

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perubahan yang sangat pesat terjadi di Indonesia pada industri terkhusus di bidang teknologi dan ekonomi. Perkembangan teknologi dan ekonomi yang semakin pesat pada saat ini akan menimbulkan perubahan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam jasa pengiriman. Banyak masyarakat yang sudah mengetahui dan rata-rata menggunakan jasa pengiriman sebagai salah satu perantara dalam proses pengiriman.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman mengakibatkan terjadinya peningkatan pemenuhan keinginan dan kebutuhan masyarakat akan penggunaan jasa pengiriman dan ekspedisi. Proses pengiriman ini tak lepas dengan adanya peran seorang kurir yang bersedia mengantar paket ke tempat tujuan sebagai mata rantai yang tak terpisahkan. Dalam tren bisnis jual beli online yang semakin dikenal oleh masyarakat luas, hal ini menjadikan jasa industri kurir semakin hari semakin dibutuhkan seiring dengan berkembangnya bisnis tersebut yang memiliki dampak positif (Hayati et al., 2021).

Perkembangan bisnis online pada saat ini tidak hanya dinikmati oleh masyarakat di kota-kota besar saja, melainkan juga di seluruh daerah, karena bisnis ini sudah tersebar di seluruh daerah serta kebutuhan akan pengiriman jasa ini sudah mencakup seluruh Indonesia dan menjadi peluang besar bagi perusahaan jasa pengiriman barang. Tingginya permintaan masyarakat akan

pengiriman barang saat ini disebabkan dengan semakin berkembangnya bisnis online, karena dalam hal pengiriman ini tidak hanya dikirim ke luar kota saja melainkan juga ke luar negeri. Perkembangan tersebut di tandai dengan munculnya jasa layanan Ekspedisi seperti, J&T Express, JNE, Wahana Express, Anteraja dan Ninja Express yang dimana mereka merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan dan pengiriman barang yang bersaing dalam menjual jasa ketepatan, kepuasan pelanggan yang mereka promosikan dan kepercayaan dari setiap konsumen. Lebih jelas mengenai jasa pengiriman barang J&T Express dapat dilihat pada gambar 1.1 di bawah ini.



Gambar 1.1 Logo J&T Express

Sumber : <https://google.com>

PT. J&T Express merupakan perusahaan logistik Internasional yang berdiri sejak 20 Agustus 2015 oleh mantan CEO Oppo Indonesia Jet Lee dan Founder Oppo Tony Chen yang menyediakan jasa pengiriman barang seperti reguler, kargo, dan pick up baik berupa dokumen maupun paket di seluruh Indonesia yang juga menggunakan IT sebagai cara untuk menawarkan kelebihan yang dimilikinya yaitu jemput barang. Selain itu jenis layanan yang

diberikan oleh J&T Express dapat dikatakan sangat lengkap dibandingkan dengan jasa ekspedisi lainnya, yaitu aplikasi smartphone yang telah tersedia untuk perangkat android maupun Ios. Sejak perusahaan dengan tagline “Express Your Online Busssines” ini beroperasi, mereka telah memiliki sebanyak 1.025 cabang, 10.000 kurir, dan 1.000 unit modal transportasi mobil di seluruh Indonesia (everpro.id) slogan tersebut dari J&T Express ini memiliki makna bahwa tidak hanya menyampaikan barang secara cepat dengan layanan yang bagus. Pelayanan yang sangat tanggap yaitu dalam mengatasi permasalahan pelanggan dengan cepat dapat meningkatkan volume pengiriman.

Berdasarkan data yang diperoleh dari KONTAN.CO.ID J&T Express mengalami peningkatan dalam volume pengiriman hingga 40% dengan rata-rata angka pengiriman barang sebanyak 2.5 juta paket per hari pada 2022. Peningkatan ini dapat terjadi karena perubahan perilaku konsumen yang semula melakukan transaksi secara offline kemudian berubah menjadi online demi menghemat waktu. J&T Express juga meraih Top Brand Award pada 2023 untuk kategori jasa kurir dan berhasil menduduki peringkat teratas dalam perolehan Top Brand Indeks sebesar 33,3% (transgo.co.id). Jasa jemput barang pada J&T Express dapat dilihat pada gambar 1.2 di bawah ini

J&T EXPRESS (021) 8066 1888

**J&T Express,
Penyedia Layanan
Pengiriman Express Terbaik
& Prima 24 Jam**

- Menjangkau Se-Indonesia Tanpa Pihak ke-3
- Real Time Tracking System
- Operasional 365 hari
- Harga Reguler Service Premium
- 24 Jam Layanan Klub Pelanggan

