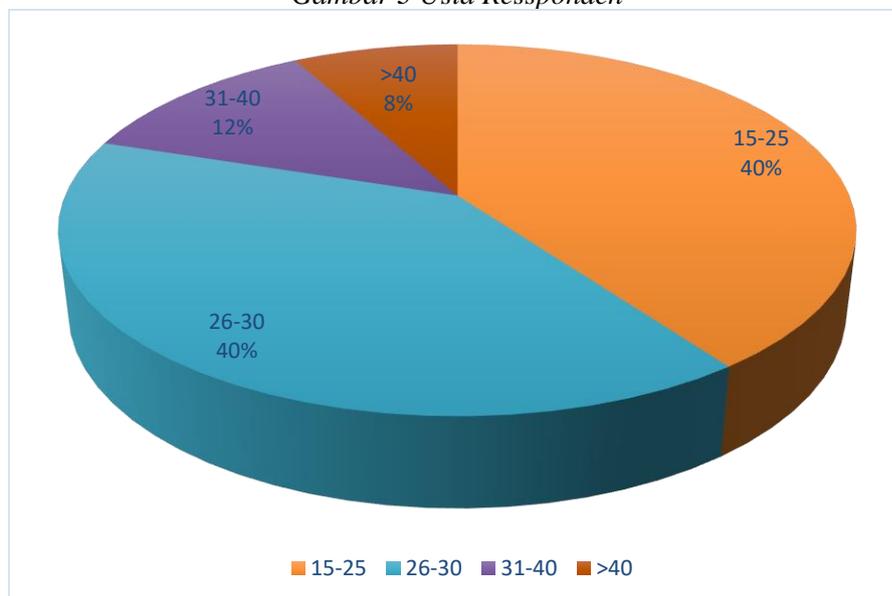
Tabel 2 pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 8 | 32 |
| Karyawan | 7 | 28 |
| Pegawai Negeri | 3 | 12 |
| Wiraswasta | 7 | 28 |
| Total | 25 | 100 |

Berdasarkan diagram dan di atas diketahui sebagian besar responden berlatar belakang Pelajar/Mahasiswa yaitu sebanyak 8 Responden atau 28%, karyawan 7 Responden atau 28%, Pegawai Negeri 3 Responden atau 12%, Wiraswasta 7 Responden atau 28%.

3. Karakteristik responden berdasarkan usia

Gambar 3 Usia Responden



Tabel 3 Usia Responden

| Usia | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------|---------------|----------------|
| 15-25 Tahun | 10 | 40 |
| 26-30 Tahun | 10 | 40 |
| 31-40 Tahun | 3 | 12 |

| | | |
|-------|----|-----|
| >40 | 2 | 8 |
| Total | 25 | 100 |

Berdasarkan diagram dan tabel di atas sebagian besar berumur 15-25 Tahun dengan 10 Responden atau 40%, 26-30 Tahun 10 Responden atau 40%, 31-40 Tahun 3 Responden 12%, >40 Tahun 2 Responden atau 8%.

ANALISIS DATA

Untuk Analisa harga, kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, maka peneliti membagikan sebuah kusioner/angket kepada 25 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini, Dari 25 responden tersebut peneliti merekapitulasi seluruh skor pada setiap butir pertanyaan dan kemudian mentabulasikan jumlah skor keseluruhan item pertanyaan dari masing-masing variabel, dan menghasilkan seluruh data untuk diuji kebenarannya.

Rekapitulasi Tanggapan Responden

- a. Karyawan JNT selalu sopan dalam melayani tamu

Tabel 4 Presentase Jawaban Responden Tentang karyawan JNT selalu sopan dalam melayani tamu

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 20 | 80,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| Cukup Baik | 2 | 8,00 |
| Kurang Baik | 2 | 8,00 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 4,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberikan jawaban pada kategori sangat baik sebanyak 20 responden atau 80%, 2 Responden atau 8% memilih cukup baik, 2 responden atau 8%, memilih kurang baik, dan 1 Responden atau 4% memilih sangat tidak baik.

