

Pengaruh Fasilitas, Citra Perusahaan Dan Persepsi Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi PT. Delapan Samudera Pratama

Sri Rezeki¹, *Celvin Surya Jaya²

¹Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Indonesia

Celvinsj@gmail.com

***Penulis Korespondensi**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian PT. Delapan Samudera Pratama. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT. Delapan Samudera Pratama sebanyak 2,496 responden. Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah rumus Slovin dan berjumlah sebanyak 96 responden. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai Adjusted R Square R² yang berarti Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan dapat menjelaskan Keputusan Pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti harga dan kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Fasilitas, Citra Perusahaan, Persepsi Pelanggan, Keputusan Pembelian

The Influence of Facilities, Company Image and Customer Perceptions on Purchasing Decisions in Using PT Expedition Services Delapan Samudera Pratama

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Facilities, Company Image and Customer Perception on Decision of Buyers at PT. Delapan Samudera Pratama. The population in this research is the consumer from PT. Delapan Samudera Pratama as much as 2,496 respondent. The technique of determining the number of samples used in this study is the Slovin formula and totaling 96 respondents. The results of the analysis show that the Facilities partially has no effect on Decision of Buyers at PT. Delapan Samudera Pratama. The results showed that Company Image and Customer Perception partially have a positive and significant effect on Decision of Buyers at PT.

Delapan Samudera Pratama. The results showed that Facilities, Company Image and Customer Perceptions simultaneously have a positive and significant effect on Decision of Buyers at PT. Delapan Samudera Pratama. The results of this study are supported by the value of R Square which mean Facilities, Company Image and Customer Perceptions can explain decisions of buyer and the remaining is influenced by other variables outside of this study such as price, and service quality.

Keywords : *Facilities, Company Image, Customer Perception, Decision of Buyer*

PENDAHULUAN

Pada saat ini kebutuhan hidup manusia semakin meningkat hal tersebut menjadi peluang bagi produsen-produsen baru untuk menciptakan produk dan jasa untuk mendapatkan keuntungan dari itu. Semakin meningkatnya perkembangan industri membuat perusahaan tersebut membutuhkan jasa yang dapat mengangkut dan mendistribusikan barang produksinya ke daerah-daerah sehingga perusahaan tersebut mencari jasa pengangkutan untuk mengirimkan barang-barang produksinya. Bagi perusahaan yang membutuhkan jasa pengangkutan barang ini, hal ini sangat penting di karenakan perusahaan ini yang dipilih untuk mengirimkan barang-barangnya harus memiliki kualitas yang baik seperti dapat dipercaya untuk pengiriman barang yang harus tepat waktu, barang yang dikirim tidak hilang dan sebagainya. Hal tersebut sangat diperhatikan oleh pelanggan karena hal tersebut sangat berpengaruh juga terhadap citra dari perusahaan.

Dengan semakin banyaknya kebutuhan produsen akan kebutuhan untuk jasa pengiriman ini maka semakin banyak pula para pebisnis melihat peluang ini. hal tersebut dapat terlihat dari semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengangkutan barang antar daerah, kota, pulau maupun negara baik yang menggunakan jalur darat, laut maupun udara.

PT. Delapan Samudera Pratama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengangkutan barang-barang yang berasal dari perusahaan-perusahaan yang akan mendistribusikan barang dagangannya ke daerah-daerah tertentu. PT. Delapan Samudera Pratama ini terletak di jalan Jemadi, Pulo Brayon Darat II, Medan ini sudah berdiri sejak tahun 2006 dan sudah memiliki banyak pelanggan. Wilayah yang di cover oleh PT. Delapan Samudera Pratama ini sangat luas diantaranya adalah seluruh wilayah sumatera dan juga di berbagai titik di pulau jawa. Penelitian ini dilakukan pada PT. Delapan Samudera Pratama dikarenakan perusahaan tersebut mengalami fluktuasi pelanggan sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan tersebut

Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan - kebutuhan tamu dapat terpenuhi. Setiap pelanggan selalu memperhatikan fasilitas yang diberikan oleh perusahaan kepadanya, hal tersebut di karenakan perusahaan harus menjaga barang dagangannya sampai dengan baik dan juga tidak ada kekurang barang yang sampai kepada pelanggannya. Fasilitas yang baik pula akan menambah kepercayaan dari pelanggan kepada perusahaan yang membuat pelanggan tidak akan

berpindah menggunakan jasa pengangkutan yang lain. Fasilitas yang diberikan juga harus memenuhi harapan dari pelanggan agar dapat meningkatkan keputusan pelanggan akan tetap menggunakan jasa tersebut atau tidak.

