

SKRIPSI



**HUBUNGAN PERILAKU KONSUMEN DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT POS INDONESIA CABANG UTAMA JAKARTA PREMIER**

Disusun Oleh :

Nama : Ryan Kusuma Wijaya

NPM : 2132011088

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA 2024

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**HUBUNGAN PERILAKU KONSUMEN DAN KUALITAS
PELAYANAN DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT POS INDONESIA CABANG UTAMA JAKARTA PREMIER**

Disusun Oleh :

Nama : Ryan Kusuma Wijaya

NPM : 2132011088

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA 2024

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA : RYAN KUSUMA WIJAYA
NPM : 2132011088
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PRODI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR
PUBLIK
JUDUL : HUBUNGAN PERILAKU KONSUMEN
DAN KUALITAS PELAYANAN
DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA PT POS INDONESIA CABANG
UTAMA JAKARTA PREMIER

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Pada tanggal 11 November 2024

Dosen Pembimbing,



Anita, S.Kom, MTI

NIP 197305131998022001

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

LEMBAR PENGESAHAN

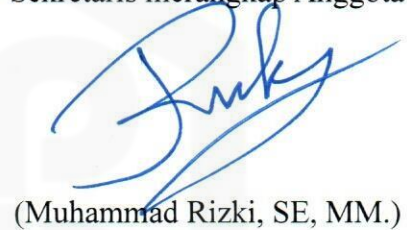
Telah diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan Politeknik STIA LAN Jakarta, pada tanggal 15 November 2024.

Ketua merangkap Anggota



(Drs. Agoes Inarto, MM.)

Sekretaris merangkap Anggota



(Muhammad Rizki, SE, MM.)

Anggota



(Anita, S.Kom., MTI)

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryan Kusuma Wijaya

NPM : 2132011088

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian tugas akhir yang telah saya buat dengan judul “Hubungan Perilaku Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian Pada PT.POS Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier” merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari hasil penelitian tugas akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan atas karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan yang sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 15 November 2024
Penulis,



Ryan Kusuma Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan penyusunan Tugas Akhir dengan judul "Hubungan Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian pada PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier" sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis (S.Tr.AB) pada program studi Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat dilaksanakan tanpa dukungan dari berbagai pihak yang membantu selama proses penyusunan secara langsung atau tidak langsung, sehingga penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Ibu Anita, S.Kom., M.TI selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta perbaikan selama proses penyusunan tugas akhir, serta Ibu Tiarna Siringo Ringo Petugas Kantor Pos Cabang Utama Jakarta Premier yang telah membantu saya dalam mendapatkan data penelitian. Di samping itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nurliah Nurdin, M.A selaku Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta
2. Bapak Muhammad Rizki, SE., MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik Politeknik STIA LAN Jakarta
3. Bapak Budi Priyono, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Sektor Publik Politeknik STIA LAN Jakarta
4. Bapak Drs. Agoes Inarto, MM selaku Dosen Ketua Penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan dalam penyusunan tugas akhir.
5. Bapak/Ibu Pegawai Bagian Administrasi Akademik dan Kerjasama (AAK) Politeknik STIA LAN Jakarta yang telah membantu penulis dalam proses pemenuhan administrasi
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, dan membiayai selama menjalani perkuliahan di Politeknik STIA LAN Jakarta

7. Bapak Pramono selaku EGM Kantor Pos Cabang Utama Jakarta Premier yang telah memberikan izin untuk melaksanakan proses penelitian
8. Bapak Ibu Dosen Politeknik STIA LAN Jakarta yang selalu memberikan dukungan selama proses pendidikan
9. Syalwah Aisyah Purnama sebagai teman yang selalu menemani penulis dalam melakukan penulisan proyek inovasi, seminar proposal, dan seminar hasil
10. Rekan-rekan mahasiswa kelas C ABSP Angkatan 2021 yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama proses pendidikan dan penyusunan tugas akhir.

