

PENGARUH KUALITAS LAYANAN LOGISTIK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPEDISI INDAH LOGISTIK CARGO AGEN OTONOM NASUTION MEDAN

Siti Salwa¹, Melisa Zuriani Hasibuan², Toni Hidayat³

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan

Email: salwasiti1201@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan logistik, harga, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Indah Logistik Cargo Agen Otonom Nasution Medan. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen jasa ekspedisi Indah Logistik Cargo Agen Otonom Nasution Medan yang berjumlah 480 orang. Menggunakan tingkat kelonggaran 7,8% yang dihitung dengan rumus Slovin, diperoleh sampel sebesar 83 pelanggan dengan teknik random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data diolah menggunakan SPSS 29.0 for Windows. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji T, uji F, uji R). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Nilai thitung kualitas layanan adalah $2.419 > 1.66437$ dengan taraf signifikan $0.023 < 0.05$, nilai thitung harga adalah $2.419 > 1.66437$ dengan taraf signifikan $0.023 < 0.05$, dan nilai thitung citra merek adalah $2.504 > 1.66437$ dengan taraf signifikan $0.019 < 0.05$. Hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung $5.894 > Ftabel 3.11$ dengan taraf signifikan $0.008 < 0.05$, artinya hipotesis bahwa kualitas layanan, harga, dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan dapat diterima. Hasil uji R² menunjukkan nilai 0.551 atau 54.3%, yang berarti kualitas layanan, harga, dan citra merek sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sementara 45.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas layanan, harga, citra merek, keputusan penggunaan

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan akan jasa pengiriman mengalami peningkatan yang signifikan. Ini adalah bagian penting dari kebutuhan konsumen yang cenderung menginginkan layanan pengiriman yang cepat, mudah, aman, dan praktis. Peningkatan kebutuhan konsumen serta pertumbuhan bisnis toko online atau e-commerce menunjukkan tingginya minat terhadap jasa pengiriman barang.

Ketika orang menggunakan jasa pengiriman, mereka memiliki harapan tertentu terhadap perusahaan yang menyediakan jasa tersebut. Ekspektasi pelanggan termasuk pengiriman tepat waktu barang diterima dalam kondisi baik kemudian harga yang terjangkau dan

berbagai jenis layanan pengiriman yang lengkap. Indah Logistik Cargo Aegon Otonom Nasution Medan adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ini. Mereka mengirimkan paket, dokumen, dan berbagai barang lainnya. Dengan layanan pengiriman ekspres, penanganan dan kepabean, serta distribusi yang luas, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan adalah kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik dapat memberi perusahaan jasa keunggulan kompetitif dan penting untuk keberhasilan. Kualitas layanan dianggap memuaskan jika memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pelayanan yang baik, ramah, sopan, tepat waktu, dan cepat diharapkan oleh pelanggan.

Namun fenomena yang muncul dari kualitas layanan INDAH LOGISTIK CARGO adalah kurangnya konsistensi dalam pelayanan, dimana paket sering kali tidak sampai sesuai dengan jadwal yang ditentukan. Meskipun harga ongkir murah, pengguna jasa sering kecewa karena ongkir untuk paket kecil dianggap merugikan. Selain itu, citra merek INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan sering mengecewakan pengguna karena barang yang diterima sering mengalami kerusakan. Keputusan penggunaan jasa ini juga dipengaruhi oleh lamanya estimasi pengiriman. Konsumen yang mengetahui estimasi pengiriman merasa pihak INDAH LOGISTIK CARGO semakin memperlama pengiriman, sehingga waktu sampainya paket lebih lama dari yang ditentukan.

Kualitas layanan

Menurut Lovelock et al. (9), Kualitas layanan adalah, ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan yang baik berarti sesuai dengan harapan pelanggan dan diberikan secara konsisten. Layanan logistik sangat penting untuk menjalankan bisnis yang berkaitan dengan barang, seperti ekspor dan impor. Layanan logistik juga mengatur manajemen barang, seperti pengawasan, penyimpanan, dan pengiriman, sehingga lebih efisien. Tjiotono dan Chandra (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan atau kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat layanan yang dapat diberikan mampu memenuhi ekspektasi pelanggan.