Citra Merek merupakan sesuatu yang dimaknai sebagai kombinasi dari sebuah nama, tanda, simbol, atau desain untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari satu usaha atau kelompok usaha yang dikembangkan menjadi merek dagang dan membedakan diri dari pesaing, menciptakan pengaruh dan menghasilkan nilai bagi perusahaan. Citra perusahaan sangat penting untuk kelangsung dari perusahaan tersebut. Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang memiliki citra yang baik akan membuat perusahaan tersebut mendapat keyakinan dari pelanggan. Selain dari itu perusahaan yang memiliki citra yang baik akan memudahkan perusahaan tersebut dalam mengalahkan para pesaingnya. Mudah-mudahan perusahaan dalam mengalahkan pesaingnya disebabkan oleh perusahaan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pelanggan. Kepercayaan pelanggan yang besar terhadap perusahaan akan membuat perusahaan menjadi prioritas utama dalam mengalami keputusan untuk menggunakan jasa.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh pelanggan untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat inderanya yaitu penglihatan, pendengaran, pembauan, perasaan dan sentuhan. Stimulus tersebut akan diseleksi, diorganisir dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan caranya masing-masing. Persepsi yang dihasilkan oleh setiap orang selalu berbeda-beda sehingga hal tersebut memungkinkan pelanggan memiliki keputusan yang berbeda-beda terhadap suatu produk.

Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memiliki salah satu diantaranya. Banyak hal yang dapat mendasari konsumen dalam memilih suatu produk, seperti bagaimana kualitas produknya, bentuk produknya, jenis dan manfaat produknya, harga produknya. PT. Delapan Samudera Pratama mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Namun dari data pelanggan diatas mengalami penurunan paling besar yaitu pada tahun 2019. Hal ini dapat terjadi dikarenakan fasilitas yang diberikan oleh PT. Delapan Samudera Pratama memburuk, citra perusahaan yang ada pada kalangan pelanggan juga menurun dan juga persepsi pelanggan yang sudah mulai kurang mempercayakan produknya untuk dikirim menggunakan jasa pengangkutan perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

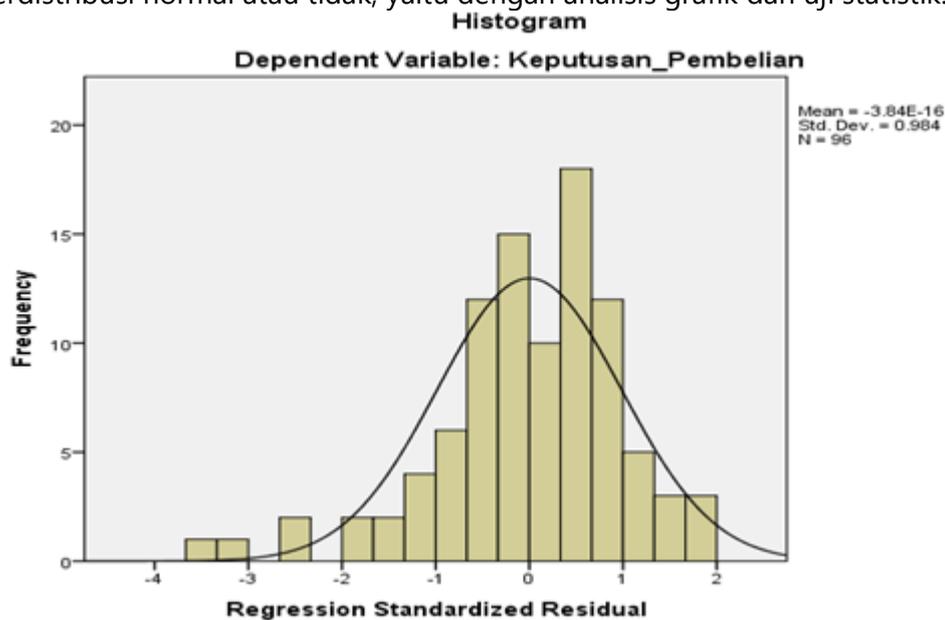
Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh konsumen pada PT. Delapan Samudera Pratama selama satu tahun sebanyak 2.496 orang dengan rincian yaitu dalam sehari