Setelah selesai dilakukan penyusunan tugas akhir ini, penulis berharap tugas akhir ini dapat membantu memberikan masukan dan perbaikan secara positif terhadap PT Pos Indonesia dan dapat mengembangkan ilmu pemasaran selanjutnya.

Penulis,

RKW

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

ABSTRAK

Hubungan Perilaku Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian Pada Pt Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier, Ryan Kusuma Wijaya; Anita, S.Kom., M.TI

Masyarakat Indonesia saat ini telah dimanjakan dengan melakukan segala aktifitas tidak terlepas dengan penggunaan teknologi seperti (handphone, tablet, laptop, dan perangkat elektronik lain nya). Hal tersebut disambut oleh pelaku bisnis untuk memanfaatkan dalam menciptakan bisnis baru di tengah kompetitor yang sudah ada selama ini, dengan menciptakan inovasi layanan digital. Oleh karena itu PT Pos Indonesia meluncurkan layanan digital terbaru yaitu aplikasi PosAja! sebagai bentuk pelayanan secara praktis, sehingga dapat digunakan oleh konsumen kapanpun dan dimanapun, namun hal tersebut belum menjadi solusi bagi perusahaan untuk dapat bersaing secara global. Penelitian dilakukan untuk melakukan analisa hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian, menggunakan metodologi kuantitatif. Teknik pengambilan sample menggunakan *purposive sampling* sedangkan untuk mengetahui jumlah populasi yang digunakan menggunakan Rumus Slovin dengan rumusan jumlah responden sebanyak 100 orang, merupakan konsumen pengguna aplikasi PosAja! Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang menggunakan *google form*. Hasil penelitian ini yang diperoleh informasi bahwa variabel perilaku konsumen berhubungan langsung dengan keputusan pembelian secara signifikan dengan presentase sebesar 57,4%, dan variabel kualitas pelayanan berhubungan dengan keputusan pembelian secara signifikan sebesar 54,2, serta variabel perilaku konsumen, kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh secara signifikan sebesar 62,4%, sedangkan sisanya sebesar 37,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini, sehingga dapat disimpulkan bahwa PT. Pos Indonesia perlu memahami faktor perilaku konsumen dan kualitas pelayanan untuk mempertahankan konsumen nya dalam memutuskan pembelian produk layanan dari Aplikasi PosAja!.

Kata kunci: perilaku konsumen; kualitas pelayanan; keputusan pembelian.

ABSTRACT

Relationship Between Consumer Behavior and Service Quality with Purchasing Decisions at PT Pos Indonesia Main Branch, Jakarta
Premier Ryan Kusuma Wijaya; Anita, S.Kom., M.TI

Indonesian society is currently spoiled by doing all activities inseparable from the use of technology such as (mobile phones, tablets, laptops, and other electronic devices). This is welcomed by business actors to take advantage of creating new businesses amidst existing competitors, by creating digital service innovations. Therefore, PT Pos Indonesia launched the latest digital service, namely the PosAja! application as a form of practical service, so that it can be used by consumers anytime and anywhere, but this has not been a solution for companies to be able to compete globally. The study was conducted to analyze the relationship between consumer behavior and service quality with purchasing decisions, using quantitative methodology. The sampling technique used purposive sampling while to determine the number of populations used the Slovin Formula with the formulation of the number of respondents as many as 100 people, who are consumers using the PosAja! application. Data collection was carried out using a questionnaire using Google Form. The results of this study obtained information that consumer behavior variables are directly related to purchasing decisions significantly with a percentage of 57.4%, and service quality variables are significantly related to purchasing decisions by 54.2, and consumer behavior variables, service quality simultaneously or together have a significant effect of 62.4%, while the remaining 37.6% are influenced by other factors not mentioned in this study, so it can be concluded that PT. Pos Indonesia needs to understand consumer behavior factors and service quality to maintain its consumers in deciding to purchase service products from the PosAja! Application.

