STRATEGI HARGA, PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPOR IMPOR

SKRIPSI
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA ADMINISTRASI BISNIS PRODI ADMINISTRASI BISNIS SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA

DISUSUN OLEH :

Nama	**: Derry Prayogi**
NPM	**: 14.11083**
Program Studi	**: Administrasi Bisnis**
Pembimbing	**: Dr. Ismi Rajiani, MM**

STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI

SURABAYA
2018

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama	: Derry Prayogi
N.P.M	: 14.11083
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Strategi Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspor Impor.

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di STIA Dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,

(Derry Prayogi)

SKRIPSI

STRATEGI HARGA, PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPOR IMPOR

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : DERRY PRAYOGI

NPM : 14.11083

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

Mengetahui, Tanggal : 11 Juli 2018	Mengetahui, Tanggal : 11 Juli 2018
Ketua Program Studi	Pembimbing
JULI PRASTYORINI, S.Sos, MM	**Dr. ISMI RAJIANI, MM**

Mengetahui, Tanggal : 11 Juli 2018

Ketua STIA dan Manajemen
Kepelabuhanan Barunawati

Drs. IWAN SABATINI, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI HARGA, PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPOR IMPOR

DISUSUN OLEH :

NAMA : DERRY PRAYOGI

NIM : 14.11083

Telah dipresentasikan didepan Dewan Penguji dan dinyatakan LULUS pada

Tanggal 20 Agustus 2018

DEWAN PENGUJI :

KETUA : Drs. Ec. WULYO, MM, M.Si (.....)

SEKRETARIS : Dr. CHOIRUL ANAM, SE, M.Si (.....)

ANGGOTA : SOEDARMANTO, SE, MM (.....)

Mengetahui,

Ketua STIA dan Manajemen
Kepelabuhanan Barunawati

Drs. IWAN SABATINI, M.Si

ABSTRAK

STRATEGI HARGA, PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPOR IMPOR

DERRY PRAYOGI

NPM : 14.11083

Derry Prayogi 14.11083, Judul "Strategi Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspor Impor" Dibawah bimbingan Dr. Ismi Rajiani, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh lokasi, pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen dan penggunaan jasa. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin. Sampel dalam penelitian ini adalah 34 orang pelanggan dari PT. Conexindo International Jaya yang kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh. Hasil dari hipotesis menggunakan uji t menyatakan bahwa variabel harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, namun pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Kemudian menggunakan uji f menyatakan bahwa secara simultan variabel harga, pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa. Angka Adjusted R Square sebesar 0,610 menunjukan bahwa 61% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel harga, pelayanan, lokasi sementara sisanya sebesar 39% dijelaskan faktor lain.

Kata kunci: Harga, Keputusan Pembelian, Lokasi, Pelayanan.

ABSTRACT

PRICE, SERVICE, LOCATION STRATEGY ON DECISIONS OF USE EXPORT IMPORT SERVICES

DERRY PRAYOGI

NPM : 14.11083

Derry Prayogi 14.11083, *Title "Price, Service, Location Strategy on Decisions of Use Export Import Services" Under the guidance of* Dr. Ismi Rajiani, MM.

This study aims to test how much influence the location, service and price toward customer satisfaction and use of services. Sampling using the slovin formula. The sample in this research are 34 customers from PT. Conexindo International Jaya, *then analyzed the data obtained. The result of the hypothesis using t test indicates that price and location variables partially have significant effect on service use decision, but service has no significant effect. Then using the test f states that simultaneously variable prices, services and locations have a positive and significant impact on the use of services. The Adjusted R Square number of 0.610 indicates that 61% of customer satisfaction is explained by the price, service, location variable while the remaining 39% is explained by other factors.*

Keywords : Price, Buying Service Decisions, Location, Service.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Strategi Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspor Impor"**.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir kuliah yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. Iwan Sabatini, M.Si selaku Ketua STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya
2. Juli Prastyorini, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi.
3. Dr. Ismi Rajiani, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, Ilmu serta arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar dan Staff STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.
5. Eric Gunawan selaku Direktur Utama PT. Conexindo international Jaya yang telah mengijinkan penulis melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
6. Seluruh staff dan karyawan PT. Conexindo International Jaya yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data demi kelancaran dalam pelaksanaan penelitian dan penyelesaian penulisan skripsi ini.

7. Untuk Orang Tua saya Ibu Khotima dan Almarhum Ayah Slamet Hardjo, Kakakku Putri Rosmala, dan Saudara - saudara yang selalu mendukung saya.
8. Untuk Mei Sunarti istri saya, yang telah membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini dan memotivasi saya.
9. Seluruh Guruku dari TK Barunawati Surabaya, SDN Perak Barat 1, SMPN 7 Surabaya, SMAN 7 Surabaya yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat, terima kasih telah menjadi cahaya pelita dalam studiku.
10. Sahabat-sabahat saya yang saya cintai Dody, Puput, Dimas, Pugoh, Habib, Puca, Salam, Kak Riyo, Farid, Gayoh, Irfan, dll yang telah mengisi hari-hari saya dengan semangat dan tawa.
11. Teman-temanku angkatan saya, teman seperjuangan dari semester I hingga saat ini selalu bersama-sama melewati suka dan duka menjadi mahasiswa STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya, terima kasih atas motivasi, semangat dan dukungannya.

Peneliti menyadari Skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin.

Surabaya, 04 Juli 2018

Penulis,

Derry Prayogi

NPM : 14.11083

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR.....vii

DAFTAR ISI.....ix

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR.....xiii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 3

1.3 Batasan Masalah 3

1.4 Tujuan Penelitian 3

1.5 Manfaat Penelitian 4

1.6 Metode Penelitian 4

1.7 Sistematika Peneliatian 4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... 6

2.1 Harga 6

2.1.1 Pengertian Harga.....6

2.1.2 Tujuan Harga 6

2.1.3 Indikator Harga 7

2.2 Pelayanan 8

2.2.1 Pengertian Pelayanan.....8

2.2.2 Kualitas Pelayanan.....8

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan 9

2.3 Lokasi 10

2.3.1 Pengertian Lokasi 10

2.3.2 Indikator Lokasi 10
2.4 Keputusan penggunaan Jasa 11
2.4.1 Tahap-tahap Keputusan Proses Pembelian 11
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian 12
2.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspor Impor.....12
2.6 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspor Impor.....12
2.7 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspor Impor..... 13
2.8 Pengertian Pelabuhan dan Terminal.....13
2.9 Penelitian Terdahulu 18
2.11 Kerangka Pikiran 18
2.12 Hipotesis 19
BAB III METODE PENELITIAN 20
3.1 Jenis Penelitian.....20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....21
3.3.1 Observasi.....21
3.3.2 Kuesioner 21
3.3.3 Dokumetasi 22
3.4 Jenis dan Sumber Data.....22
3.4.1 Data Primer 22
3.4.2 Data Sekunder 22
3.5 Definisi Operasional Variabel.....22
3.6 Teknik Analisis Data 23
3.6.1 Uji Kualitas Data 24
3.6.2 Regresi Linier Berganda .....,.... 25
3.6.3 Uji T (Parsial) 25
3.6.4 Uji F (Simultan) 26
3.6.5 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi 26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 27
4.1 Gambaran Umum PT. Conexindo International Jaya 27

4.1.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan 27
4.1.2 Visi dan Misi PT. Conexindo International Jaya 27
4.1.3 Struktur Organisasi 28
4.1.4 Aktivitas/ Kegiatan Perusahaan 29
4.2 Karakteristik Responden Penelitian 29
4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia 29
4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi pelanggan PT. Conexindo International Jaya.....31
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian 31
4.4 Analisis Data dan Pembahasan 37
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 37
4.4.1.1 Uji Validitas 38
4.4.1.2 Uji Reliabilitas 42
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....45
4.6 Uji Hipotesis 43
4.6.1 Uji F (Simultan) 43
4.6.2 Uji T (Parsial) 44
4.7 Pengujian Hipotesis Penentuan Variabel yang Berpengaruh Dominan.....45
4.8 Analisis Koefisien Determinasi Berganda 45
4.9 Pembahasan 46
4.9.1 Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y).....46
4.9.2 Pengaruh Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)....47
4.9.3 Pengaruh Lokasi (X_3) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y) 47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 48
5.1 Kesimpulan.....48
5.2 Saran 48
5.2.1 Bagi PT. Conexindo International Jaya 48
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....49
DAFTAR PUSTAKA 50
LAMPIRAN.....52

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 15

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 29

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....30

Tabel 4.3 Karakteristk Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan PT. Conexindo International Jaya 31

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Harga (X_1) 32

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X_2).....33

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_3).....34

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pelanggan (Y).....35

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Uji Validitas Harga (X_1).....38

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_2).....39

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_3) 40

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel keputusan Pelanggan (Y) ..40

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas 41

Tabel 4.13 Regresi Linier Berganda.....42

Tabel 4.14 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05 44

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R2.....46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....18

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....28

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi laut merupakan urat nadi perekonomian bagi negara kepulauan, khususnya bagi Indonesia. Keberadaan transportasi laut di Indonesia dapat memperlancar kegiatan perekonomian di setiap daerah di Indonesia, sehingga dapat merangsang pertumbuhan ekonomi daerah-daerah di Indonesia. Menurut Adityawarman (2012), pembangunan ekonomi nasional dapat dipercepat dan diperluas salah satunya dengan strategi mengedepankan penguatan konektivitas antar pulau terutama pulauterluar.

Transportasi laut merupakan pilihan transportasi yang efisien bagi dunia perdagangan. Pengangkutan barang dalam jumlah besar baik dalam negeri maupun luar negeri lebih banyak menggunakan fasilitas transportasi laut, karena biaya angkut per unit jauh lebih murah dan pengangkutan dapat dilakukan sekaligus dalam jumlah besar. Dalam menunjang sarana transportasi laut, keberadaan pelabuhan merupakan unsur penting. Pelabuhan berperan sebagai pintu gerbang perdagangan bagi suatu daerah. Dilihat dari perkembangan kota-kota besar di Indonesia, pelabuhan memiliki peran penting dalam menunjang pembangunan kota tersebut. Beberapa contohnya yaitu Jakarta dengan pelabuhan Tanjung Priok, dan Surabaya dengan pelabuhan Tanjung Perak.