pelanggan PT. Delapan Samudera Pratama berjumlah 8 pelanggan dikalikan dengan 26 hari kerja dan dikalikan dengan 12 bulan maka setahun pelanggannya berjumlah 2.496. Berdasarkan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin, maka diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi responden merupakan deskripsi unit yang diteliti mencakup karakteristik responden yang diperoleh dari hasil kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 96 konsumen perusahaan dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dominan responden adalah laki-laki dan usia dominan responden berusia 41 tahun – 50 tahun.

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.



Gambar 1. Grafik Histogram

Berdasarkan Gambar diatas dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 1. Analisis Data

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,893	1,867
Fasilitas	,011	,065
Citra Perusahaan	,312	,089
Persepsi Pelanggan	,555	,091

$$\text{Keputusan Pembelian} = 4,893 + 0,011 \text{ Fasilitas} + 0,312 \text{ Citra Perusahaan} + 0,555 \text{ Persepsi Pelanggan} + e \quad (2)$$

Berdasarkan Tabel 6 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda dimana jika nilai Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan bernilai 0 maka Keputusan Pembelian adalah tetap sebesar 4,893. Setiap peningkatan aspek Fasilitas (X1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,011. Setiap peningkatan aspek Citra Perusahaan (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,312. Setiap peningkatan aspek Persepsi Pelanggan (X3) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,555.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t) menunjukkan Variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai thitung (0,175) > ttabel (1,986) dengan tingkat signifikan 0,862 > 0,05 sehingga dinyatakan tidak berpengaruh. Variabel Citra Perusahaan (X2) memiliki nilai thitung (3,494) > ttabel (1,986) dengan tingkat signifikan 0,001 < 0,05 serta variabel Persepsi Pelanggan (X3) memiliki nilai thitung (6,089) > ttabel (1,986) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Delapan Samudera Pratama.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian yang ditunjukkan dari hasil analisis regresi linear berganda memberikan arti bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Fasilitas, Citra Perusahaan dan Persepsi Pelanggan sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan citra perusahaan terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil pengujian hipotesis terdapat pengaruh positif dan signifikan persepsi terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi PT. Delapan Samudera Pratama. Hasil pengujian hipotesis secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan fasilitas, citra perusahaan dan persepsi pelanggan terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi PT. Delapan Samudera Pratama.

REFERENSI

Arianty, Nel, D. A. dan H. J. (2015). *Manajemen Pemasaran* (Pertama). Perdana Publishing.

- Agus Wahyudi Salasa Gama¹), Ni Wayan Rustiarini²), N. P. N. A., & Fakultas Ekonomi, U. M. D. (2016). (*Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati*). 11(1), 22–30.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Pertama). Grup Penerbit CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus - Kasus Pilihan. In *Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)*. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4315-4>
- Handyanto widjojo. (2018). *Sari-Sari Pemasaran dan Aplikasinya di Dunia Bisnis* (Kedua). Prasetiya Mulya Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In *Jakarta*.
- Mantik, A., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Motivasi Dan Persepsi Konsumen Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Kfc Megamall Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 378–387.
- Mauliansyah, R. (2015). Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Langsa. 4(1), 317–328.
- Nitisusastro, D. H. M. (2013). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Kedua). CV. Alfabeta.
- Pratama, A. F., Niaga, A., & Malang, P. N. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Pembelian Honda Brio Di Dealer Honda Sukun Malang)*.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Pertama). CV Pustaka Setia.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Kesatu). CV. Alfabeta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Penerbit Salemba.
- Setiadi, D. N. J. (2010). *Perilaku Konsumen* (Keempat). Kencana Purnada Media Group.
- S.E., M. (2013). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Jurusan Manajemen*, 2(1).
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung CV alfabeta. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Pertama). CAPS.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2014). Manajemen Kualitas Jasa. *Yogyakarta. ANDI*. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>
- Wibowo, L. A., & Priansa, D. J. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Alfabeta.