Indikator Kualitas Layanan

Lima indikator kualitas layanan, menurut Nirut Kotler dalam Tjiotono dan Chandra (2016):

1. **Assurance (jaminan);** kemampuan karyawan untuk, menumbuhkan rasa percaya pelanggan.

2. **Empathy (empati);** memberikan perhatian, yang tulus dan individual, kepada pelanggan dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat dan konsisten.
3. **Keandalan (keandalan);** adalah kemampuan perusahaan untuk, memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten.
4. **Responsiveness (ketanggapan);** adalah kemampuan perusahaan untuk melayani pelanggan dengan baik, memberi layanan dengan cepat, dan mendengarkan dan mengatasi keluhan pelanggan.
5. **Tangibles (bentuk fisik);** adalah kemampuan perusahaan untuk, menunjukkan eksistensinya kepada pelanggan melalui penampilan fisik, perlengkapan, dan tampilan fisik.

Harga

Harga adalah komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba bisnis. Tingkat harga mempengaruhi kuantitas produk yang dijual dan biaya, karena kuantitas produk yang dijual mempengaruhi biaya yang ditimbulkan oleh efisiensi produksi.

Indikator Harga

1. **Keterjangkauan harga dengan kualitas produk;** Pelanggan mengharapkan harga yang terjangkau sebelum melakukan pembelian. Konsumen akan mencari barang dan jasa yang harganya terjangkau bagi mereka.
2. **Kesesuaian harga dengan kualitas produk;** Pelanggan biasanya tidak keberatan membeli barang dengan harga yang lebih mahal asalkan kualitasnya baik, tetapi mereka lebih suka barang murah dan berkualitas tinggi.
3. **Daya saing harga;** Agar dapat bersaing di pasar, perusahaan menentukan harga jual suatu produk berdasarkan harga pesaingnya.

4. **Kesesuaian harga dengan manfaat;** pembeli kadang-kadang mengabaikan harga produk tetapi lebih mementingkan manfaatnya.

Citra Merek

Pandangan pelanggan tentang merek yang paling sering mereka miliki tentang produk atau jasa tersebut disebut citra merek. Citra merek dapat dikomunikasikan melalui berbagai media dengan menyampaikan pesan melalui simbol atau lambang, suasana, dan acara.

Indikator Citra Merek:

1. **Kekuatan;** kelebihan pada suatu merek produk yang memiliki ciri khas yang unik dan nyata secara fisik.
2. **Keunikan;** karakteristik yang membuat produk perusahaan unik dari merek lain.
3. **Keunggulan;** kemampuan yang membuat pelanggan lebih mudah mengingat dan mengucapkan merek produk dan menjadikannya favorit.

Keputusan penggunaan:

Pelanggan membuat keputusan untuk menggunakan, atau membeli suatu jasa ketika mereka memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran, antara uang dan komitmen untuk membayar dengan kepemilikan atau penggunaan suatu jasa.

Indikator Keputusan Penggunaan

1. Pemilihan merek produk konsumen: Konsumen dapat memilih untuk membeli barang atau menggunakan uang untuk tujuan lain.
2. Pemilihan merek pembeli: Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya pada orang-orang yang berminat membeli suatu produk dan pilihan yang mereka pertimbangkan. Setiap merek memiliki karakteristik unik. Dalam hal ini,

perusahaan perlu mempelajari bagaimana pelanggan memilih merek.

3. Keputusan konsumen tentang waktu pembelian: Konsumen dapat memilih untuk membeli barang dan jasa secara berkala, seperti setiap hari, satu minggu, dua minggu, tiga minggu, atau bahkan sebulan sekali.
4. Metode pembayaran pembeli: Konsumen dapat memilih metode pembayaran yang akan digunakan untuk membayar barang dan jasa, dan teknologi yang digunakan dalam transaksi juga memengaruhi keputusan mereka.

Hipotesis:

Menurut Sugiyono (2017:93), hipotesis adalah tanggapan singkat terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya berupa kalimat pertanyaan. Sementara itu, jawaban yang baru diberikan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, karena mereka didasarkan pada teori yang relevan. Berdasarkan judul penelitian, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasarkan uraian di atas, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas layanan logistik diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan;

H2: Kualitas layanan logistik diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan.