PT. Conexindo International Jaya adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Ekspedisi Muatan Kapal Laut Ekspor Impor , Berdiri pada tahun 2009, yang dikelola oleh Bapak Eric Gunawan selaku *owner* dan juga direktur perusahaan, PT. Conexindo International Jaya sekarang merupakan salah satu EMKL besar dan mampu bersaing di Surabaya. PT. Conexindo International Jaya bertempat di Jl. Ruko Klampis Jaya Square B-12 Surabaya, yang didukung dengan 24 karyawan tetap dan profesional dibidangnya. PT. Conexindo International Jaya bekerja dengan kualitas ketepatan waktu, sehingga menjadi salah satu perusahaan

yang handal dalam menangani dokumen ekspor impor dan juga pengiriman barang ke gudang.

Setiap perusahaan dituntut untuk mendayagunakan seluruh tingkat sumber daya secara maksimal agar dapat memenangkan pesaing dan mampu tetap bertahan. Dengan demikian tingginya tingkat persaingan yang ada, maka perusahaan harus semakin mengetahui apa yang diinginkan oleh pasar. Menurut Ricky (2014), strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaian dari tujuan strateginya. Strategi menempatanpasar bagi perusahaan adalah untuk memperoleh keunggulan bersaing dengan menawarkan nilai pelanggan yang unggul. Tidak ada satu strategi yang baik untuk semua perusahaan. Setiap perusahaan harus menemukan apa yang paling masuk akal pada kedudukannnya di industri bersangkutan dan sasaran, kesempatan dan sumber dayanya.

Strategi penempatan merupakan langkah perusahaan guna membentuk dan menanamkan citra (*image*) yang berbeda dimata konsumen/ pengguna jasa terhadap produk perusahaan yang menjadi faktor pembeda dengan perusahaan pesaing, sehingga posisi perusahaan di pasar semakin meningkat.

Strategi membentuk keputusan pelanggan dapat dilihat dari 3 faktor, diantaranya: harga, pelayanan dan lokasi. Menurut Kotler (2011) Harga sangat menentukan sekali dalam keputusan pengguna jasa untuk menentukan apakah dia akan menggunakan jasa dari penyedia jasa tersebut atau mencari penyedia jasa lain dengan harga yang lebih murah. Selain harga, pelayanan dan lokasi juga menentukan pengguna jasa dalam memutuskan keputusannya untuk menggunakan jasa yang diinginkan.

Berdasarkan gambaran diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai strategi pasar yang diterapkan PT. Conexindo International Jaya. Oleh karena itu, penulis mengambil judul **“Strategi Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Ekspor Impor”.**

1.2 Rumusan permasalahan penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Conexindo International Jaya?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Conexindo International Jaya?
3. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Conexindo International Jaya?
4. Manakah diantara variable harga, pelayanan, dan lokasi yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pengguna jasa pada PT. Conexindo International Jaya?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan "Harga, Pelayanan, Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspor Impor". Keputusan penggunaan jasa dipilih karena peningkatan keputusan penggunaan jasa akan membawa dampak yang positif bagi perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang diajukan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor pada PT. Conexindo International Jaya.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor pada PT. Conexindo International Jaya.
3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor pada PT. Conexindo

International Jaya.

4. Untuk mengetahui manakah diantara variable harga, pelayanan, dan lokasi yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor pada PT. Conexindo International Jaya.

1.8 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan strategi harga, pelayanan dan lokasi.
2. Bagi peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
3. Bagi peneliti selanjutnya: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.9 Metodelogi Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian survey, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Penelitian survey digunakan dengan maksud penjelasan (*explanatory*) agar data-data yang dikumpulkan, diproses, dan dianalisis untuk menjelaskan hubungan atau korelasi antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

1.10 Sistematika Penelitian

Bab I adalah pendahuluan berfungsi sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian pada bab ini berisikan mekanisme penelitian yaitu menguraikan secara berurutan kegiatan penelitian dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodelogi penelitian, sistematika penelitian.

Bab II adalah tinjauan pustaka yang meliputi pengertian variabel, indikator setiap variabel, penelitian terdahulu dan hipotesis.

Bab III merupakan uraian mengenai jenis penelitian, pengambilan sampel dalam populasi, metode penelitian yang digunakan.

BAB IV dalam bab ini akan menguraikan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian dengan menjabarkan tentang pelaksanaan metode yang digunakan kemudian kesimpulan yang diambil dari berbagai uji yang telah diteliti.

Bab V adalah penutup dari keseluruhan pembahasan ini yang meliputi kesimpulan dan saran

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Harga

2.1.1 Pengertian Harga

Menurut Kotler (2008:345) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa, sedangkan menurut Tjiptono (2008:469) harga dapat diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh nilai atas hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang sifatnya fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka-angka yang tertera di label suatu kemasan atau rak toko, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi. Sewa rumah, uang sekolah, ongkos, upah, bunga, harga, biaya penyimpanan dan gaji semuanya merupakan harga yang harus anda bayar untuk mendapatkan barang atau jasa.

Jadi dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk menikmati suatu jasa tertentu.

2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Kotler (2009:76) ada lima tujuan utama dalam menetapkan harga:

a. Kemampuan bertahan

Perusahaan mengejar kemampuan bertahan sebagai tujaun utama mereka jika mereka mengalami kelebihan kapasitas, persaingan ketat, atau keinginan konsumen yang berubah. Selama harga menutup biaya variabel dan biaya tetap, maka perusahaan tetap berada dalam bisnis.

b. Laba saat ini maksimum

Banyak perusahaan berusaha mendapatkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini, Perusahaan memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga yang

menghasilkan laba saat ini, arus kas, atau tingkat pengembalian atas investasi maksimum.

c. Pangsa pasar maksimum

Perusahaan percaya bahwa semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Perusahaan menetapkan harga terendah mengasumsikan pasar sensitif terhadap harga.

d. *Market Skimin Pricing*

Perusahaan mengungkapkan teknologi baru yang menetapkan harga tinggi untuk memaksimalkan memerah pasar dimana pada mulanya harga ditetapkan tinggi dan secara perlahan turun seiring waktu.

e. Kepemimpinan kualitas produk

Banyak merek perusahaan menjadi "kemewahan terjangkau" produk atau jasa yang ditentukan karakternya oleh tingkat kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga yang cukup tinggi agar tidak berada diluar jangkauan konsumen.

2.1.3 Indikator Harga

Menurut Kotler (2012:52), indikator harga adalah:

1. Daftar harga

Daftar harga merupakan list harga yang berlaku untuk menggunakan suatu produk atau jasa.

2. Potongan harga

Potongan harga juga dapat disebut diskon atau *cashback* yang diberikan untuk maksud tertentu.

3. Periode pembayaran

Cara yang dilakukan konsumen untuk melakukan suatu pembayaran atas transaksi yang sudah dilakukan.

2.1 Pelayanan

2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain, sedangkan menurut Moenir (2010:26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.Menurut Sampara dalam Sinambela (2011:5) pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan, sedangkan menurut Zein (2009:226) pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Mahmoedin (2010:2) pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk orang lain yang bersifat menjamu.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2012:58) untuk melayani pelanggan secara prima kita diwajibkan untuk memberikan layanan yang pasti handal, cepat serta lengkap dengan tambahan empati dan penampilan menarik, sedangkan menurut Sampara dalam Hardiansyah (2011:35) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dilakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik.

Menurut Goetsch dan Davis dalam Hardiansyah (2001:36) kualitas pelayanan adalah sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhnya harapan atau kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat

menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Dalam hal ini kualitas pada dasarnya terkait dengan pelayanan yang baik, yaitu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan atau masyarakat secara memuaskan, sedangkan menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012:157) mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan, artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

2.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan (Indikator)

Menurut Zheithalm dalam ariani (2009:180), ada lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (Service Quality) yang terdiri dari:

1. Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, rak, buku, meja, kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
2. Keandalan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpecaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan akutarasi yang tinggi.
3. Daya tanggap adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. Jaminan adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3 Lokasi

2.3.1 Pengertian Lokasi

Menurut Kotler (2012:92) lokasi yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau tujuan terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, menurut Swastha (2009:124) lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

Menurut Kasmir (2009:129) lokasi yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya, sedangkan menurut Lupiyoadi (2009:42) lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Jadi dapat disimpulkan, lokasi adalah tempat dimana konsumen dapat melakukan transaksi untuk menggunakan barang atau jasa yang dia inginkan.

2.3.2 Indikator Lokasi

Menurut Santoso dan Widowati (2011:183) variabel lokasi lebih memakai indikator berikut:

a. Keterjangkauan lokasi

   Keterjangkauan lokasi merupakan ukuran seberapa jarak jauh dekatnya suatu lokasi.

b. Kelancaran akses menuju lokasi

Kondisi dimana pengguna jasa dalam menuju lokasi pelayanan dalam keadaan lancar atau terhambat.

c. Kedekatan Lokasi

Kedekatan lokasi dapat diartikan seberapa jauh lokasi tersebut berada.

2.4 Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut Kotler (2009:184) keputusan pembelian adalah keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi, sedangkan Tjiptono (2008:19) keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Menurut Suharno (2010:96) keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk atau jasa serta mengkonsumsinya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keputusan pelanggan adalah status dimana pelanggan sudah menentukan mau atau tidak untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.4.1 Tahap-Tahap Keputusan Proses Pembelian

Menurut Kotler (2012:166) ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian yaitu:

a. Pengenalan masalah

Tahap dimana pelanggan mulai mengenali tentang produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Pencarian Infomasi

Tahap dimana pelanggan mulai mencari-cari informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan.

c. Evaluasi Alternatif

Tahap dimana pelanggan mulai melakukan *review* atas informasi yang didapatkannya mengenai produk atau jasa tertentu.

d. Keputusan Pembelian

Tahap dimana pelanggan sudah memutuskan mau atau tidak untuk mengkonsumsi produk atau jasa tertentu.

e. Perilaku Setelah pembelian

Tahap dimana pelanggan sudah menikmati produk atau jasa tertentu dan ingin mengkonsumsi kembali atau tidak atas produk atau jasa tersebut.