Keunggulan J&T

- Jangkauan pengiriman mencapai seluruh wilayah di Indonesia
- Real Time Tracking System
- Tersedia dalam aplikasi dan website
- Beroperasi setiap hari, tanpa hari libur
- Layanan konsumen 24 jam
- Harga reguler untuk kualitas layanan luar biasa
- Proses pengaduan/klaim yang cepat, maksimal 3 hari

cekresi www.jet.co.id

Gambar 1.2 Layanan J&T Express

Sumber : <https://google.com>

Layanan J&T Express saat ini masih banyak digemari sebab berbagai keunggulannya. Keunggulan layanan J&T Express yakni jangkauan pengiriman seluruh Indonesia, *real time tracking system*, tersedia aplikasi dan website, beroperasi tiap hari, layanan konsumen 24 jam, harga reguler untuk kualitas layanan luar biasa dan proses pengaduan cepat dan maksimal 3 hari. Dari berbagai keunggulan maka konsumen banyak yang tertarik jasa ekspedisi J&T Express.

Persaingan bisnis jasa pengiriman barang yang sangat ketat, utamanya pada kualitas layanan oleh karena itu setiap perusahaan harus selalu melakukan evaluasi dari segala aspek untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya serta menentukan strategi pemasaran yang tepat supaya dapat bersaing dan meningkatkan keputusan penggunaan jasa yang dilakukan oleh pengguna jasa. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh

perusahaan jasa, yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang tentunya sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari pengguna jasa.

Kualitas Layanan merupakan ukuran atau evaluasi atas seberapa baik suatu layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam hal responsivitas, keandalan, kecepatan, kompetensi, empati dan kemampuan untuk menyelesaikan masalah. Tujuan utama kualitas layanan adalah untuk memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan pengalaman mereka dan kembali menggunakan layanan tersebut di masa depan. Selain itu, tujuan lainnya termasuk meningkatkan loyalitas pelanggan, membangun citra positif merek, mengurangi biaya operasional melalui efisiensi, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Dalam mencapai tujuan yang diinginkan kualitas layanan harus melalui beberapa aspek seperti berikut ini:

1. Responsivitas: Kemampuan untuk merespon kebutuhan dan permintaan pelanggan dengan cepat
2. Keandalan: Konsistensi dalam menyediakan layanan yang dijanjikan tanpa kegagalan.
3. Kecepatan: Kemampuan untuk memberikan layanan dengan waktu yang sesingkat mungkin.
4. Kompetensi: Tingkat keahlian dan pengetahuan dari pihak yang memberikan layanan.
5. Empati: Kemampuan untuk memahami dan merespons perasaan serta kebutuhan emosional pelanggan.

6. Tangibel: Fasilitas fisik, peralatan, dan komunikasi visual yang digunakan dalam memberikan layanan.

Menurut Kotler (2002) layanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak memiliki wujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut (Tjiptono dan Candra, 2016) kualitas layanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produsen tersebut diadakan dan penyampaian setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen. Dari definisi menurut teori tersebut bahwa kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Jasa pengiriman J&T Express muncul sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat luas yang sekarang sering melakukan pembelian atau pun transaksi secara online, termasuk di Kota Ngawi. Dimana Kota Ngawi merupakan kota dengan julukan “Kotaku Ngawi Ramah” yang berada di Provinsi Jawa Timur yang memiliki ciri khas bambu. Kota Ngawi juga sangat berpotensi dalam pengembangan suatu perekonomian ataupun perindustrian meskipun Kota ini perkembangannya masih terbilang jauh dibandingkan perkembangan di kota-kota besar lainnya.

Penduduk di Kota Ngawi mayoritas bekerja di sektor jasa, industri, pertanian, maupun perdagangan serta di Ngawi terdapat pusat perbelanjaan mulai dari pusat perbelanjaan modern (mall/supermarket), pusat grosir, dan