H3: Diduga citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan.

H4: Diduga kualitas layanan

logistik, harga, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan.

METODE

Penulis melakukan penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif berdasarkan positivisme. Ini menggunakan populasi atau sampel tertentu untuk melakukan penelitian. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk menguji hipotesis, yang telah dibuat metode pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data. Studi ini akan melihat bagaimana kualitas layanan logistik, biaya, dan reputasi merek memengaruhi keputusan untuk menggunakan ekspedisi logistik cargo agen otonom Nasution Medan. Dari Januari hingga Maret 2024,

480 orang telah menggunakan layanan ekspedisi ini, menurut populasi penelitian. Penelitian ini menggunakan metode acak sederhana. Menurut Sugiyono (2018:129), pengambilan sampel secara acak dari populasi tanpa memperhatikan strata populasi dikenal sebagai pengambilan sampel sederhana. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 83 pelanggan dari Agen Kargo Logistik Independen Nasution Medan. Rumus slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji Validitas: Uji validitas program SPSS 29.0 menemukan bahwa pernyataan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan tabel r untuk $df = n - k$, $df = 30 - 4 = 26$, dan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasilnya adalah 0,3610 untuk r_{tabel} .

Tabel 1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

No.	pernyataan	Rhitung	Rtabel	keterangan
1	X1.1	1,476	0,3610	Valid
2	X1.2	1,446	0,3610	Valid
3	X1.3	1,542	0,3610	Valid
4	X1.4	1,981	0,3610	Valid
5	X1.5	1,395	0,3610	Valid

(Sumber : pengolahan data menggunakan spss 29.0 2024)

Sebagai hasil dari pengujian butir pernyataan 1–5 untuk variabel kualitas layanan (X1) dengan tiga puluh peserta, diperoleh nilai korelasi r hitung sebesar

0,3610, yang menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai status valid. Oleh karena itu, instrumen layak digunakan dalam penelitian ini

Tabel 1.2 Hasil Uji Validitas variabel Harga (X2)

No.	pernyataan	Rhitung	Rtabel	keterangan
1	X2.1	1.378	0,3610	Valid
2	X2.2	1.450	0,3610	Valid
3	X2.3	1.560	0,3610	Valid
4	X2.4	1.578	0,3610	Valid

(Sumber : Pengolahan Data Menggunakan SPSS 29.0 2024)

Setelah menguji butir pernyataan 1–4 untuk variabel harga (X2) dari responden, kami menemukan bahwa semua pernyataan mempunyai status valid. Karena nilai

korelasi rhitung lebih besar dari rtabel, instrumen ini layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1.3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X3)

No.	pernyataan	Rhitung	Rtabel	keterangan
1	X3.1	1.540	0,3610	Valid
2	X3.2	1.455	0,3610	Valid
3	X3.3	1.578	0,3610	Valid

(sumber pengolahan data menggunakan SPSS 29.0 2024)

Sebagai hasil dari pengujian butir pernyataan 1 hingga 3 untuk variabel citra merek (X3) dengan tiga puluh peserta, diperoleh nilai rtabel sebesar 0,3610, yang

menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai staus valid. Oleh karena itu, instrumen ini layak digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1.4 hasil uji validitas variabel keputusan penggunaan (Y)

No.	pernyataan	Rhitung	Rtabel	keterangan
1	X3.1	1.000	0,3610	Valid
2	X3.2	1.678	0,3610	Valid
3	X3.3	1.754	0,3610	Valid

(sumber pengolahan data menggunakan SPSS 29.0 202)

Dengan melakukan pengujian dari butir 1 hingga butir 3 untuk variabel keputusan penggunaan (Y) dengan tiga puluh peserta, diperoleh rtabel sebesar 0,3610, yang menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah valid. Oleh karena itu, instrumen ini layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Uji Reabialitas adalah pemeriksaan instrumen penelitian yang handal dan dapat dipercaya. Jika variabel penelitian menggunakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya, hasil penelitian juga akan sangat dapat dipercaya.