2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Hasu dan Chang (2008) mengemukakan, indikator untuk mengatur keputusan pembelian adalah:

1. Keinginan untuk menggunakan produk atau jasa

   Adanya rasa ingin memiliki atau menggunakan produk atau jasa tertentu.

2. Keinginan untuk membeli produk atau jasa

   Adanya rasa ingin membeli produk atau jasa tertentu.

3. Memprioritaskan pembelian suatu produk atau jasa

   Keinginan untuk mengulang pembelian produk atau jasa tertentu.

4. Kesediaan untuk berkorban (waktu, biaya, dan tenaga) mendapatkan suatu produk atau jasa bersedia mengorbankan apa yang dimilikinya untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

2.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekpor Impor

Menurut Lisda Rahmasari (2008), Pengaruh harga dalam menentukan keputusan pengguna jasa sangat besar sekali, dimana harga merupakan pintu gerbang awal yang dilihat secara nyata oleh pengguna jasa EMKL ekspor impor dalam menentukan iya atau tidaknya untuk menggunakan jasa EMKL tersebut.

2.6 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspor Impor

Pelayanan merupakan ujung tombak terkait masalah kepuasan pelanggan. Pelayanan dapat dikatakan sebagai salah satu cara untuk memuaskan atau menjamu pengguna jasa dengan baik, sehingga pengguna jasa merasa di istimewakan ketika menggunakan jasa tersebut. Sesuai dengan penelitian terdahulu Lisda Rahmawati (2008), Pelayanan yang baik akan berdampak pada keputusan pengguna jasa untuk menggunakan kembali jasa tersebut atau tidak.

2.7 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Ekspor Impor

Lokasi merupakan hal yang tak lupa harus terus di pantau demi mendapatkan pengguna jasa atas suatu jasa yang diberikan. Menurut Lisda Rahmawati (2008), Lokasi yang strategis dan akses yang mudah menuju ke lokasi, memberikan dampak tersendiri terhadap pengguna jasa. Oleh karena itu, faktor lokasi harus terus di pantau.

2.8 Pengertian Pelabuhan dan Terminal

Berdasarkan UU Nomor 17 Tahun 2008 tentang pelayaran, definisi pelabuhan adalah tempat yang terdiri atas daratan dan atau perairan dengan batas-batas tertentu sebagai tempat kegiatan pemerintahan dan kegiatan pengusahaan yang dipergunakan sebagai tempat kapal bersandar, naik turun penumpang, dan atau bongkar muat barang, berupa terminal dan tempat berlabuh kapal yang dilengkapi dengan fasilitas keselamatan dan keamanan pelayaran dan kegiatan penunjang pelabuhan serta sebagai tempat perpindahan intra dan antarmoda transportasi.

Menurut Bambang Triatmodjo (2009:3) Pelabuhan adalah daerah perairan yang terlindung terhadap gelombang yang dilengkapi dengan fasilitas terminal laut meliputi dermaga dimana kapal dapat bertambat untuk bongkar muat, kran-kran (*crane*) untuk bongkar muat, gudang laut dan tempat-tempat penyimpanan dimana kapal membongkar muatannya dan gudang-gudang dimana barang-barang dapat disimpan dalam waktu yang lebih lama selama menunggu pengiriman kedaerah tujuan atau pengapalan, sedangkan menurut Lasse (2012:1) Pelabuhan adalah tempat dimana tersedia perlengkapan untuk memindahkan barang atau penumpang ke dan dari alat angkut perairan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pelabuhan adalah tempat terjadinya kegiatan perekonomian suatu daerah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Teknik Analisis	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Lisda Rahmasari (2008)	Analisis pengaruh harga, lokasi, pelayanan, fasilitas, dan kredibilitas terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa hotel di Semarang	- Uji Validitas dan reliabilitas - Uji asumsi klasik - Uji regresi berganda - Uji t - Uji F	Harga, Lokasi, Pelayanan, dan Keputusan Penggunaan Jasa	Fasilitas dan Kredibilitas serta objek penelitian	Harga, Lokasi, Pelayanan, Fasilitas dan Kredibilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2	Yoshua Alvinson (2013)	Analisis pengaruh harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan studio music (studi pada pelanggan studio music 40 Banyumanik)	- Uji Validitas dan reliabilitas - Uji asumsi klasik - Uji regresi linier berganda - Uji F& uji t	Harga, Lokasi, dan keputusan Pembelian	Fasilitas dan Objek penelitian	Harga, Lokasi, Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian

3	Septiyana Shofa Amalia (2016)	Analisis Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa (Studi Kasus pada Pengguna Jasa Tiki di Semarang)	- Uji Validitas dan reliabilitas - Uji asumsi klasik - Uji regresi linier berganda - Uji F& uji t	Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian	*Brand Image* dan Objek Penelitian	Harga, lokasi, kualitas pelayanan dan *Brand image* terhadap keputusan pembelitan
4	Nicklouse Christian Lempoy (2015)	Pengaruh harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan menggunakan jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder	- Uji Validitas dan reliabilitas - Uji asumsi klasik - Uji regresi linier sederhana - Uji F& uji t	Harga, Lokasi, dan Keputusan menggunakan jasa	Fasilitas dan Objek Penelitian	Harga, Lokasi, Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa

5	Syamsul Arifin (2013)	Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian besi	- Uji Validitas dan reliabilitas - Uji asumsi klasik - Uji regresi linier sederhana Uji F& uji t	Harga, Lokasi, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	Produk, Harga, Fasilitas dan Objek Penelitian	Keseluruhan variabel X Berpengaruh terhadap Y
6	Andy Soenarto (2011)	Pengaruh Harga, *Brand Image*, Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian sepatu *convers* di Malang Town Square.	- Uji Validitas dan Reliabilitas - Uji Asumsi Klasik - Uji Regresi Linier Berganda - Uji F&T	Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keputusan Pembelian	*Brand Image* dan Objek Penelitian	*Brand Image*, Pelayanan dan Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2.9 GAP Penelitian Terdahulu

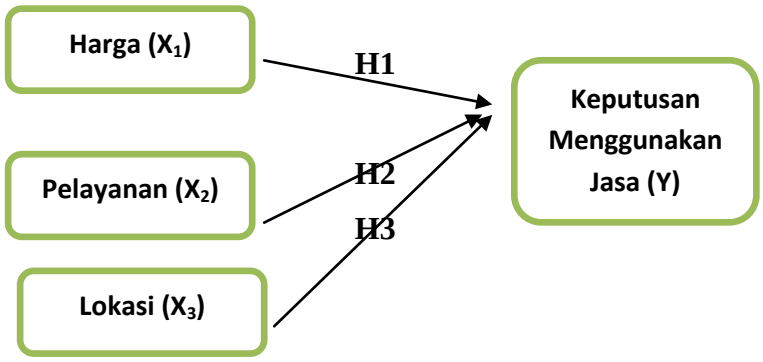
Dari Tabel 2.1 diatas ditemukan GAP antara peneliti terdahulu Septiyana Shofa (2016) & Andy Soenarto (2011) dengan judul yang hampir sama yaitu sama-sama mencari pengaruh harga, lokasi, *brand image* dan pelayanan terhadap keputusan pembelian/ penggunaan jasa. Dapat dilihat perbedaan diantara hasil dari keduanya bahwa hampir seluruh aspek memiliki pengaruh yang signifikan, tapi dipenelitian Andy Soenarto (2011) Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap merk sepatu *convers*.

2.10 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan rancangan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2010:60) mengemukakan bahwa, kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti, yang selanjutnya dirumuskan dalam bentuk paradigm penelitian dan setiap menyusun paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berpikir.

Berdasarkan uraian di atas kerangka pemikiran yang dikembangkan dalam penelitian ini mengacu pada tinjauan teori sehingga dapat digambarkan dalam model penelitian sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.11 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan (Sugiyono, 2011:64). Dari rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas maka peneliti akan mengajukan hipotesis seperti berikut:

1. H1 = Diduga bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor PT. Conexindo International Jaya.
2. H2 = Diduga bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor PT. Conexindo International Jaya.
3. H3 = Diduga bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor PT. Conexindo International Jaya.
4. H4 = Diduga bahwa variabel harga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pengguna jasa ekspor impor PT. Conexindo International Jaya.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis pendekatan penelitian dalam studi ini yaitu jenis kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau pada sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan (Sugiyono, 2011:8).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Salah satu langkah yang ditempuh dalam penelitian adalah menentukan objek yang akan diteliti dan besarnya populasi yang ada. Menurut (Sugiyono, 2011:11) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari karakteristik yang dimilki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya yang berjumlah 51 Orang.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Sujarweni, 2015) yang dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \,.\, e^2)}$$

Dimana:

n = Jumlah anggota sampel

N = Jumlah anggota populasi

e = Persen kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan,Dengan menggunakan e sebesar 10%, maka jumlah sampel dari rumus Slovin tersebut dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{51}{1 + (51.0{,}1^2)}$$

$$n = \frac{51}{1{,}51}$$

=33,8

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 34 responden untuk mewakili jumlah populasi dan mendapat data yang akurat dengan menggunakan *random sampling*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Observasi

Pengumpulan data tahap pertama pada penelitian ini yaitu melakukan observasi. Menurut Sutrisno Hadi dalam (Sugiyono, 2013:145) Observasi merupakan proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Jadi pada tahap pertama penulis melakukan observasi masalah strategi perusahaan yang meliputi: harga, pelayanan, dan lokasi di PT. Conexindo International Jaya.

3.3.2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2010:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam skala pengukurannya, penelitian ini menggunakan skala likert. Setiap responden mengisi setiap jawaban dari setiap pernyataan yang di berikan dengan tingkatan gradasi sangat positif hingga sangat negatif (Sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju). Tingkatan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
b. Setuju (S) diberi skor 4
c. Netral (N) diberi skor 3
d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

3.3.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan kuesioner dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2013:240). Dokumentasi dalam penelitian ini, berupa foto kegiatan PT. Conexindo International Jaya.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari responden. Pengumpulan data ini biasanya dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada obyek penelitian dan diisi secara langsung oleh responden.

