



Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga dalam Menentukan Pembelian pada E-Commerce untuk Kebutuhan Konsumen

Yopie Irawan *

Universitas Pamulang, Indonesia

Email : iyopie9@gmail.com

Alamat: Universitas Pamulang, Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang Bar., Kec. Pamulan, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417

Korespondensi penulis : iyopie9@gmail.com*

Abstract. *The development of the freight forwarding industry is increasing rapidly due to the culture of society that wants everything to be practical. Developing technology has had a major impact in bringing changes to various areas of people's lives over time. Research objects include quality, price perception, and consumer purchasing decisions, Population is not just the number of objects or subjects studied, samples are part of the population that is expected to represent the entire population, To obtain respondents' perceptions related to Service Quality, Price Perception, and Purchasing Decisions, researchers distributed questionnaires online The service quality indicator table shows that the points that must be set are mainly facilities and consumer needs to continue to increase consumer desires. The price perception indicator table shows that the points that must be set by sellers to determine a suitable price so that consumers can enjoy price affordability where the relationship with price affordability is the quality of the product whether it is appropriate The development of the freight forwarding industry is increasing in the era of globalization due to the practical demands of society. Service Quality and Price Perception determine the consumer's desire to buy the product being sold, the points determined by the consumer are usually: 1. Consumer facilities and needs 2. Price affordability 3. Product quality*

Keywords: *Consumer, Quality, Product, Technology*

Abstrak. Perkembangan industri jasa pengiriman barang meningkat dengan semakin pesat disebabkan oleh budaya masyarakat yang menginginkan serba praktis. Teknologi yang berkembang sudah memberikan dampak besar dalam membawa perubahan pada berbagai macam bidang kehidupan masyarakat seiring berjalannya waktu. Objek Penelitian meliputi kualitas, persepsi harga, dan keputusan pembelian konsumen, Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi, Untuk mendapatkan persepsi responden berkaitan dengan Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian, peneliti menyebarkan kuesioner by online Pada tabel indicator kualitas pelayanan menunjukkan bahwa point yang harus ditetapkan terutama fasilitas dan kebutuhan konsumen untuk terus meningkatkan keinginan konsumen. Pada tabel indicator persepsi harga menunjukkan bahwa point yang harus ditetapkan penjual untuk menentukan harga yang cocok agar dapat dinikmati konsumen keterjangkauan harga dimana yang ada hubungan dengan keterjangkauan harga yaitu kualitas produk apakah sesuai Perkembangan industri jasa pengiriman barang meningkat dalam era globalisasi karena tuntutan praktis masyarakat. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga menentukan keinginan konsumen untuk membeli produk yang dijual, point yang ditentukan oleh konsumen biasanya : 1. Fasilitas dan Kebutuhan konsumen 2. Keterjangkauan harga 3. Kualitas Produk

Kata kunci: Konsumen, Kualitas, Produk, Teknologi

1. LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi sekarang ini, perkembangan industri jasa pengiriman barang meningkat dengan semakin pesat disebabkan oleh budaya masyarakat yang menginginkan serba praktis (Sofyan et al., 2022). persaingan bisnis terjadi dengan ketat dan kompleks, sehingga perusahaan dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang efektif guna sebagai peningkatan dan pertahanan banyaknya konsumen. Teknologi yang berkembang sudah

memberikan dampak besar dalam membawa perubahan pada berbagai macam bidang kehidupan masyarakat seiring berjalannya waktu. Perubahan teknologi mendorong sektor usaha untuk mengintegrasikan teknologi sebagai komponen utama dalam strategi mereka, salah satunya adalah strategi menggunakan E-commerce (Prabowo et al., 2021). Meningkatnya jumlah pesaing, kecanggihan teknologi dan meningkatnya edukasi mengenai pemasaran, semakin memacu pelaku bisnis dalam mengembangkan inovasi strategi untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi bagi literatur tentang E-Commerce dengan menguji kualitas pelayanan kepada konsumen (Pramudita & Dkk, 2022).

2. KAJIAN TEORITIS

Pada penelitian terdahulu terkait pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan pada loyalitas konsumen. Menurut (Mangiri & Sasabone, 2023) citra perusahaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi positif dan signifikan pada loyalitas pelanggan di PT Anugrah Karunia Logistik. Artinya jika perusahaan memiliki citra serta kualitas pelayanan membaik, maka loyalitas pelanggan pada perusahaan mengalami peningkatan. Perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan dengan melakukan berbagai strategi pemasaran yang efektif, seperti melakukan kampanye branding, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan membangun reputasi perusahaan yang baik. Kemudian, setiap perusahaan harus melihat kualitas pelayanannya kepada pelanggan, seperti melayani dengan ramah, cepat, dan efisien, serta pemenuh pada keinginan dan kebutuhan dari pelanggannya secara maksimal.