Tabel 1.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Keterangan	Cronbach's Alpha hitung	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,786	Reliabel
Harga (X2)	0,625	Reliabel
Citra Merek (X3)	0,789	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0,831	Reliabel

(sumber : data primer diolah (2024))

Sebagai kesimpulan, kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas yang diperlukan, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 1.5. Artinya, ketiga instrumen penelitian telah memenuhi unsur reliabilitas yang baik; dengan kata lain, penelitian ini adalah reliable atau terpercaya. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel mendekati 1 (sekurang-kurangnya 0,60).

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan menggunakan spss untuk Windows versi 29.0, model regresi linear berganda ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel kualitas layanan (X1), harga (X2), dan citra merek (X3) terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) indah logistik cargo agen otonom nasution medan.

Tabel 1.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29.566	10.934		.577	.566
	kualitas layanan	.481	.335	.001	.010	.992
	harga	.133	.415	.111	.924	.358
	citra merek	.322	.372	.013	.107	.915

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

(sumber : hasil pengolahan data SPSS versi 29.0 (2024))

Berdasarkan tabel 1.7, hasil perhitungan regresi menunjukkan nilai konstanta (a) sebesar 29.566; koefisien regresi untuk kualitas layanan (b1) sebesar 0,481; koefisien regresi untuk harga (b2) sebesar 0,133; dan koefisien citra merek (b3) sebesar 0,322 sehingga diperoleh

1. **Nilai Konstanta (a):**

Dengan nilai konstanta 29.566, keputusan untuk menggunakan INDAH LOGISTIK CARGO Agen

persamaan regresi linier berganda adalah $Y=29,566 + 0,481X1 + 0,133X2 + 0,322X3$ Dimana variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) dan citra merek (X3) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan (Y). Berikut adalah penjelasan:

Otonom Nasution Medan adalah 29.566 tanpa pengaruh kualitas layanan, harga, atau reputasi merek.

2. **Nilai Koefisien:**

Kualitas Layanan (X1): koefisien sebesar 0,481 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada kualitas layanan akan meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,481 unit, menunjukkan pengaruh positif.

Harga (X2): koefisien sebesar 0,133 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada harga akan meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,384 unit, menunjukkan pengaruh positif.

Citra Merek (X3): Koefisien sebesar 0,40 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada citra merek akan meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,40 unit, menunjukkan pengaruh positif. Artinya, setiap peningkatan pada faktor kualitas layanan, biaya, dan persepsi merek akan berdampak positif pada keputusan penggunaan. Nilai koefisien dengan tanda positif (+) menunjukkan peningkatan, dan tanda negatif (-) menunjukkan penurunan.

Variabel kualitas layanan memiliki koefisien beta tertinggi (0,481), yang menunjukkan bahwa, dibandingkan dengan harga dan persepsi merek, variabel kualitas layanan logistik yang paling berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

Koefisien determinasi (R²)

Hasil analisis determinasi penelitian ini adalah sebagai berikut: Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengevaluasi kemampuan model untuk menjelaskan variasi dependen.

$$R^2 = 0,760 \quad R^2 = 0,760 \quad R^2 = 0,760$$

Ini menunjukkan bahwa 76% variasi dalam keputusan penggunaan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, harga, dan citra merek. Sisanya 24% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini. Ini mengindenfikasikan bahwa model regresi yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan variasi keputusan penggunaan jasa INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan.

3. Pengaruh variabel :

Tabel 1.8 Hasil Keofisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.551 ^a	.304	.252	1.631

a. Predictors: (Constant), citra merek kualitas layanan harga
 (sumber : Hasil pengelolaan data SPSS versi 29 (2024))

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa:

1. Nilai koefisien korelasi, yaitu 0,551 (5%), menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas layanan logistik, harga, dan persepsi merek terhadap keputusan penggunaan. Nilai R yang lebih besar menunjukkan bahwa hubungannya lebih kuat.
2. R Square menunjukkan koefisien determinasi 0,304, yang menunjukkan persentase kualitas

layanan, harga, dan citra merek terhadap keputusan penggunaan sebesar 3,04%. Variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 2,54%. Berdasarkan hasil penelitian, dari ketiga variabel independen yang digunakan, masing-masing berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa indah lo

gistik cargo agen otonom nasution medan.