tradisional merupakan bisnis yang mengalami perkembangan pesat. Dengan adanya pusat perbelanjaan yang sangat beragam serta perkembangan perindustrian ini dimanfaatkan oleh perusahaan jasa untuk membuka jasa pengiriman ekspedisi yang berada di Kota Ngawi karena jasa ini sedang dibutuhkan oleh masyarakat Kota Ngawi. Oleh karena itu pihak perusahaan jasa mendirikan usaha dalam jasa layanan ekspedisi yang sangat beragam di Kota Ngawi misalnya, J&T Express, JNE, Wahana Express, Ninja Express dan Anteraja agar dapat mengikut perkembangan zaman, terutama J&T Express yang didirikan di Jl. PB. Sudirman No.58, Kerek, Maugomulyo, Kec. Ngawi, Kab. Ngawi, Jawa Timur yang menjadi objek dalam penelitian ini. J&T Express di Kota Ngawi dengan adanya persaingan tersebut serta perkembangan teknologi saat ini membuat pihak J&T Express di Kota Ngawi dituntut untuk terus melakukan peningkatan terhadap kualitas layanan, misalnya dengan terus memberikan layanan yang baik dan terpercaya terhadap konsumen berupa jasa jemput barang, yang dimana kurir akan datang ke rumah konsumen untuk mengambil paket dan akan dikirimkan ke tempat tujuan.

Pihak J&T Express Kota Ngawi dengan adanya persaingan bisnis yang sangat ketat ini memutuskan untuk menerapkan jasa jemput barang. Tetapi terdapat perbedaan pandangan di kalangan masyarakat Ngawi terkait jasa jemput barang. Sebagaimana masyarakat menganggap bahwa menggunakan jasa jemput barang ini sulit, manfaatnya belum terasa signifikan dan keamanan yang ditawarkan masih menjadi perhatian yang belum pasti. Sebaliknya ada

juga yang berpandangan positif dari sebagian masyarakat yang menilai dengan menggunakan jasa pengiriman ini merasa sangat puas karena mereka dapat bertransaksi dalam pengiriman barang dengan mudah, praktis dan efisiensi waktu. Adanya variasi pandangan ini mencerminkan kompleksitas dalam penilaian masyarakat Kota Ngawi terkait penggunaan jasa pengiriman.

Penelitian yang mendukung adanya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan dilakukan oleh Tielung & Farli (2015) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan Jasa Salon Headquarters Manado Town Square. Selanjutnya Crismonita & Prihatini (2020) berpendapat bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Maskapai Lion Air PT. Lion Mentari Airlines, Namun masih terdapat indikator yang harus diperhatikan lagi.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa cukup banyak pengguna jasa jemput barang menganggap cukup sulit karena fitur-fitur yang ditawarkan terlalu ribet. Pengalaman pengguna yang kurang memuaskan dalam menggunakan jasa jemput barang seperti, paket tidak kunjung sampai, pengiriman paket di malam hari dll.

Selain itu, harga memainkan peran yang sangat penting dalam penggunaan jasa pengiriman. Beberapa alasan mengapa harga menjadi krusial dalam konteks ini meliputi: transparansi dan perbandingan, kepuasan konsumen, pertumbuhan e-commerce, kompetensi yang ketat, fleksibilitas dan penyesuaian. Dengan demikian, dalam konteks penggunaan jasa

pengiriman di era digital, harga tidak hanya berfungsi sebagai penentu biaya, tetapi juga sebagai alat strategis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dalam pasar yang kompetitif dan dinamis.

Tabel 1.1 Perbandingan Harga Ongkos Kirim

Nama Perusahaan	Harga Ongkos Kirim
J&T Express	Rp. 9.000
JNE	Rp. 11.000
Ninja Express	Rp. 11.800
Wahana Express	Rp. 12.000
Anteraja	Rp. 10.000

Sumber : Dashboard.biteship.com

Perbandingan harga ongkos kirim jasa ekspedisi di daerah Kota Ngawi, terdapat 5 jasa ekspedisi yakni J&T Express, JNE, Ninja Express, Wahana Express dan Anteraja. Dari tabel diatas dapat dilihat ternyata J&T Express memiliki harga ongkos kirim paling murah yakni 9 ribu rupiah. Terdapat juga harga tertinggi pada jasa ekspedisi Wahana Express yakni sebesar 12 ribu rupiah. Sedangkan untuk harga yang hampir setara yakni Anteraja sebesar 10 ribu rupiah. Sehingga dari hal ini sudah jelas konsumen dalam faktor harga memilih J&T Express sebab harga yang terjangkau daripada ekspedisi lainnya. Harga adalah jumlah uang atau nilai lainnya yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau layanan tertentu dari penjual atau penyedia jasa. ini merupakan kompensasi atau pengorbanan yang harus dilakukan oleh konsumen sebagai pertukaran atas manfaat atau nilai yang diterima dari produk atau layanan yang dibeli. Dalam konteks bisnis harga

juga dapat mencerminkan penentuan nilai dari perspektif pasar, keuntungan yang diinginkan, atau strategi kompetitif yang diterapkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004) kebijakan penetapan harga merupakan suatu hal yang penting. Perusahaan akan melakukan hal ini dengan penuh pertimbangan karena penetapan harga akan mempengaruhi pendapatan total dan biaya. Harga merupakan faktor utama penentuan posisi dan harus diputuskan sesuai dengan pasar sasaran, bauran ragam produk, dan pelayanan, serta persaingan.