3.4.2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data yang didapatkan dari arsip yang dimiliki organisasi instansi, studi pustaka, penelitian terdahulu, literatur, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

3.5 Definisi Operasional Variabel

1. Variebel Independen (X)
   a. Harga (X1)

      Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Indikator yang dapat diangkat:

1. Penempatan Harga
2. Cara Pembayaran
3. Persaingan Harga

b. Pelayanan (X2)

Pelayanan merupakan sikap atau cara perushaan dalam melayani pelanggan yang menggunakan produk atau jasa mereka yang bertujuan agar pelanggan merasa puas atas produk yang mereka gunakan. Indikator yang dapat diangkat adalah:

1. Bukti langsung
2. Keandalan
3. Jaminan

c. Lokasi (X3)

Lokasi adalah tempat dimana perusahaan bermarkas dan beroperasi melakukan kegiatan usahanya, indikator yang dapat diangkat adalah:

1) Akses
2) Tempat parkir yang luas
3) Lingkungan
4) Lalu lintas

2. Variabel Dependen (Y)

Keputusan konsumen yaitu kegiatan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan dan menilai pilihan secara sistematis dan objektif dengan indikator:

1. Pencarian Informasi
2. Keputusan Pembelian
3. Perilaku setelah pembelian

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri

sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2011:244). Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

3.6.1 Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas data digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Dan suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2011:121). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai $r_{hitung,}$ untuk setiap butir pernyataan dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlations*, dengan *Table Pearson Product Moment*, untuk mencari N = 34 yaitu 0,339. Jika r_{hitung}>*Table Pearson Product Moment*, dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid (Ghozali dalam Simanjuntak, 2013)

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2011:124). Uji reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Hasilnya jika suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha*> 0.60 (Ghozali dalam Syafrizal, 2011).

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang tidak diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dengan menggunakan dasar analisis sebagai berikut: (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, (2) jika tidak ada yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 142).

3.6.2 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dipergunakan untuk menggambarkan garis yang menunjukan arah hubungan antar variabel, serta dipergunakan untuk melakukan prediksi. Analisa ini dipergunakan untuk menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk menelusuri pola hubungan yang modelnya belum diketahui dengan sempurna.Dalam penelitian ini model persamaan dalam analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e}$$

Keterangan:

Y	= Keputusan pelanggan
a	= Konstanta
β_1, β_2, β_3	= Koefisien regresi β_1(Harga), β_2(Pelayanan), β_3 (Lokasi)
X_1	= Harga (Harga)
X_2	= Pelayanan
X_3	= Lokasi
e	= Estimasi *error* dari masing-masing variabel

3.6.3 Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh hubungan satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen

(Ghozali, 2009:88). Dalam penelitian ini pengujian pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari: Harga(X_1), Pelayanan (X_2), Lokasi (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Keputusan pelanggan. H0 diterima ketika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 dan H0 ditolak ketika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan signifikansi lebih dari 0,05.

3.6.4 Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya adalah untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang di masukkan dalam model memiliki hubungan secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009:88). Dalam penelitian ini pengujian hubungan variabel independen (X) yang terdiri dari: Harga(X_1), Pelayanan (X_2), Lokasi (X_3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Y) yaitu Keputusan pelanggan. H0 diterima ketika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 dan H0 di tolak ketika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi lebih dari 0,05.

3.6.5 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen mamberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak perduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik (Ghozali, 2011: 97).Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% sebagai pembanding untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terdiri dari harga, pelayanan, dan lokasi terhadap variabel terikat yaitu keputusan menggunakan jasa.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. Conexindo International Jaya

4.1.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan

PT. Conexindo International Jaya adalah Perusahaan yang bergerak dibidang Forwarding dan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) Ekspor Impor yang berdiri pada tahun 2009. Dikelola oleh Bapak Eric Gunawan selaku *owner* dan juga direktur perusahaan, PT. Conexindo International Jaya sekarang merupakan salah satu EMKL besar dan mampu bersaing di Surabaya. Komoditi yang diekspor diantaranya kayu, krimer, sepeda, dll. PT. Conexindo International Jaya bertempat di Jalan Ruko Klampis Jaya Square B-12 Surabaya, yang didukung dengan 24 karyawan tetap dan profesional dibidangnya. PT. Conexindo International Jaya bekerja dengan kualitas ketepatan waktu, harga yang lebih efisien sehingga menjadi salah satu perusahaan yang dipercaya banyak eksportir maupun importir dalam menangani dokumen ekspor impor dan juga pengiriman barang ke gudang.

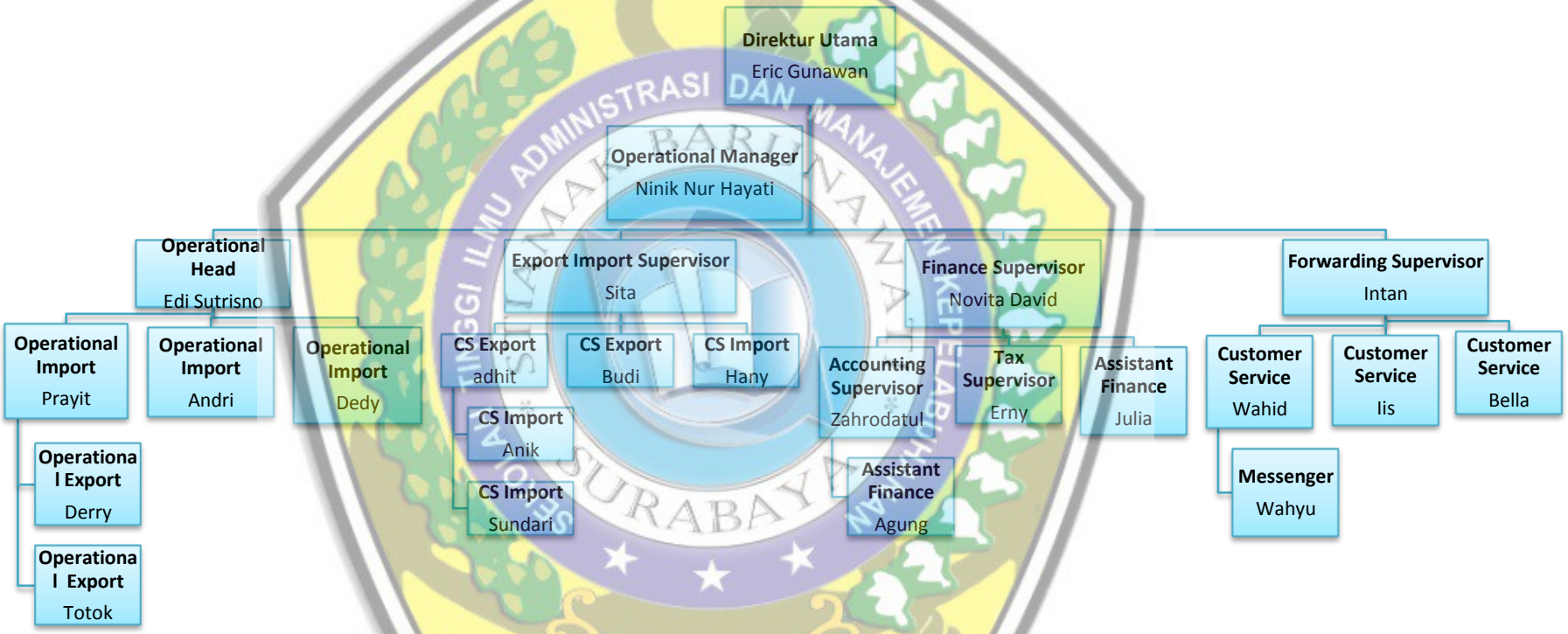
4.1.2 Visi dan Misi PT. Conexindo International Jaya

Visi : Mutu, Cepat dan Terpercaya.

Misi : Menjadi Perusahaan EMKL Ekspor Impor dengan pelayanan jasa terbaik dan harga bersaing.

4.1.3 Struktur Organisasi

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Conexindo International Jaya



Sumber : PT. Conexindo International Jaya

4.1.4 Aktivitas/ Kegiatan Perusahaan

Aktivitas/ kegiatan perusahaan PT. Conexindo International Jaya, sebagai berikut:

1. Mengkoreksi setiap dokumen yang sudah di email dari customer/ *shipper*(eksportir).
2. Membuat list ETA (Estimasi Kedatangan Kapal) dan ETD (Estimasi Keberangkatan Kapal).
3. Input dokumen ekspor dan impor.
4. Memberikan informasi dokumen.
5. Mengawasi proses dokumen hingga keluar masuknya kontainer.
6. Melakukan perjanjian dan penawaran kepada customer dan pihak trucking.
7. Memberikan laporan kepada *consignee* atau customer.
8. Membuat laporan keuangan pengeluaran tiap kontainer.
9. Membuat slip penagihan kepada customer.
10. Evaluasi sistem dan kegiatan perusahaan setiap minggunya.

4.2 Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 34 responden yaitu pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi usia, jenis kelamin, dan lama menjadi pelanggan PT. Conexindo International Jaya Surabaya. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

4.2.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	20-30	12	35,3%
2	31-40	15	44,1%

3	41-50	5	14,7%
4	51-60	2	5,9%
Jumlah		34	100%

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan usia dapat diketahui jumlah pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya yang berusia 20-30 tahun sebanyak 12 orang dengan jumlah persentase sebesar 35,3%, yang berumur 31-40 tahun sebanyak 15 orang dengan jumlah persentase sebesar 44,1%, yang berumur 41-50 tahun sebanyak 5 orang dengan jumlah persentase sebesar 14,7%, dan yang berumur 51-60 tahun sebanyak 2 orang dengan jumlah persentase sebesar 5,9%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya lebih banyak yang berusia 31-40 tahun.