Keywords: *consumer behavior; service quality; purchasing decisions.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Rumusan Permasalahan	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. TINJAUAN TEORI.....	9
1. Pemasaran	9
2. Bauran Pemasaran.....	10
3. Perilaku Konsumen.....	12
4. Kualitas Pelayanan.....	15
5. Keputusan Pembelian.....	20
6. Penelitian Terdahulu	22
B. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL DAN INDIKATORNYA	28
1. Perilaku Konsumen.....	28
2. Kualitas Pelayanan.....	30
3. Keputusan Pembelian.....	30
C. KERANGKA BERPIKIR.....	31
D. HIPOTESIS PENELITIAN	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Metode Penelitian	33
B. Populasi, Sampel, Teknik Sampling	33
1. Populasi.....	33
2. Sampel.....	33
3. Teknik Sampling	34
C. Teknik Pengumpulan Data.....	34
D. Instrumen Penelitian	35
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	40
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	40
1. Uji Normalitas.....	40
2. Uji Multikolinieritas.....	41
3. Uji Heteroskedastisitas.....	41
4. Regresi Linier Berganda	41
5. Uji Hipotesis	42
6. Koefisien Determinasi	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Penyajian Data	45
1. Gambaran umum PT Pos Indonesia.....	45
2. Visi Misi.....	47
3. Struktur Organisasi	48
B. Pembahasan	52
1. Karakteristik Responden.....	52
3. Statistik Deskriptif	55
4. Uji Asumsi Klasik.....	58
5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
C. Sintesis Pemecahan Masalah	66
1. Uji Hipotesis	65

BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Jasa Pengiriman di Indonesia tahun 2022-2024.....	2
Tabel 1. 2 Pengguna aplikasi jasa pengiriman	4
Tabel 1. 3 Ulasan Pelanggan terhadap layanan pada kantor pos Jakarta Premier...	5
Tabel 2. 1 Proses pengambilan keputusan.....	21
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu.....	23
Tabel 3. 1 Data pengguna aplikasi PosAja!.....	33
Tabel 3. 2 Instrumen penelitian.....	36
Tabel 3. 3 Uji validitas variabel perilaku konsumen.....	38
Tabel 3. 4 Uji validitas variabel kualitas pelayanan.....	39
Tabel 3. 5 Uji validitas variabel keputusan pembelian	39
Tabel 3. 6 Uji reliabilitas variabel.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	53
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	53
Tabel 4. 5 Karakteristik responden berdasarkan skala penggunaan.....	54
Tabel 4. 6 Karakteristik responden berdasarkan penggunaan fitur layanan.....	54
Tabel 4. 7 Karakteristik responden berdasarkan pemilihan metode pengiriman ..	55
Tabel 4. 8 Statistik deskriptif variabel perilaku konsumen	56
Tabel 4. 9 Statistik deskriptif variabel kualitas pelayanan	58
Tabel 4. 10 Statistik deskriptif variabel keputusan pembelian.....	60
Tabel 4. 11 Hasil uji normalitas	62
Tabel 4. 12 Hasil uji multikolinieritas.....	63
Tabel 4. 13 Regresi linier berganda.....	65
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	67
Tabel 4. 15 Hasil uji koefisien determinasi perilaku konsumen (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)	68

Tabel 4. 16 Hasil uji koefisien determinasi kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	68
Tabel 4. 17 Hasil uji koefisien determinasi perilaku konsumen (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).....	69



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Ulasan Google Maps	6
Gambar 1. 2 Data Penjualan (Rp. Miliar)	6
Gambar 1. 3 Data Penjualan Januari – April 2024.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka berpikir.....	32
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi KCU Jakarta Premier.....	48
Gambar 4. 2 Hasil uji normalitas	63
Gambar 4. 3 Uji heteroskedastisitas.....	64