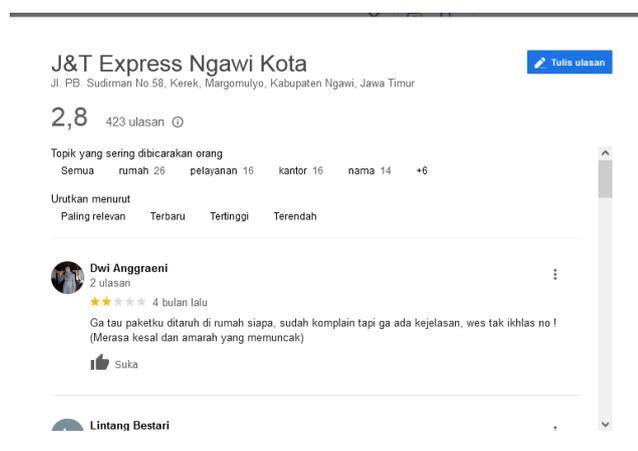
Konsumen jika ingin menggunakan jasa pengiriman barang pastinya yang pertama akan mempertimbangkan terkait harga pengiriman yang diberikan. Ketika harga yang ditawarkan oleh pihak J&T Express sebanding atau sesuai dengan barang yang dikirim serta keinginan konsumen, maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan jasa pengiriman tersebut. Seperti contohnya ketika suatu perusahaan memberikan harga ongkos kirim yang murah dengan estimasi yang cepat konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan penggunaan, selanjutnya ketika perusahaan memberikan harga ongkos kirim yang mahal dengan estimasi pengiriman yang cepat pasti konsumen akan tetap menggunakan jasa tersebut, tetapi jika perusahaan memberikan harga ongkos kirim yang murah dengan estimasi kedatangan yang lama pasti konsumen akan berpikir terlebih dahulu ketika ingin menggunakan jasa pengiriman tersebut, seperti halnya jika perusahaan memberikan harga ongkos kirim yang mahal dengan estimasi kedatangan yang lama juga pasti konsumen tidak akan tertarik untuk menggunakan jasa

pengiriman tersebut. Nah seperti yang ditetapkan oleh pihak J&T Express di Kota Ngawi yang menetapkan harga murah dengan estimasi waktu yang cepat membuat masyarakat di Kota Ngawi tertarik untuk melakukan keputusan penggunaan terhadap ekspedisi jasa pada pihak J&T Express.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu & Waloejo (2020) berpendapat bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Semarang. Selanjutnya Perdana & Hidayat (2019) menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan Jasa PT. Pos Indonesia Surabaya.

Fenomena ini merujuk pada tabel 1.1. Dimana konsumen akan tetap mempertimbangkan harga ongkos kirim terlebih dahulu sebelum menggunakan salah satu jasa pengiriman barang yang tertera pada tabel di atas. Dalam konteks ini selain mempertimbangkan harga dalam penggunaan pengirimana jasa juga perlu mempertimbangkan citra perusahaan yang baik ketika melakukan keputusan penggunaan.

Tabel 1.2 Ulasan Konsumen J&T Express



Sumber : Google Maps

Gambar 1.2 menjelaskan bahwa J&T Express Ngawi memiliki ulasan tergolong tidak bagus, dapat dilihat bahwa dari 423 ulasan, J&T Express Ngawi hanya memperoleh penilaian 2,8 dari 5. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen kurang puas atas layanan J&T Express Ngawi. Namun meskipun memiliki ulasan yang buruk, masyarakat tetap memakai jasa ekspedisi J&T Express Ngawi sebab mudah dikenali dan ditemukan. Citra merek merupakan persepsi atau gambaran yang dimiliki oleh konsumen atau pemangku kepentingan lainnya tentang suatu merek atau perusahaan. Ini mencakup berbagai aspek, seperti reputasi, nilai-nilai inti, identitas visual, pengalaman pelanggan dan diferensiasi dari pesaing. Citra merek tidak hanya mencerminkan bagaimana merek mempengaruhi preferensi, kepercayaan, dan loyalitas konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkannya.

