

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian jasa pada PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 83 responden, yang terdiri dari 46 laki-laki (55,22%) dan 37 perempuan (44,78%). Mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan S1 (53,01%), diikuti oleh lulusan SMA (42,17%) dan S2 (4,82%). Sebagian besar responden (88,06%) pernah menggunakan jasa perusahaan, dengan frekuensi penggunaan yang bervariasi dari satu kali hingga lebih dari lima kali.

Dari 83 responden yang disurvei, mayoritas berusia antara 17 hingga 25 tahun, dengan jumlah 75 responden atau 90,4% dari total responden. Kelompok usia 26 hingga 30 tahun terdiri dari 6 responden atau 7,2%. Sedangkan kelompok usia 31 hingga 40 tahun dan yang berusia lebih dari 40 tahun masing-masing hanya memiliki 1 responden atau 1,2%.

Analisis regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,533, sedangkan untuk variabel harga adalah 0,518, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam kualitas pelayanan dan penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Selain itu, uji F yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh simultan yang signifikan antara kedua variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan

harga, terhadap keputusan pembelian. Nilai F yang diperoleh adalah sebesar 179,570 dengan nilai signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa secara keseluruhan, kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang.

Lebih lanjut, uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa sebesar 83,3% variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan harga. Dengan kata lain, sebagian besar keputusan pembelian konsumen dapat diprediksi berdasarkan kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan. Sisa 16,7% variasi dalam keputusan pembelian kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga yang kompetitif dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan mendorong pembelian berulang. Sementara itu, penetapan harga yang kompetitif dapat menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Oleh karena itu, PT Citra Victory Titipan Kilat Cabang Kupang disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan memberikan pelatihan kepada karyawan, memastikan kecepatan dan ketepatan dalam pengiriman, serta menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan. Selain itu, perusahaan juga perlu melakukan evaluasi dan penyesuaian harga secara berkala agar tetap kompetitif di pasar. Dengan strategi-strategi ini, diharapkan

perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan yang sudah ada. Penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa kualitas pelayanan dan harga adalah dua faktor kunci yang harus diperhatikan oleh perusahaan jasa untuk mencapai keberhasilan dalam pasar yang kompetitif.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian, Jasa Pengiriman,