4.2.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	26	76,5%
2	Perempuan	9	26,5%
	Jumlah	34	100%

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan hasil data responden yang ada, karakteristik jenis kelamin responden menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang dengan jumlah persentase 76,5%, dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 9 orang dengan jumlah persentase 26,5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya, pelanggan pengguna jasa laki-laki lebih banyak daripada perempuan.

4.2.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan PT. Conexindo International Jaya

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan PT. Conexindo International Jaya

No	Lamanya	Jumlah	Persentase (%)
1	1-2 Tahun	9	26,5%
2	2-3 Tahun	8	23,5%
3	3-4 Tahun	4	11,8%
4	>5 Tahun	13	38,2%
	Jumlah	34	100%

Sumber: data primer diolah (2017)

Berdasarkan lamanya menjadi pelanggan PT. Conexindo International Jaya Surabaya, dapat diketahui jumlah pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya yang sudah menjadi pelanggan selama 1-2 tahun sebanyak 9 orang dengan jumlah persentase sebesar 26,5%, yang sudah menjadi pelanggan selama 2-3 tahun sebanyak 8 orang dengan jumlah persentase sebesar 23,5%, yang sudah menjadi pelanggan selama 3-4 tahun sebanyak 4 orang dengan jumlah persentase sebesar 11,8%, dan yang sudah menjadi pelanggan selama >5 tahun sebanyak 13 orang dengan jumlah persentase sebesar 38,2%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya lebih banyak yang menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya selama >5 Tahun.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian pada 34 pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya. Untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan menggunakan jasa PT. Conexindo

International Jaya. Hasil penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada 34 responden adalah sebagai berikut:

Distribusi frekuensi penelitian responden terhadap varibel harga(X_1)

Dalam penelitian ini variabel hargadengan 4 item pernyataan yang diajukan kepada responden.

Hasil penelitian responden terhadap variabel harga (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel harga (X_1)

No.	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Harga yang berlaku di PT. Conexindo International Jaya sesuai dengan apa yang saya inginkan	20	13	1	0	0	34
		58,9%	38,2%	2,9%	0%	0%	100%
2	Peralatan, perlengkapan, dan sarana PT. Conexindo International Jaya baikHarga yang berlalu sesuai dengan fasilitas yang ada	18	16	0	0	0	34
		52,9%	47,1%	0%	0%	0%	100%
3	Di PT. Conexindo International Jaya memberikan cara pembayaran yang mudah sesuai dengan yang ada inginkan	17	16	1	0	0	34
		50%	47,1%	2,9%	0%	0%	100%
4	Sistem pembayaran yang berlaku di PT. Conexindo International Jaya cepat dan efisien	18	16	0	0	0	34
		52,9%	47,1%	0%	0%	0%	100%

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel harga (X_1) sebagian besar menjawab sangat setuju. Apabila disusun berdasarkan jumlah responden yang menjawab sangat setuju yang diperoleh untuk pernyataan 1 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 58,9%, untuk pernyataan 2 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%, untuk pernyataan 3 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang atau 50%, dan untuk pernyataan 4 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%.

Distribusi frekuensi penilaian responden terhadap Pelayanan (X_2)

Dalam penelitian ini variabel pelayananterdiri dari 5 item pernyataan, hasil penelitian responden terhadap pelayanan (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X_2)

No.	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Peralatan yang digunakan di PT. Conexindo International Jaya sesuai dengan yang saya harapkan	9	23	2	0	0	34
		26,5%	67,6%	5,9%	0%	0%	100%
2	Karyawan di PT. Conexindo International Jaya memiliki sikap yang professional	14	19	1	0	0	34
		41,2%	55,9%	2,9%	0%	0%	100%
3	Dalam memberikan jaminan, PT. Conexindo International Jaya selalu memperhatikan keinginan konsumen	17	16	1	0	0	34
		50%	47,1%	2,9%	0%	0%	100%
4	Karyawan PT. Conexindo	18	15	1	0	0	34

	International Jaya selalu memenuhi kebutuhan konsumen dan masukan konsumen	**52,9%**	**44,1%**	**2,9%**	**0%**	**0%**	**100%**
5	Keterampilan karyawan dalam bekerja sangat memuaskan konsumen	**18**	**16**	**0**	**0**	**0**	**34**
		52,9%	**47,1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel pelayanan (X_2) sebagian besar menjawab sangat setuju. Apabila disusun berdasarkan jumlah responden yang menjawab sangat setuju yang diperoleh untuk peryataan 1 responden yang menjawab setuju sebanyak 9 orang atau 26,5%, untuk pernyataan 2 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 orang atau 41,2%, untuk pernyataan 3 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 orang atau 50%, untuk pernyataan 4 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%, dan untuk pernyataan 5 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%.

Distribusi frekuensi penilaian responden terhadap lokasi (X_3)

Dalam penelitian ini variabel lokasi dengan 4 item pernyataan, hasil penelitian responden terhadap lokasi (X_3) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Lokasi (X_3)

No.	Pernyataan	Skala Nilai					Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	Lokasi PT. Conexindo International Jaya mudah dijangkau	**18**	**16**	**0**	**0**	**0**	**34**
		52,9%	**47,1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**
2	Sarana dari dan menuju PT. Conexindo International Jaya mudah	**18**	**16**	**0**	**0**	**0**	**34**
		52,9%	**47,1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**

	diperoleh.						
3	Lingkungan di PT. Conexindo International Jaya bersih dan nyaman.	**20**	**12**	**2**	**0**	**0**	**34**
		58,8%	**35,3%**	**5,9%**	**0%**	**0%**	**100%**
4	Petunjuk jalan menuju PT. Conexindo International Jaya sangat jelas	**20**	**14**	**0**	**0**	**0**	**34**
		58,8%	**41,2%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel lokasi (X_3) sebagian besar menjawab sangat setuju. Apabila disusun berdasarkan jumlah responden yang menjawab sangat setuju yang diperoleh untuk peryataan 1 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%, untuk pernyataan 2 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%, untuk pernyataan 3 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 58,8%, dan untuk pernyataan 4 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 orang atau 58,8%.

Distribusi frekuensi penilaian responden terhadap keputusan pelanggan (Y)

Dalam penelitian ini variabel keputusan pelanggan dengan 6 item pernyataan, dan hasil penilaian responden terhadap variabel keputusan pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan		Skala Nilai				Total
		SS	S	N	TS	STS	
1	PT. Conexindo International Jaya sudah anda ketahui sebagai perusahaan dibidang	**21**	**13**	**0**	**0**	**0**	**34**
		61,8%	**38,2%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**

	EMKL ternama di Surabaya						
2	Anda pernah mendapatkan promosi dari orang lain untuk menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya	**22**	**12**	**0**	**0**	**0**	**34**
		64,7%	**35,3%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**
3	Saya merasa yakin untuk memili jasa PT. Conexindo International Jaya untuk kebutuhan saya	**21**	**11**	**2**	**0**	**0**	**34**
		61,8%	**32,4%**	**5,9%**	**0%**	**0%**	**100%**
4	Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, orang lain untuk menggunakan jasa di PT. Conexindo International Jaya	**19**	**15**	**0**	**0**	**0**	**34**
		55,9%	**44,1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**
5	Tidak salah memilih menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya karena faktor harga, kualitas, dan jarak yang sesuai dengan yang saya inginkan	**18**	**14**	**2**	**0**	**0**	**34**
		52,9%	**41,1%**	**5,9%**	**0%**	**0%**	**100%**
6	Jasa PT. Conexindo International Jaya tidak pernah mengecewakan saya selama saya menjadi pelanggan	**21**	**13**	**0**	**0**	**0**	**34**
		61,8%	**38,2%**	**0%**	**0%**	**0%**	**100%**

Sumber: data primer diolah (2017)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan pelanggan (Y) sebagian besar menjawab sangat setuju. Apabila disusun berdasarkan jumlah responden yang menjawab sangat setuju yang diperoleh untuk peryataan 1 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 61,8%, untuk pernyataan 2 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 22 orang atau 64,7%, untuk pernyataan 3 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 61,8%, untuk pernyataan 4 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang atau 55,9%, untuk pernyataan 5 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 18 orang atau 52,9%, dan untuk pernyataan 6 responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 orang atau 61,8%.

4.4 Analisis Data dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 34 responden sehingga diperoleh data yang bersifat data primer, data yang diperoleh perlu diuji dengan beberapa pengujian. Hal ini bertujuan agar penelitian ini dapat menyajikan data yang akurat. Uji yang pertama adalah uji kuesioner yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji yang kedua adalah analisis regresi linier berganda dan uji yang ketiga adalah uji hipotetsis dengan menggunakan uji F untuk mengetahui secara bersama-sama (simultan) dan uji t untuk mengetahui secara parsial. Hasil uji adalah sebagai berikut:

4.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner kepada 34 responden pelanggan pengguna jasa PT. Conexindo International Jaya, maka dapat dikatakan valid ataupun reliabel apabila instrumen atau indikator yang digunakan dalam memperoleh data adalah valid atau reliabel. Sehingga perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien korelasi *Product Moment* dengan taraf signifikansi 0,05 sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan metode *Crobanch's Alpha*.

4.4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan melihat r_{hitung} dan *Table Pearson Product Moment*dari setiap item pernyataan melalui pengolahan data yang dilakukan dengan program SPSS. Setiap item pernyataan dikatakan valid jika r_{hitung}>*Table Pearson Product Moment*.

1. Untuk mencari kolom Nilai Kritis Korelasi r *Product Moment* ambil nilai signifikansi 0,05 yang 2 arah.
2. Untuk baris Nilai Kritis Korelasi r *Product Moment* diambil sesuai dengan jumlah sampel dan >50 disesuaikan dengan angka pembulatan.