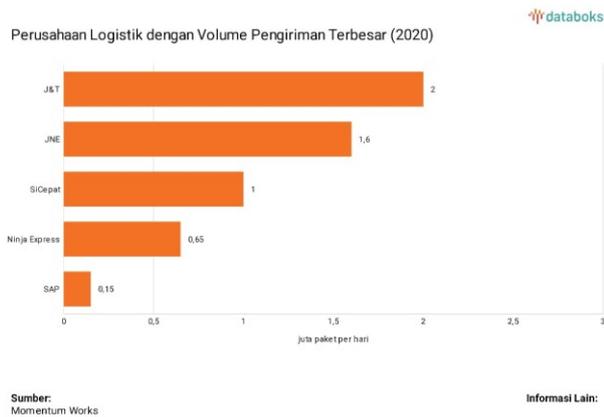
Peran citra merek dalam perusahaan sangat penting dan mencakup beberapa aspek strategis dan operasional yang berpengaruh langsung pada keberhasilan bisnis, seperti loyalitas pelanggan, penghargaan merek, pengaruh pada harga, menarik bakat dan investasi dan kesuksesan jangka panjang.

Menurut Kotler & Keller (2007) citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercerminkan dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Merek adalah produk atau jasa penambah dimensi yang dengan cara tertentu mendiferensiasikan dari produk atau jasa lain yang dirancang untuk memuaskan kebutuhan yang sama.

Sedangkan menurut Kotler & Keller (2017) bahwa citra merek merupakan respon konsumen terhadap penawaran perusahaan secara keseluruhan.

Citra yang dimiliki oleh perusahaan J&T Express ialah seperti namanya yaitu pengiriman dengan estimasi yang cepat. J&T Express juga memiliki tagline “Express Your Our Bussines” yang memiliki makna tidak hanya menyampaikan barang secara cepat dengan layanan yang bagus. Pelayanan yang tanggap dalam mengatasi permasalahan pelanggan dengan cepat dapat meningkatkan volume pengiriman. Seperti citra yang dimiliki oleh J&T Express di Kota Ngawi dengan pengiriman yang cepat dan tidak membutuhkan waktu yang lama dalam proses pengiriman yang membuat masyarakat di Kota Ngawi tertarik untuk melakukan keputusan penggunaan pada ekspedisi jasa J&T Express dan menjadi jasa pengiriman barang paking favorit di Kota Ngawi.

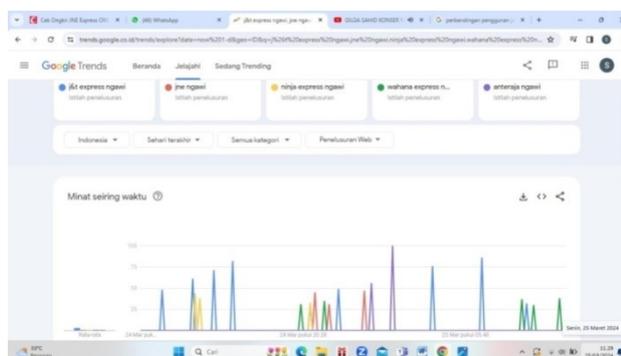
Fenomena yang ada menunjukkan bahwa citra merek bukan hanya tentang identitas visual atau logo, tetapi juga tentang bagaimana merek dilihat, dihargai, dan dipercaya oleh pasar. Seperti Tagline yang dimiliki oleh J&T Express Kota Ngawi “Express Your Our Bussiness” yang memang sudah melekat di hati konsumen J&T dan menjadi daya tarik tersendiri. Membangun citra merek yang positif dan mengelolanya dengan baik merupakan prioritas strategis yang krusial bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan pasar dan membangun keunggulan kompetitif.



Gambar 1.3 Grafik Pengguna J&T Express di Indonesia

Sumber : katadata.com

Jasa pengiriman ekspedisi di Indonesia sangat beragam seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi serta ekonomi. Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat volume pengiriman barang J&T Express menduduki jajaran teratas dalam volume pengiriman barang dengan 2 juta paket per hari, selanjutnya JNE dengan volume pengiriman 1,6 jutapaket per hari, Sicepat dengan volume pengiriman 1 juta paket per hari, Ninja Express dengan volume pengiriman 0,65 juta paket per hari dan yang terakhir SAP dengan volume penjualan 0,15 paket per hari.