- b. Karyawan JNT Express cepat dalam memberikan pelayanan

Tabel 5 Presentase Jawaban Responden Tentang Karyawan JNT Express cepat dalam memberikan pelayanan

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 20 | 80,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| cukup Baik | 2 | 8,00 |
| Kurang baik | 2 | 8,00 |
| Sangat Tidak Baik | 1 | 4,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban pada kategori Sangat baik sebanyak 20 responden atau 80%, 2 Responden atau 8% memilih cukup baik, 2% Responden atau 8,% memilih kurang biak, 1% Responden atau 4% memilih Sangat tidak baik.

- c. Karyawan JNT mengerti akan kebutuhan anda

Tabel 6 Presentase Jawaban Responden Tentang Karyawan JNT mengerti akan kebutuhan anda

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|--------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 15 | 60,00 |
| Baik | 5 | 20,00 |
| Cukup Baik | 1 | 4,00 |
| Kurang Baik | 2 | 8,00 |

| | | |
|-------------------|----|--------|
| Sangat Tidak Baik | 2 | 8,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban pada ketogiri Sangat baik sebanyak 15 responden atau 60%, 5 responden atau 20% memilih baik, 1 Responden atau 4% memilih cukup baik, 2 responden atau 8% memilih kurang baik, 2 Responden atau 8% memilih sangat tidak baik.

d. Keluhan anda selalu di respon baik oleh pihak JNT

Tabel 7 Presentase Jawaban Responden Tentang Keluhan anda selalu di repon baik oleh pihak JNT

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 20 | 80,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| Cukup Baik | 3 | 12,00 |
| Kurang Baik | 2 | 8,00 |
| Sangat Tidak Baik | 0 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban dengan kategori Sangat baik sebanyak 20 responden atau 80%, 3 responden atau 12% memilih cukup baik, 2 Responden atau 8% memilih kurang baik.

e. Puas terhadap pelayanan yang di berikan karyawan JNT

Tabel 8 Presentase Jawaban Responden puas terhadap pelayan yang di berikan kaaryaawan JNT

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 18 | 72,00 |
| Baik | 2 | 8,00 |
| Cukup Baik | 1 | 4,00 |
| kurang Baik | 2 | 8,00 |
| Sangat Tidak Baik | 2 | 8,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban Sangat baik sebanyak 18 responden atau 72%, 2 responden atau 8% memilih baik, 1 Reponden atau 4% memilih cukup baik, 2 Responden atau 8% memilih kurang baik, 2 Responden atau 8% memilih Sangat Tidak baik.

2. Kuesioner yang berkaitan terhadap lokasi

a. JNT Express mudah di temukan

Tabel 9 Presentase Jawaban Responden Tentang JNT Express mudah di temukan

| Katogorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 25 | 100,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| Cukup Baik | 0 | 0,00 |
| kurang Baik | 0 | 0,00 |
| Sangat tidak Baik | 0 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memilih kategori sangat baik sebanyak 25 responden atau 100%. Hal ini membuktikan bahwa. JNT mudah di temukan.

b. Kondisi di sekitar lingkungan JNT bersih

Tabel 10 Presentase Jawaban Responden Tentang Kondisi di sekitar JNT bersih

| Katogorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 16 | 64,00 |
| Baik | 2 | 8,00 |
| Cukup Baik | 2 | 8,00 |
| kurang Baik | 4 | 16,00 |
| Sangat tidak Baik | 1 | 4,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memilih kategori Sangat baik sebanyak 16 responden atau 64%, 2 Responden atau 8% memilih baik, 2 responden atau 8% memilih cukup baikl, 4 Responden atau 16% memili kurang baik, 1 Responden atau 4% memilih Sangat tidak baik.