***Table Peason Product Moment* Untuk N = 0,339**

Hasil uji validitas dalam penelitian ini dari setiap item pernyataan adalah sebagai berikut:

a. **Uji Validitas Variabel Harga(X_1)**

Berdasarkan hasil pengelolahan data maka uji validitas variabel harga (X_1) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Harga (X_1)

Item Pernyataan	r-hitung	*Table Pearson Product Moment*	Keterangan
X1.1	0.686	0.339	Valid
X1.2	0.680	0.339	Valid
X1.3	0.693	0.339	Valid
X1.4	0.639	0.339	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Variabel harga terdiri dari 4 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung}>*Table Pearson Product Moment*,

sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel harga dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_2)

Berdasarkan hasil pengelolahan data maka uji validitas variabel pelayanan (X_2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Pelayanan (X_2)

Item Pernyataan	r-hitung	*Table Pearson Product Moment*	Keterangan
X2.1	0.478	0.339	Valid
X2.2	0.612	0.339	Valid
X2.3	0.685	0.339	Valid
X2.4	0.713	0.339	Valid
X2.5	0.615	0.339	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Variabel pelayanan terdiri dari 5 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung}>*Table Pearson Product Moment*, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel pelayanan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

c. Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)

Berdasarkan hasil pengelolahan data maka uji validitas variabel lokasi (X_3) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Lokasi (X_3)

Item Pernyataan	r-hitung	*Table Pearson Product Moment*	Keterangan
X3.1	0.822	0.339	Valid
X3.2	0.858	0.339	Valid
X3.3	0.737	0.339	Valid
X3.4	0.711	0.339	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Variabel lokasi terdiri dari 4 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung}>*Table Pearson Product Moment*, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel lokasi dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

d. Uji Validitas Variabel Keputusan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil pengelolahan data maka uji validitas variabel keputusan pelanggan (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Keputusan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r-hitung	*Table Pearson Product Moment*	Keterangan
Y.1	0.680	0.339	Valid
Y.2	0.535	0.339	Valid
Y.3	0.706	0.339	Valid

Y.4	0.720	0.339	Valid
Y.5	0.735	0.339	Valid
Y.6	0.680	0.339	Valid

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Variabel keputusan pelanggan terdiri dari 6 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel keputusan pelanggan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian.

4.4.1.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji keandalan (reliabel) suatu pernyataan digunakan teknik analisis *Cronbach's Alpha* untuk tiap variabel penelitian melalui program spss. Hasil pengujian ini dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha*> 0,6.

Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Kriteria	Keterangan
Harga(X_1)	0,600	0,6	Reliabel
Pelayanan (X_2)	0,603	0,6	Reliabel
Lokasi (X_3)	0,781	0,6	Reliabel
Keputusan Pelanggan (Y)	0,762	0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) dan keputusan pelanggan (Y)

lebih besar dari 0.6 sehingga dapat disimpulkan data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan spss diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13 Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Kesimpulan
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	1.990	4.019		.495	.624	
X_1	.724	.203	.480	3.567	.001	Signifikan
X_2	.153	.148	.119	1.037	.308	Tidak Signifikan
X_3	.495	.184	.377	2.686	.012	Signifikan
R	.803[a]					
R Square	.645					
Adjusted R Square	.610					
Std. Error of the estimate	1.360					

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 1{,}990 + 0{,}724X_1 + 0{,}153\ X_2 + 0{,}495\ X_3 + e$$

X1 : Harga

β1 : Koefisien arah regresi variabel X_1

X2 : Pelayanan

$\beta 2$: Koefisien arah regresi variabel X_2

X3 : Lokasi

$\beta 3$: Koefisien arah regresi variabel X_3

Y : Keputusan Pelanggan

e : Residual Error dari masing-masing variabel

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

a. Apabila nilai variabel yang terdiri dari harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) mempunyai nilai nol, maka variabel keputusan pelanggan akan tetap sebesar 1,990, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 1,990.
b. Nilai koefisien harga (X_1) sebesar 0,724 atau 72,4% menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) memiliki hubungan positif terhadap keputusan pelanggan.
c. Nilai koefisien pelayanan (X_2) sebesar 0,153 atau 15,3% menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X_2) memiliki hubungan positif terhadap keputusan pelanggan.
d. Nilai koefisien lokasi (X_3) sebesar 0,495 atau 49,5% menunjukkan bahwa variabel lokasi (X_3) memiliki hubungan positif terhadap keputusan pelanggan.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pelanggan (Y).

N1 (df) = k-1

1. Untuk mencari kolom F_{tabel} N1:

   df = Degree of Freedom

   k = Jumlah Variabel

N2 (df) = n-k

2. Untuk mencari baris F_{tabel} N2 :

   df = Degree of Freedom

   n = Jumlah Sampel

   k = Jumlah Variabel

Tabel 4.14 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.949	3	33.650	18.182	.000[a]
	Residual	55.522	30	1.851		
	Total	156.471	33			

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diketahui bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan F_{hitung} 18,182 lebih besar dari F_{tabel} 2,92 dan tingkat signifikansi 0.000 lebih kecil dari *alpha* 0.05.

4.6.2 Uji T (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Untuk mencari kolom T_{tabel} : ambil nilai signifikansi 0,05 yang 2 arah
2. Untuk mencari baris T_{tabel} :

   df = Degree of Freedom

   n = Jumlah Sampel

   k = Jumlah Variabel

(df) = n-k

a. Uji T Variabel Harga (X_1)

Hasil uji T variabel harga dapat dilihat pada tabel 4.13, berdasarkan tabel 4.13 variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 3,567 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan < 0,05.

b. Uji T Variabel Pelayanan (X_2)

Hasil uji T variabel pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.13, berdasarkan tabel 4.13 variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 1,037 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan > 0,05.

c. Uji T Variabel Lokasi (X_3)

Hasil uji T variabel lokasi dapat dilihat pada tabel 4.13, berdasarkan tabel 4.13 variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 2,686 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan < 0,05.

4.7 Pengujian Hipotesis Penentuan Variabel yang Berpengaruh Dominan

Penentu variabel yang berpengaruh dominan adalah dengan nilai-nilai beta yang mempunyai nilai tertinggi. Berdasarkan hasil pengujian, Harga (X_1) memiliki nilai beta 0,480, Pelayanan (X_2) memiliki nilai beta 0,119, dan Lokasi (X_3) memiliki nilai beta 0,377. Dari 3 variabel bebas, nilai yang paling dominan adalah variabel Harga (X_1) karena memiliki nilai beta paling besar dibandingkan variabel lainnya.

4.8 Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Pengukuran koefisien determinasi berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya korelasi dan pengaruh variabel dari model regresi pada penelitian ini serta mengukur seberapa dekat garis regresi yang diestimasi terhadap data yang sebenarnya. Hal ini dapat dilihat melalui koefisien R dan R2. Hasil pengukuran koefisien korelasi berganda penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803[a]	.645	.610	1.360

Sumber: data primer diolah dengan spss 20 (2017)

Dari tabel 4.15 diatas, hasil menujukkan R sebesar 0.803 menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara keputusan pelanggan dengan variabel harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0.5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan spss, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda Adjusted R Square adalah 0.610 atau sebesar 61%. Nilai ini menujukkan keputusan pelanggan dipengaruhi oleh variabel harga (X_1), pelayanan (X_2), lokasi (X_3) sebesar 61%, sisanya sebesar 39% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.9 Pembahasan

Dari hipotesis yang terurai dari hipotesis pertama sampai ke lima. Hipotesis pertama terbukti kebenarannya karena variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan karena nilai T_{hitung} sebesar 3,567 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan <0,05. Hipotesis ke dua tidak terbukti kebenarannya karena variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 1,037 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan >0,05. Hipotesis ketiga terbukti kebenarannya karena variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 2,686 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan <0,05.

4.9.1 Pengaruh Harga (X_1) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)

Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan karena nilai T_{hitung} sebesar 3,567 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan <0,05, variabel harga sangat berpengaruh besar terhadap

keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya karena dari hasil Beta nilai untuk variabel harga lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya, dimana harga adalah patokan pertama para pelanggan untuk memilih atau memutuskan apakah dia akan menggunakan jasa tersebut atau tidak. PT. Conexindo International Jaya dalam mematok harga penumpukan gudang sangat kompetitif. Disamping selalu mengundang pelanggan untuk hadir mendiskusikan setiap kenaikan harga yang akan dilakukan PT. Conexindo International Jaya, juga PT. Conexindo International Jaya Surabaya selalu memaksimalkan setiap pelayanannya. Sehingga pelanggan merasa dilibatkan dan didengar kebutuhannya.

4.9.2 Pengaruh Pelayanan (X_2) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)

Variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 1,037 lebih kecil dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan > 0,05. Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan, namun pengaruhnya tidak signifikan karena pelayanan dapat dirasakan oleh pelanggan ketika dia sudah memutuskan untuk menggunakan jasa tersebut, bukan sebelum menggunakan jasa tersebut. Setelah merasakan bahwa pelayanan kurang memuaskan dan tidak kembali menggunakan jasa tersebut sudah dalam konteks loyalitas pelanggan.

4.9.3 Pengaruh Lokasi (X_3) Terhadap Keputusan Pelanggan (Y)

Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal itu dibuktikan dengan T_{hitung} sebesar 2,686 lebih besar dari T_{tabel} sebesar 2,042 dengan tingkat signifikan < 0,05. Lokasi sangat menentukan keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa atau produk tertentu, meskipun harga yang di patok lebih murah dibandingkan dengan yang lain, namun untuk lokasi tempat penyedia produk atau jasa jauh dan tidak strategis, itu sangat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa tersebut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi faktor yang dominan dalam pertimbangan pelanggan untuk memutuskan melakukan pembelian.
2. Variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak menjadi pertimbangan awal pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian.
3. Variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis letak lokasinya, maka semakin besar pula keinginan pelanggan untuk memutuskan melakukan pembelian.
4. Variabel Harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pelanggan dibandingkan dengan variabel pelayanan dan lokasi.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dan penelitian lebih lanjut antara lain:

5.2.1 Bagi PT. Conexindo International Jaya

1. Variabel harga merupakan variabel yang paling dominan diantara varibel-variabel lainnya. Pihak PT. Conexindo International Jaya hendaknya mempertahankan serta memantau harga yang sesuai dengan operasional dan pasar.
2. Lebih meningkatkan pelayanan meskipun pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan, namun pelayanan dapat menjadi faktor pelanggan untuk melakukan pembelian kembali.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi, pendukung, pedoman, pembanding, dan diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian selanjutnya. Hal ini karena masih adanya variabel-variabel yang belum ditemukan peneliti yang masih memiliki hubungan yang berkaitan dengan keputusan pelanggan, seperti : Bentuk Fisik, Jaminan, Keandalan.