Uji Persial (Uji T)

Hipotesis awal tentang pengaruh kualitas layanan (X1), harga (X2), dan citra merek (X3) sebagai variabel bebas terhadap keputusan penggunaan (Y) sebagai variabel terikat diuji dengan uji T. Kriteria kepuasan

pelanggan: 1. Jika thitung lebih besar dari ttabel pada taraf signifikan = 5 ($\alpha=5\%$), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan reputasi merek memengaruhi keputusan untuk menggunakan jasa ekspedisi logistik indah. Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data program SPSS 29.0:

Table 1.9 Hasil Uji Persial

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.982	7.992		1.750	.092
	harga	.318	.131	.389	2.419	.023
	citra merek	.341	.136	.402	2.504	.019

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

(Sumber : hasil pengolahan data SPSS versi 29.0(2024))

Nilai signifikan $\alpha=5\%$ (0,05) dan drajat kebebasan $df=n-k$, dengan $df=83-4 =79$, dan nilai ttabel :83 adalah 0,054. Selain itu, perhitungan uji T berikut ditunjukkan dalam tabel 1.9:

1. Nilai Thitung kualitas layanan adalah $2,419 > 1,66437$ dengan taraf signifikan $0,2 < 0,05$, sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Kualitas layanan berdampak positif dan signifikan pada keputusan agen otonom Nasution Medan untuk menggunakan jasa logistik cargo yang indah.
2. Hasilnya menunjukkan bahwa niali hitung harga T adalah 2,419 lebih

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan. Kriteria untuk kepuasan

3. Diperoleh niali Thitung citra merek adalah $2,504 > 1,66437$ dengan taraf signifikan $0,01 < 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa indah logistik cargo agen otonom nasution medan.

1. Ho ditolak jika Fhitung lebih besar dari Ftabel, dan Ho ditolak jika taraf signifikan lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, harga, dan persepsi merek tidak memengaruhi

- keputusan untuk menggunakan jasa agen otonom nasution medan.
2. Ketika Fhitung lebih besar dari Ftabel, Ho ditolak, dan Ha diterima jika taraf signifikan lebih besar dari 0,05 ($\alpha=5\%$). Ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh kualitas layanan, harga, atau reputasi merek terhadap keputusan untuk menggunakan jasa logistik cargo agen otonom Nasution Medan.
 3. Ho ditolak jika Fhitung > Ftabel, Ha diterima apabila taraf signifikan > 0,05 ($\alpha=5\%$) artinya tidak ada pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap keputusan penggunaan jasa indah logistik cargo agen otonom nasution medan.
 Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 29.0 For windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Table 4.27 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	31.362	4	15.681	5.894	.008 ^b
Residual	71.838	79	2.661		
Total	103.200	82			

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

b. Predictors: (Constant), citra merek, harga

(Sumber : hasil pengolahan data SPSS 29.0 (2024))

Menentukan nilai Ftabel:

Derajat kebebasan (derajat kebebasan/df) = n-k, nilai F tabel. Oleh karena itu, nilai Ftabel adalah $83-4 = 79$ dengan taraf signifikan 5% (0,05), jadi nilai Ftabel adalah 3,11; nilai Fhitung adalah 5.894 lebih besar dari 3,11 dengan taraf signifikan

0,001. Hasil analisis adalah uji simultan (uji f), dengan tingkat signifikan p-value = $0,001 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa Ho diterima dan Ha ditolak. Ini menunjukkan bahwa dapat diterima dan terbukti bahwa asumsi bahwa kualitas layanan, harga, dan citra merek secara bersamaan memengaruhi keputusan penggunaan.

PEMBAHASAN

1. Variabel Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan INDAH LOGISTIK CARGO Agen Otonom Nasution Medan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut. Ini menunjukkan bahwa Indah Logistik Cargo, Agen Otonom Nasution Medan, telah menggunakan strategi pelayanan yang efektif, yaitu cara untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan sikap, kecepatan,

hubungan, dan elemen lain untuk membuat pelanggan puas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Willianti (2021) berjudul "pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo Utama" mendukung temuan penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya berpengaruh pada suatu industri atau bisnis, tetapi juga berpengaruh pada setiap bidang usaha secara keseluruhan.