Menurut (Alfayulanda & Murni, 2024) TikTok adalah aplikasi yang banyak digemari diberbagai kalangan usia dari yang muda hingga orang tua. Mahasiswa sering menggunakan TikTok sebagai platform untuk berbelanja online, sehingga terdapat banyak faktor yang memengaruhi keputusan mereka. Tujuan dari penelitian yakni membentuk model persamaan regresi logistik biner, untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan. Populasi pada penelitian yakni seluruh mahasiswa Departemen Matematika Tahun Masuk 2022.

Menurut (Prabowo et al., 2021) Perkembangan perusahaan pelayaran dalam bidang pengangkutan dan penanganan muatan dari waktu ke waktu semakin menjadi kepedulian konsumen. PT Sarana Bandar Logistik, anak perusahaan PT Pelayaran Nasional Indonesia (PELNI) yang melaksanakan kegiatan logistik transportasi laut di negara kita, diharuskan mengembangkan kualitas pelayanan kepada konsumen dengan menaikan kualitas kerja masing-masing bidang dengan melaksanakan sistem, metode atau yang sudah di atur pada

kegiatan bongkar muat di pelabuhan. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Strategi Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan kontribusi sebesar 59,3%, dan 40,7% merupakan pengaruh dari faktor lain. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penulisan menyimpulkan bahwa strategi pemasaran dan kualitas pelayanan secara bersama berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen pada PT Sarana Bandar Logistik.

3. METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 018:113). Perusahaan yang menginginkan agar usahanya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya.

A. Metode Objek Penelitian

Objek Penelitian meliputi kualitas, persepsi harga, dan keputusan pembelian konsumen.

B. Populasi dan Sampel

Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi.

C. Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan persepsi responden berkaitan dengan Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Keputusan Pembelian, peneliti menyebarkan kuesioner by online

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas Layanan Kualitas Layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta penyampaian informasi yang tepat untuk mengimbangi harapan konsumen.

Pengaruh Persepsi Harga Persepsi harga dapat berubah dalam hal peranan-peranannya dalam mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Jika harga sesuai dengan persepsi dan referensi, maka secara positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1 Kualitas Pelayanan

Nama Indikator	Point Indikator
Kualitas Pelayanan	Menyediakan jasa sesuai kebutuhan konsumen
	Menyimpan catatan dokumen
	Menyampaikan jasa secara benar
	Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu
	Kesediaan untuk membantu konsumen
	Karyawan yang bertanggung jawab dan mampu menjawab pertanyaan konsumen
	Fasilitas yang menarik daya tarik konsumen
	Memberikan perhatian individual

Pada tabel indicator kualitas pelayanan menunjukkan bahwa ada beberapa point yang harus ditetapkan penjual untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, terutama fasilitas dan kebutuhan konsumen agar penjual bisa terus meningkatkan keinginan konsumen.

Tabel 2 Persepsi Harga

Nama Indikator	Point Indikator
Persepsi Harga	Keterjangkauan harga
	Kesesuaian harga yang ditawarkan
	Kesesuaian harga yang diinginkan
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	Kesesuaian harga dengan pendapatan
	Kesesuaian harga dengan pelayanan
	Kesesuaian harga dengan fasilitas
	Keterjangkauan harga

Pada tabel indicator persepsi harga menunjukkan bahwa ada beberapa point yang harus ditetapkan penjual untuk menentukan harga yang cocok agar dapat dinikmati konsumen dalam pembelian produk yang dijual, dan keterjangkauan harga juga menentukan konsumen dalam melakukan pembelian, dimana yang ada hubungan dengan keterjangkauan harga yaitu kualitas produk apakah sesuai.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan industri jasa pengiriman barang meningkat dalam era globalisasi karena tuntutan praktis masyarakat. Persaingan bisnis yang ketat mendorong perusahaan untuk

memiliki strategi pemasaran efektif guna meningkatkan dan mempertahankan konsumen. Kualitas Layanan dan Persepsi Harga menentukan keinginan konsumen untuk membeli produk yang dijual, point yang ditentukan oleh konsumen biasanya :