DAFTAR PUSTAKA

Al, Indria Kautsar. 2013. *Pengaruh Keselamatan dan Kesehatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Jurnal. Univeristas Brawijaya Malang.

Fahmi, Irham. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Alfabeta

Fahrizi. 2012. *Pangruh Keselamatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV Sriwijaya Utama Bandar Lampung*. Jurnal. Univeristas Sang Bumi Ruwa Jurai.

Harlie, M. 2010. *Pengaruh Disiplin Kerja, Motivasi dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil Pada Pemerintah Kabupaten Tabalong di Tanjung Kalimantan Selatan.*

Hasibuan, Melayu. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Mondy, R Wayne. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jilid 1 Edisi Sepuluh.
Jakarta: Erlangga.

Lambrie, Irianto. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Laksbang Preesindo.

Nurlaili. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia I*. Ternate: Penerbit LepKhair.

Mangkunegara. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

_____. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Marlis. 2014. *Pengaruh Keselamatan & Kesehatan Kerja (K3) dan Disiplin Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Bagian Produksi pada PT Sawit Asahan Indah Kecamatan Rambah Samo Kabupaten Rokan Hulu.* Jurnal. Universitas Riau.

Rivai, Veitzal, Jauvani Ella. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sedarmayanti. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Refka Aditama.

_____. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi, dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Cetakan Keliama. Bandung: PT Refika Aditama.

Sucipto, Cecep Dani. 2014. *Keselamatan dan Kesehatan Kerja.* Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Sulistiyani, Ambar T dan Rosidah. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Suma'mur, L.M. 2011. *Hiegiene Perusahaan dan Keselamatan Kerja*. Jakarta: CV. Sagung Seto.

Sutrisno, Edy. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Swasto, Bambang. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Malang: UB Press.

Wibowo. 2010. *Manajemen Kinerja*. Edisi Ketiga. Jakarta: Rajawali Press.

Wilson, Bangun. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Erlangga.

Wirawan. 2009. *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia: Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.

Zainal, Fudin Abidin. 2013. *Pengaruh Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Rekatama Putra Gegana Bandung*. Skripsi. Univeristas Winaya Mukti.

LAMPIRAN 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan dilakukan sebagai penunjang proposal dalam riset keputusan penggunaan jasa yang berjudul **"Strategi Harga, Pelayanan, Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspor Impor"** dan disusun sebagai tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi dan Manajemen Kepelabuhanan (STIAMAK) Surabaya. Saya mohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner yang terlampir berikut ini. Kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi pendapat pendapat atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini dan bukan untuk maksud evaluasi atau penilaian. Seluruh jawaban yang Bapak/ Ibu berikan akan dirahasiakan.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/ Ibu , saya sampaikan terima kasih.

Peneliti,

Derry Prayogi

A. IDENTITAS RESPONDEN:

Nama :

Umur : ..... Tahun

Pengalaman kerja : ..... Tahun

Masa kerja pada BKM ini : ..... Tahun

Status perkawinan : ☐ Kawin

☐ Belum kawin

☐ Cerai/Pisah

Jumlah anak : ..... Orang

Jenjang pendidikan : ☐ Kurang dari SMA/SMK

☐ SMA/SMK

☐ Sarjana Muda/ D-III

☐ Sarjana/S-1

B. TATA CARA PENGISIAN KUESIONER:

1. Isilah jawaban dengan memberikan tanda centang (V) pada jwaban yang anda pilih.
2. Ada empat alternatif dari jawaban yang anda pilih. Masing-masing alternatif mempunyai poin/nilai yang berbeda
   - Sangat Setuju (SS) -> 5
   - Setuju (S) -> 4
   - Netral (N) -> 3
   - Tidak Setuju (TS) -> 2
   - Sangat Tidak Setuju (STS) -> 1

Jawaban dari Bapak/Ibu akan sangat mempengaruhi hasil dan objektivitas dari penelitian ini. Bila ada pernyataan yang kurang jelas bisa menghubungi nomor 0896-2482-4347. Dan atas segala partisipasi dan kerjasama dari Bapak/Ibu, saya atas nama peneliti menyampaikan terima kasih.

A. Variabel Harga (X1)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.Harga yang berlaku di PT. Conexindo International Jaya Surabaya dengan apa yang saya inginkan					
2. Harga yang berlalu sesuai dengan fasilitas yang ada					
3. di PT. Conexindo International Jaya Surabaya memberikan cara pembayaran yang mudah sesuai dengan yang ada inginkan					
4. Sistem pembayaran yang berlaku di PT. Conexindo International Jaya Surabaya cepat dan efisien					

B. Variabel Pelayanan (X2)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1. Peralatan yang digunakan di PT. Conexindo International Jaya Surabaya sesuai dengan yang saya harapkan					
2. Karyawan di PT. Conexindo International Jaya Surabaya memiliki sikap yang profesional					
3. Dalam memberikan jaminan, PT. Conexindo International Jaya Surabaya selalu memperhatikan keinginan konsumen					
4. Karyawan PT. Conexindo International Jaya Surabaya selalu memenuhi kebutuhan konsumen dan masukan konsumen					
5. Keterampilan karyawan dalam bekerja sangat memuaskan konsumen					

C. Variabel Lokasi (X3)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1 Lokasi PT. Conexindo International Jaya Surabaya mudah dijangkau					
2. Sarana dari dan menuju PT. Conexindo International Jaya Surabaya mudah diperoleh.					
3. Lingkungan di PT. Conexindo International Jaya Surabaya bersih dan nyaman.					
4. Petunjuk jalan menuju terminal jamrud PT. Conexindo International Jaya Surabaya sangat jelas					

D. Variabel Keputusan Pelanggan (Y)

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1. PT. Conexindo International Jaya Surabaya sudah anda ketahui sebagai perusahaan dibidang kepelabuhanan ternama di Indonesia					
2. Anda pernah mendapatkan promosi dari orang lain untuk menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya					
3. Saya merasa yakin untuk memili jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya untuk kebutuhan saya					
4. Saya akan merekomendasikan kepada kerabat, orang lain untuk menggunakan jasa di PT. Conexindo International Jaya Surabaya					
5. Salah memilih menggunakan jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya karena faktor harga, kualitas, dan jarak yang sesuai dengan yang saya inginkan					
6. Jasa PT. Conexindo International Jaya Surabaya tidak pernah mengecewakan saya selama saya menjadi pelanggan					

Lampiran 2 : Tabulasi Variabel Harga(X_1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	5	4	4	4	17
2	5	5	4	4	18
3	4	4	5	5	18
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	5	17
7	5	5	5	4	19
8	4	4	4	4	16
9	4	4	4	4	16
10	3	4	3	4	14
11	5	5	5	5	20
12	5	4	5	4	18
13	4	5	4	5	18
14	5	4	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	5	5	5	19
18	5	5	4	5	19
19	5	4	5	5	19
20	5	5	5	4	19
21	5	5	4	5	19
22	5	4	4	4	17
23	4	4	4	4	16
24	4	4	5	4	17
25	4	4	5	4	17
26	5	5	4	5	19
27	4	5	5	4	18
28	5	5	5	5	20
29	4	5	5	5	19
30	5	4	5	5	19
31	5	5	4	4	18
32	4	4	4	5	17
33	5	4	4	4	17
34	4	5	4	4	17

Lampiran 3 : Tabulasi Variabel Pelayanan(X_2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	5	4	5	5	4	23
2	4	3	4	4	4	19
3	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	4	22
5	4	4	3	5	5	21
6	4	4	5	4	5	22
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	5	5	5	23
9	4	4	4	3	4	19
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	5	4	23
12	4	4	5	4	5	22
13	4	4	4	4	4	20
14	3	5	4	4	4	20
15	5	4	4	5	5	23
16	5	5	4	5	4	23
17	4	4	5	5	5	23
18	4	5	5	5	5	24
19	5	4	5	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	4	5	5	5	5	24
22	4	4	4	4	5	21
23	5	5	4	5	4	23
24	4	5	5	4	5	23
25	3	4	5	4	5	21
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	5	4	21
30	4	5	5	4	5	23
31	4	5	4	5	4	22
32	5	4	5	4	5	23
33	4	5	5	5	5	24
34	4	5	5	5	5	24

Lampiran 4 : Tabulasi Variabel Lokasi (X_3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	5	4	4	5	18
3	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	19
5	5	4	5	4	18
6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	5	17
8	4	4	4	4	16
9	4	4	3	4	15
10	4	4	4	4	16
11	5	5	5	5	20
12	4	4	5	4	17
13	4	5	4	5	18
14	5	5	5	4	19
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	5	5	4	5	19
19	4	4	5	4	17
20	5	4	5	4	18
21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	5	17
23	4	4	4	4	16
24	4	4	3	4	15
25	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20
27	4	4	5	4	17
28	4	5	4	5	18
29	5	5	5	4	19
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	5	5	4	5	19
34	4	4	5	5	18

Lampiran 5 : Tabulasi Variabel Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
1	5	5	5	4	4	4	**27**
2	4	5	5	5	4	4	**27**
3	5	4	4	4	5	5	**27**
4	5	5	5	5	5	5	**30**
5	5	5	5	5	5	5	**30**
6	4	5	4	4	4	5	**26**
7	4	4	5	5	5	4	**27**
8	5	5	4	4	4	4	**26**
9	4	4	4	4	4	4	**24**
10	4	4	3	4	3	4	**22**
11	5	5	5	5	5	5	**30**
12	4	4	5	4	5	4	**26**
13	5	5	4	5	4	5	**28**
14	5	5	5	4	4	5	**28**
15	5	4	5	5	5	5	**29**
16	5	5	5	5	5	5	**30**
17	5	5	4	5	5	5	**29**
18	4	5	5	5	4	5	**28**
19	5	4	5	4	5	5	**28**
20	5	5	5	5	5	5	**30**
21	4	5	4	4	4	5	**26**
22	4	4	5	5	5	4	**27**
23	5	5	4	4	4	4	**26**
24	4	4	4	4	4	4	**24**
25	4	4	3	4	3	4	**22**
26	5	5	5	5	5	5	**30**
27	4	4	5	4	5	4	**26**
28	5	5	4	5	4	5	**28**
29	5	5	5	4	4	5	**28**
30	5	4	5	5	5	5	**29**
31	5	5	5	5	5	5	**30**
32	5	5	4	5	5	5	**29**
33	4	5	5	5	4	5	**28**
34	5	5	5	5	5	4	**29**

Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas (X_1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.314	.293	.207	.686**
	Sig. (2-tailed)		.071	.092	.240	.000
	N	34	34	34	34	34
X1.2	Pearson Correlation	.314	1	.269	.292	.680**
	Sig. (2-tailed)	.071		.125	.094	.000
	N	34	34	34	34	34
X1.3	Pearson Correlation	.293	.269	1	.269	.693**
	Sig. (2-tailed)	.092	.125		.125	.000
	N	34	34	34	34	34
X1.4	Pearson Correlation	.207	.292	.269	1	.639**
	Sig. (2-tailed)	.240	.094	.125		.000
	N	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.686**	.680**	.693**	.639**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas (X_2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.033	.071	.349*	.033	.478**
	Sig. (2-tailed)		.853	.692	.043	.854	.004
	N	34	34	34	34	34	34
X2.2	Pearson Correlation	.033	1	.281	.439**	.121	.612**
	Sig. (2-tailed)	.853		.107	.009	.495	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.3	Pearson Correlation	.071	.281	1	.191	.587**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.692	.107		.280	.000	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.4	Pearson Correlation	.349*	.439**	.191	1	.212	.713**
	Sig. (2-tailed)	.043	.009	.280		.229	.000
	N	34	34	34	34	34	34
X2.5	Pearson Correlation	.033	.121	.587**	.212	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.854	.495	.000	.229		.000
	N	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.478**	.612**	.685**	.713**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8 : Hasil Uji Validitas (X_3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.646**	.532**	.408*	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.016	.000
	N	34	34	34	34	34
X3.2	Pearson Correlation	.646**	1	.435*	.648**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.000	.000
	N	34	34	34	34	34
X3.3	Pearson Correlation	.532**	.435*	1	.238	.737**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010		.175	.000
	N	34	34	34	34	34
X3.4	Pearson Correlation	.408*	.648**	.238	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.175		.000
	N	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.822**	.858**	.737**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.432*	.227	.276	.411*	.502**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.011	.196	.114	.016	.002	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.2	Pearson Correlation	.432*	1	.174	.335	-.036	.432*	.535**
	Sig. (2-tailed)	.011		.325	.052	.840	.011	.001
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.3	Pearson Correlation	.227	.174	1	.430*	.649**	.227	.706**
	Sig. (2-tailed)	.196	.325		.011	.000	.196	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.4	Pearson Correlation	.276	.335	.430*	1	.495**	.398*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.114	.052	.011		.003	.020	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.5	Pearson Correlation	.411*	-.036	.649**	.495**	1	.312	.735**
	Sig. (2-tailed)	.016	.840	.000	.003		.073	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.6	Pearson Correlation	.502**	.432*	.227	.398*	.312	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.196	.020	.073		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.680**	.535**	.706**	.720**	.735**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.432*	.227	.276	.411*	.502**	.680**
	Sig. (2-tailed)		.011	.196	.114	.016	.002	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.2	Pearson Correlation	.432*	1	.174	.335	-.036	.432*	.535**
	Sig. (2-tailed)	.011		.325	.052	.840	.011	.001
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.3	Pearson Correlation	.227	.174	1	.430*	.649**	.227	.706**
	Sig. (2-tailed)	.196	.325		.011	.000	.196	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.4	Pearson Correlation	.276	.335	.430*	1	.495**	.398*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.114	.052	.011		.003	.020	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.5	Pearson Correlation	.411*	-.036	.649**	.495**	1	.312	.735**
	Sig. (2-tailed)	.016	.840	.000	.003		.073	.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
Y.6	Pearson Correlation	.502**	.432*	.227	.398*	.312	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.002	.011	.196	.020	.073		.000
	N	34	34	34	34	34	34	34
TOTAL	Pearson Correlation	.680**	.535**	.706**	.720**	.735**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	34	34	34	34	34	34	34

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 10 : Hasil Uji Reabilitas (X_1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.600	4

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN
STIAMAK BARUNAWATI
SURABAYA

Lampiran 11 : Hasil Uji Reabilitas (X_2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	5

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN
STIAMAK BARUNAWATI
SURABAYA

Lampiran 12 : Hasil Uji Reabilitas (X_3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	4

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

Lampiran 13 : Hasil Uji Reabilitas (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	34	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	6

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN
STIAMAK BARUNAWATI SURABAYA

Lampiran 14 : Hasil Uji Asumsi Klasik

Variables Entered/Removed[b]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1[a]	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.803[a]	.645	.610	1.360	.645	18.182	3	30	.000	2.169

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.949	3	33.650	18.182	.000[a]
	Residual	55.522	30	1.851		
	Total	156.471	33			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.990	4.019		.495	.624					
	X1	.724	.203	.480	3.567	.001	.719	.546	.388	.653	1.532
	X2	.153	.148	.119	1.037	.308	.309	.186	.113	.897	1.115
	X3	.495	.184	.377	2.686	.012	.697	.440	.292	.600	1.668

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations[a]

Model			X3	X2	X1
1	Correlations	X3	1.000	-.290	-.577
		X2	-.290	1.000	.054
		X1	-.577	.054	1.000
	Covariances	X3	.034	-.008	-.022
		X2	-.008	.022	.002
		X1	-.022	.002	.041

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.989	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.006	26.164	.04	.15	.42	.19
	3	.003	33.944	.23	.27	.15	.60
	4	.002	44.189	.73	.58	.44	.21

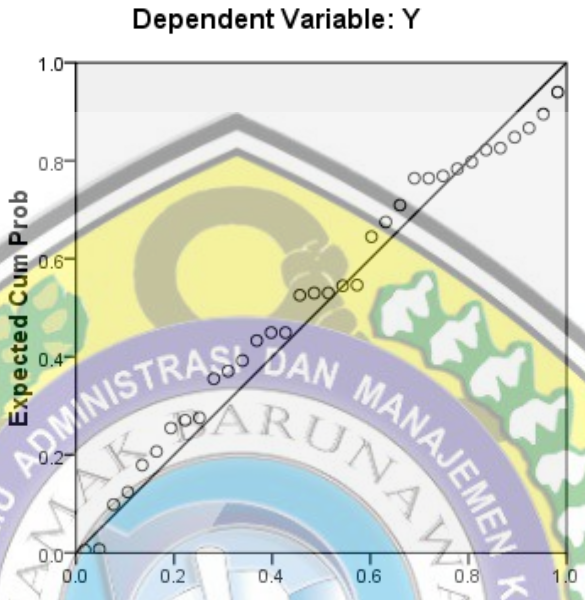
a. Dependent Variable: Y

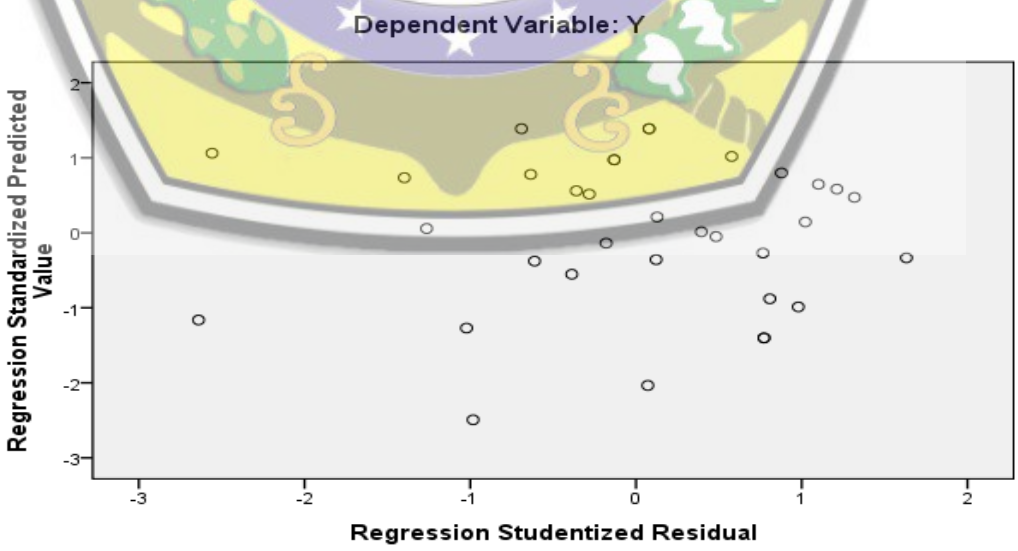
Residuals Statistics[a]

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	23.11	29.90	27.47	1.749	34
Std. Predicted Value	-2.492	1.388	.000	1.000	34
Standard Error of Predicted Value	.310	.756	.457	.095	34
Adjusted Predicted Value	23.61	29.99	27.48	1.727	34
Residual	-3.439	2.112	.000	1.297	34
Std. Residual	-2.528	1.553	.000	.953	34
Stud. Residual	-2.640	1.632	-.003	1.012	34
Deleted Residual	-3.751	2.332	-.008	1.464	34
Stud. Deleted Residual	-2.962	1.680	-.019	1.065	34
Mahal. Distance	.738	9.214	2.912	1.700	34
Cook's Distance	.000	.158	.032	.043	34
Centered Leverage Value	.022	.279	.088	.052	34

a. Dependent Variable: Y

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Lampiran 15 : Hasil Uji Kolmogrov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		34
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29710716
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.065
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.574
Asymp. Sig. (2-tailed)		.896

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 15 : Tabel Nilai Kritis untuk Korelasi r Product – Moment

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Lampiran 16 :Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Lampiran 17 :Titik Persentase Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78