2. Variabel Harga Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil uji menunjukkan bahwa harga berdampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan agen otonom Nasution Medan tentang indah logistik cargo. Ini menunjukkan bahwa agen otonom Nasution Medan Beautiful Logistics menarik pelanggan dengan harga yang menarik. Akibatnya, pelanggan memilih layanan Beautiful Logistics. Penelitian sebelumnya (Diah Nissa Prihatini, 2019) yang berjudul "pengaruh kepercayaan, kemudahan harga, dan pelayanan terhadap keputusan penggunaan" mendukung temuan penelitian ini. Kualitas pelayanan, kepercayaan harga, dan faktor kemudahan memengaruhi pilihan transportasi online.

3. Variabel Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berdampak positif dan signifikan pada keputusan penggunaan agen otonom Nasution Medan tentang indah logistik cargo. Hal ini menunjukkan bahwa agen otonom Nasution Medan yang indah dalam logistik telah memberikan reputasi yang baik kepada pelanggannya, sehingga pelanggan memilih untuk menggunakan layanan logistik indah. Penelitian sebelumnya, berjudul "analisis pelayanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan jasa JNE", mendukung hasil penelitian ini. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas pelayanan dan citra merek sangat memengaruhi keputusan penggunaan jasa JNE.

4. Variabel kualitas layanan logistik, harga, dan citra merek terhadap keputusan penggunaan

Kualitas layanan logistik, harga, dan citra merek secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, menurut hasil pengolahan data SPSS. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan, harga, dan citra merek, semakin baik keputusan penggunaan. Perusahaan dapat membangun hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan memfasilitasi komunikasi dengan pelanggan jika mereka melayani pelanggan dengan ramah dan responsif, cepat memahami masalah pelanggan, mendengarkan keinginan pelanggan, dan siap membantu jika diperlakukan dengan baik. Akibatnya, kepuasan pelanggan akan meningkat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas layanan, harga, dan citra merek terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi indah logistik cargo agen otonom nasution medan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Thitung variabel kualitas layanan sebesar 2,419 dibandingkan dengan 1.66437, maka $0,02 < 0,05$, menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) terhadap keputusan penggunaan.
2. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan pada indah logistik cargo agen otonom Nasution Medan. Nilai T variabel harga sebesar 2,419 dibandingkan dengan 1.66437, maka $0,02 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang nyata atau signifikan terhadap variabel keputusan penggunaan.
3. Nilai F hitung variabel kualitas layanan sebesar 2,419 dibandingkan

dengan Ftabel sebesar 3,11, dengan 0,05 lebih besar dari Ftabel 0,01, menunjukkan bahwa variabel distribusi dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) atau positif terhadap keputusan penggunaan jasa logistik cargo agen otonom Nasution Medan.

SARAN

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang di peroleh maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi pendistribusian indah logistik carga agen otonom nasution medan agar lebih tepat waktu dan menjaga kondisi paket yang dikirim dengan baik.
2. Bagi pelayanan yang diberikan selama ini kepada pelanggan mampu menjaga keamanan barang yang dikirim agar pelanggan semakin puas dan percaya dan memfasilitaskan ruang tunggu dan kepada karyawan hendaknya selalu tanggap dengan segala kebutuhan pengguna jasa secara lebih cepat dan tepat, baik dalam memberikan bantuan yang dibutuhkan penggunaan jasa dalam melakukan jasa pengiriman di indah logistik cargo.

3. Peneliti berikutnya harus melakukan penelitian dengan menggunakan referensi dan faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amel, A. F. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ovo. *JRMSI-Jurnal Riset Sains Indonesia*, 11(2), 201-223.
- Marlinda, P. (2022). *Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa J&T Express Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Tsalisa, R. A., Hadi, S. P., & Purbawati, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Semarang. *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 11(4), 822-829.
- Wayuni & P.Adam, 2021; Winata & Evyanto, 2019; Yuniarta et al., 2019)