1. Fasilitas dan Kebutuhan konsumen
2. Keterjangkauan harga
3. Kualitas Produk

Saran penulis untuk penelitian ini adalah, agar penelitian selanjutnya menambahkan indicator-indikator pengaruh konsumen dalam menentukan pembelian pada e-commerce

DAFTAR REFERENSI

- Adam, B. (2018). Peranan manajemen strategi dan manajemen operasional dalam meningkatkan mutu pendidikan (Studi kasus di SMPN 13 Depok, Jabar). *Jurnal Tahdzibi*, 3(2), 57–66. <https://doi.org/10.24853/tahdzibi.3.2.57-66>
- Agustyn, V. P., Saputra, R., & Ningrum, D. A. (2024). ANALISIS MANAJEMEN OPERASIONAL PERUSAHAAN MULTINASIONAL (Studi Kasus Pada PT. Unilever Indonesia Tbk.). *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.61715/jmeh.v2i2.82>
- Alfayulanda, P., & Murni, D. (2024). Penerapan Analisis Regresi Logistik Biner Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Berbelanja Online Di Tiktok. *Jurnal Lebesgue : Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika, Matematika Dan Statistika*, 5(1), 178–189. <https://doi.org/10.46306/lb.v5i1.547>
- Arifin, K. M., Surabaya, U. M., Wahjono, S. I., Surabaya, U. M., Ramadhani, N., Surabaya, U. M., Saputri, N. O., & Surabaya, U. M. (2023). *Manajemen Operasi Hotel di Ekonomi Digital Melalui E-commerce Manajemen Operasi Hotel di Ekonomi Digital Melalui E-commerce. December*.
- Azzamani, A. N., & Jakarta, U. M. (2023). *Manajemen Operasional Dan E-Commerce Syariah*. 1(2), 28–38.
- Benny. (2023). Analisis Manajemen Operasional Pada Pt. Indofood. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 357–378.
- Cuandra, F., mariano, H., & Mega Ryana, R. (1941). The Analysis Of Operational Management In Manufacturing Company PT. Godrej Indonesia Analisis Manajemen Operasional Perusahaan Manufaktur PT. Godrej Indonesiaedu 4 *Corresponding Author. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 697–704. <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- Dewi, A. F., & Pratiwi, R. (2021). Analisis Regresi Logistik Biner pada Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Layanan Grab di Kabupaten Lamongan. *Inferensi*, 4(2), 77. <https://doi.org/10.12962/j27213862.v4i2.8637>

- Hasan, G., Wistiasari, D., Hasvia, T. G., De Utami, N. A., & Aulia, G. (2023). Analisis Penerapan Manajemen Operasional : Managing Quality pada Indomaret. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 401–410. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12414>
- Madura, W. (2024). *Analisis Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Kualitas Layanan*. 1(September), 118–128.
- Mangiri, N. J. S., & Sasabone, L. (2023). Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Anugrah Karunia Logistik. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1346–1352. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3177>
- Mikraj, A. L., Hananto, D., Nurwahid, A., Ikhwal, F., Winutan, L., & Riski, M. (2024). *Strategi Manajemen Operasi Commerce di Indonesia Dalam Mengoptimalkan Operasi*. 5(1), 445–458.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>
- Pramesti, A., Novitasari, C., & Oktaviani, D. (2023). Penerapan Manajemen Operasional Di Era Digital Dan Perkembangan E – Commerce. *Economics Business Finance and Entrepreneurship*, 1(1), 88–97.
- Pramudita, A. S., & Dkk. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Logistik Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: J&T Express Dp Padang Sidempuan). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Poltekpos*, 12(1), 1–9.
- Siburian, A. N., & Anggrainie, N. (2022). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 176–191. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Sitanggang, M., Yanuar, T., Syah, R., Dhafi Iskandar, M., & Hamdi, E. (2023). Analisis Penerapan Manajemen Operasional Pada Digital Bank For Kids (Dex Junior). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 5(1), 100–108.
- Sofyan, M., Ahmad Junaidi, stiamiacid, & Fitri Rahmawati, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ekspedisi Pt. Kadiri Logistik Cargo. *Conference Series*, 1(1), 83–95.
- Yulianti, D. T., Adelia, A., & Ibrahim, N. (2018). Analisis Manajemen Operasi menggunakan COBIT 5 – DS01 Manage Operation (Studi Kasus CV.XYZ). *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 4(3), 488–498–488–498. <https://journal.maranatha.edu/index.php/jutisi/article/view/1484>