c. Lokasih JNT dapat di akses di mana saja

Tabel 11 Presentase Jawaban Responden Tentang Lokasih JNT dapat di akses di mana saja

| Katogorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 12 | 48,00 |
| Baik | 8 | 32,00 |
| Cukup Baik | 0 | 0,00 |
| Tidak Baik | 3 | 12,00 |
| Sangat tidak Baik | 2 | 8,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memilih kategori sangat baik sebanyak 12 responden atau 48%, 8 responden atau 20% memilih baik, 3 Responden atau 12% memilih kurang baik 2 Responden atau 8% memilih Sanat tidak baik.

d. JNT Express strategis ketempat yang ingin anda kunjungi

Tabel 12 Presentase Jawaban Responden Tentang JNT Express strategis ke tempat yang ingin anda kunjungi

| Katogorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 17 | 68,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| Cukup Baik | 8 | 32,00 |
| Kurang Baik | 0 | 0,00 |
| Sangat tidak Baik | 0 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban dengan kategori sangat baik sebanyak 17 responden atau 68%, 8 responden atau 32% memilih cukup baik.

e. Lokasih JNT Express ini luas

Tabel 13 Jawaban Responden Tentang Lokasih JNT Express ini luas

| Katogorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sanga Baik | 20 | 80,00 |
| Baik | 0 | 0,00 |
| Cukup Baik | 5 | 20,00 |
| kurang Baik | 0,00 | 0,00 |
| Sangat tidak Baik | 0,00 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 00,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban dengan kategori sangat baik sebanyak 20 responden atau 80%, 5 responden atau 20% memilih cukup baikl.
3. Keputusan Penggunaan Jasa JNT
- a. Memilih jasa JNT karena prioritas

Tabel 14 Jawaban Responden Tentang Memilih jasa JNT karena prioritas

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 20 | 80,00 |
| Baik | 2 | 8,00 |
| Cukup Baik | 1 | 4,00 |
| Kurang Baik | 1 | 4,00 |
| Sangat tidak Baik | 1 | 4,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberikan jawaban dengan kategori sangat baik sebanyak 20 responden atau 80%, 2 responden atau 8% memilih baik, 1 responden atau 4% memilih cukup baikl, 1 responden atau 4% memilih kurang baik, 1 responden atau 4% memilih sangat tidak baik

- b. Merasa nyaman dengan jasa yang di berikan JNT

Tabel 15 Jawaban Responden Tentang Merasa nyaman dengan jasa yang di berikan JNT

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 15 | 60,00 |
| Baik | 5 | 20,00 |
| Cukup Baik | 4 | 16,00 |
| Kurang Baik | 1 | 4,00 |
| Sangat tidak Baik | 0 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memberikan jawaban dengan kategori sangat baik sebanyak 15 responden atau 60%, 5 responden atau 20% memilih baik, 4 responden atau 16% memilih cukup baik, dan 1 responden atau 4% memilih kurang baik.

- c. Merasa puas dengan pelayanan yang di berikan JNT

Tabel 16 Jawaban Responden Tentang Merasa puas dengan pelayanan yang di berikan JNT

| Kategorisasi | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|-------------------|---------------|----------------|
| Sangat Baik | 18 | 72,00 |
| Baik | 1 | 4,00 |
| Cukup Baik | 6 | 24,00 |
| Kurang Baik | 0 | 0,00 |
| Sangat tidak Baik | 0 | 0,00 |
| Jumlah | 25 | 100,00 |

- Tabel tersebut menjelaskan bahwa responden dalam penelitian ini memberi jawaban dengan kategori sangat baik sebanyak 18 responden atau 72%. 1 responden atau 4% memilih baik, dan 6 responden atau 24% mmilih cukup baik.

Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan

1. Kualitas pelayanan

Tabel 17 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan

| | SB | B | CB | KB | STB | Total |
|--|----|---|----|----|-----|-------|
| | | | | | | |

| No Item | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
|-----------|------|------|-----|-----|-----|----|---|---|-----|-----|----|
| 1 | 20 | 80 | 0 | 0 | 2 | 8 | 2 | 8 | 1 | 4 | 25 |
| 2 | 20 | 80 | 0 | 0 | 2 | 2 | 2 | 8 | 1 | 4 | 25 |
| 3 | 15 | 60 | 5 | 20 | 1 | 4 | 2 | 8 | 2 | 8 | 25 |
| 4 | 20 | 80 | 0 | 0 | 3 | 12 | 2 | 8 | 0 | 0 | 25 |
| 5 | 18 | 72 | 2 | 8 | 1 | 4 | 2 | 8 | 2 | 8 | |
| Rata-rata | 18,6 | 74,4 | 1,4 | 5,6 | 1,8 | 6 | 2 | 8 | 1,2 | 4,8 | |

- Dari tabel diatas dilihat bahwa tanggapan responden mengenai Kualitas Pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNT. Berada pada kategori sangat baik yaitu rata – rata 18,6 respondem atau 74,4

Maka dari hasil rekapitulasi variabel kualitas pelayanan dapat di simpulkan rata – rata Kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNT berada pada kategori sangat baik .

2. Lokasi

Tabel 18 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel lokasi

| No Item | SB | | B | | CB | | KB | | STB | | Total |
|-----------|----|-----|---|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 25 | 100 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| 2 | 16 | 64 | 2 | 8 | 2 | 8 | 4 | 16 | 1 | 4 | 25 |
| 3 | 12 | 48 | 8 | 32 | 0 | 0 | 3 | 12 | 2 | 8 | 25 |
| 4 | 17 | 68 | 0 | 0 | 8 | 32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| 5 | 20 | 80 | 0 | 0 | 5 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| Rata-rata | 18 | 72 | 2 | 8 | 3 | 12 | 1,4 | 5,6 | 0,6 | 2,4 | |

- Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang Lokasi berada pada kategori sangat baik yaitu 18 responden atau 72%.

Maka dari hasil rekapitulasi variabel X₂ dapat disimpulkan Lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNT berada pada kategori sangat baik.

3.Keputusan

Tabel 19 Rekapitulasi tanggapan responden terhadap variabel keputusan

| No Item | SB | | B | | CB | | SB | | STB | | Total |
|-----------|----|----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|-------|
| | F | % | F | % | F | % | F | % | F | % | |
| 1 | 20 | 80 | 2 | 8 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 25 |
| 2 | 15 | 60 | 5 | 20 | 4 | 16 | 1 | 4 | 0 | 0 | 25 |
| 3 | 18 | 72 | 1 | 4 | 6 | 24 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| 4 | 17 | 68 | 0 | 0 | 8 | 32 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| 5 | 20 | 80 | 0 | 0 | 5 | 20 | 0 | 0 | 0 | 0 | 25 |
| Rata-rata | 18 | 72 | 6,1 | 6,4 | 4,8 | 19,2 | 0,4 | 1,6 | 0,2 | 0,8 | |

- Dari tabel di atas dapat di lihat bahwa tanggapan responden tentang Keputusan berada pada kategori sangat baik yaitu 18 responden atau 72%

Maka dari hasil rekapitulasi variabel X₃ dapat di simpulkan Keputusan penggunaan jasa pengiriman JNT berada pada kategori sangat baik.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNT maka dapat di tarik kesimpulan penelitian berikut ini.

1. Kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan JNT berada pada kategori sangat baik sebesar 18,6 responden atau 74,4%
2. Lokasi JNT Tembung sangat strategis dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang Lokasi berada pada kategori sangat Baik yaitu 18 responden atau 72%.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, R. (2020). *Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup Dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Masyarakat Kota Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Barata, A. A. (2003). *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Fahmi, I. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta.
- Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13.). Jakarta: Rajawali.
- Parasuraman, A. (2014). *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey: Prentice Hall.
- Purwanti, A., & Wahdniwati, R. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEWAJARAN HARGA PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CINDERELLA SCHOOL OF ENGLISH FOR CHILDREN DI BANDUNG. *JIMM UNIKOM*, 62–75.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen - Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior Edisi 11*. England: Pearson Education Limited.
- Solomon, R. (2017). *Consumer Behavior Buying, Having, and Being*. Bandung: Angkasa.
- Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2014). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.