Gambar 1.4 Data Penggunaan Jasa Pengiriman Barang di Kota Ngawi

Sumber : Google.trends

Data pengguna jasa pengiriman di Kota Ngawi mengalami naik turun namun yang perlu diperhatikan bahwa J&T Express Kota Ngawi memiliki pengguna jasa yang stabil dan konsisten tiap bulannya. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan jasa ekspedisi mereka cenderung konsisten pada J&T Express. Keputusan penggunaan adalah suatu proses yang dilakukan konsumen dalam melakukan penilaian dan pemilihan dari beberapa alternative yang dianggap paling menguntungkan. Keputusan penggunaan adalah bagian penting dari proses pemasaran dan strategi bisnis, karena mempengaruhi tingkat adopsi produk, loyalitas pelanggan, dan kesuksesan produk atau layanan dalam pasar.

Keputusan penggunaan merupakan proses atau langkah-langkah yang diambil oleh individu atau organisasi dalam memutuskan untuk mengadopsi, menggunakan, layanan atau teknologi tertentu. Ini mencakup proses evaluasi, pertimbangan berbagai faktor seperti manfaat yang diharapkan, kualitas, harga, reputasi merek, keandalan, dan aspek lain yang relevan sebelum membuat keputusan akhir untuk membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Dalam konteks bisnis dan pemasaran, pemahaman yang baik tentang keputusan penggunaan membantu perusahaan merancang strategi yang lebih efektif untuk mempengaruhi konsumen dan meningkatkan adopsi produk atau layanan mereka di pasar.

Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan bahwa keputusan penggunaan merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi kasus

tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan banyaknya keinginan konsumen dalam menentukan keputusan penggunaan, maka akan terus meningkatnya jasa pengiriman ekspedisi. Keputusan penggunaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya kualitas layanan. Kualitas layanan sendiri memang menjadi salah satu kunci dari suatu perusahaan. Dengan kualitas layanan yang baik maka akan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan penggunaan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti mengambil jasa layanan ekspedisi J&T Express sebagai objek penelitian. Karena pada era perkembangan teknologi dan industri ini banyak sekali perusahaan yang muncul demi terpenuhinya keinginan konsumen akan pengiriman barang sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut terkait fenomena ini dengan melakukan penelitian dengan topik **“Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa Pada PT. J&T Express Di Kota Ngawi”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat terarah, maka peneliti membatasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian yang digunakan yaitu J&T Express di Kota Ngawi.
2. Variabel yang digunakan oleh peneliti yaitu Kualitas Layanan, Harga, Citra Merek, dan Keputusan Penggunaan.
3. Responden penelitian ini adalah pengguna jasa layanan ekspedisi pada J&T Express di Kota Ngawi.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas dapat di temukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa pada PT. J&T Express di Kota Ngawi?
2. Apakah Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa pada PT.J&T Express di Kota Ngawi?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan pada Ekspedisi Jasa pada PT. J&T Express di Kota Ngawi?

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa pada PT. J&T Express di Kota Ngawi.

2. Untuk mengetahui apakah Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa pada PT. J&T Express di Kota Ngawi.
3. Untuk mengetahui apakah Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Ekspedisi Jasa pada PT. J&T Express di Kota Ngawi.

E. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pikiran yang dapat bermanfaat dalam bidang ekonomi.
2. Dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan sebagai bahan kajian teori lebih lanjut.
3. Memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai variabel kualitas layanan, harga dan citra merek terlebih dalam sektor jasa pengiriman barang, khususnya pada PT. J&T Express di Jl. PB. Sudirman No.58, Kerek, Margomulyo, Kec. Ngawi, Kab. Ngawi, Jawa Timur.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Universitas

Penelitian ini memberikan sumbangan ilmu pengetahuan terkhusus di bidang Ekonomi dan Manajemen Pemasaran, serta memberikan gambaran awal untuk diadakan penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas layanan, harga dan citra merek terhadap keputusan penggunaan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah ilmu, wawasan dan kemampuan berpikir penulis mengenai penerapan teori yang telah di dapat dari mata kuliah Manajemen Pemasaran ke dalam penelitian yang sebenarnya.

3. Bagi Perusahaan J&T Express

Penelitian ini dapat di jadikan sebagai masukan dalam inovasi pengembangan jasa ekspedisi J&T Express untuk dapat terus bersaing dengan kompetitor lain yang bertujuan untuk menarik konsumen agar terus menggunakan layanan jasa ekspedisi J&T Express