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan teknologi informasi terus meningkat, hal ini mendorong penerapan digitalisasi di berbagai bidang dalam upaya meningkatkan efisiensi operasional dan mendorong inovasi produk dan layanan, meningkatkan pengalaman konsumen, menekan biaya operasional serta dapat menganalisis data perusahaan dengan tepat untuk proses pengambilan keputusan. Pertumbuhan pesat teknologi informasi dan jumlah pengguna internet juga menjadi peluang yang sangat menguntungkan bagi sektor logistik untuk meningkatkan kualitas layanan dan inovasi, serta kolaborasi antar pihak dalam sistem logistik, menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing penyedia jasa logistik di Indonesia. Selain menjalankan bisnis di bidang logistik, PT Pos Indonesia (persero) juga menyediakan berbagai jenis layanan, termasuk pengiriman surat, paket, dokumen, dan barang, pengiriman uang, pembayaran tagihan, pengiriman dokumen perbankan, dan layanan keamanan. Di tengah tingginya tingkat persaingan antar pelaku bisnis yang telah dilakukan, PT Pos Indonesia menghadapi tantangan agar dapat tetap eksis di dalam bisnis yang telah dijalankan selama 278 tahun, dari sejak awal berdirinya pada tahun 1746.

Undang-Undang No. 38 Tahun 2009 tentang Pos, mengatur tentang layanan pos yang dapat diselenggarakan oleh badan usaha milik negara, di antaranya: layanan komunikasi tertulis atau surat elektronik, pengiriman paket dan logistik, layanan transaksi keuangan, layanan keagenan pos. Selanjutnya pada bagian satu yang mengatur penyelenggaraan Pos, dalam pasal 4 pemerintah menetapkan bahwa dalam penyelenggaraan Pos dilakukan oleh badan usaha yang berbadan hukum industri terdiri dari badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, badan usaha milik swasta; dan koperasi. Sebagai satu-satunya perseroan berbentuk Badan Usaha Milik Negara (BUMN), PT Pos Indonesia harus dapat menjawab tuntutan

peningkatan layanan yang diharapkan dari masyarakat, begitu pula PT Pos Indonesia menghadapi tantangan dalam menjaga kualitas layanan, mengoptimalkan efisiensi operasional, dan mempertahankan konsumen di era digital ini. Dari sisi kepemilikan status perusahaan, PT Pos Indonesia telah memiliki kantor cabang yang menyebar ke seluruh wilayah Indonesia dan telah memiliki konsumen yang loyal, hanya sekarang bagaimana PT Pos Indonesia dapat lebih mengangkat keunggulan kompetitif yang dimiliki tersebut untuk mempertahankan dan menambah konsumen ke depannya. Hadirnya perusahaan sejenis yang ikut meramaikan persaingan dalam industri logistik, memaksa perusahaan berplat merah ini untuk dapat terus melakukan inovasi produk dan pelayanan yang dapat ditawarkan kepada konsumen. Data berikut merupakan hasil Top Brand Award jasa pengiriman di Indonesia pada tahun 2022-2024.

Tabel 1. 1 Top Brand Index Jasa Pengiriman di Indonesia tahun 2022-2024

2022		2023		2024	
Merek	TBI	Merek	TBI	Merek	TBI
J&T Express	39,30%	J&T Express	33,30%	J&T Express	50,90%
JNE Express	23,10%	JNE Express	29,10%	JNE Express	11,50%
TIKI	11,10%	TIKI	10,60%	TIKI	10,20%
POS Indonesia	8,50%	POS Indonesia	7,30%	POS Indonesia	9,40%
DHL	6,90%	DHL	7,20%	DHL	4,10%

Sumber: Top Brand Award 2024

Berdasarkan data di atas, selama dua tahun terakhir PT Pos Indonesia tidak mengalami perubahan posisi pada pemeringkatan perusahaan sejenis, untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti PT Pos Indonesia sebagai jasa layanan pengiriman barang yang berada dibawah naungan pemerintah, perlu akan adanya strategi peningkatan inovasi untuk memperkuat strategi bersaing yang handal dan berorientasi ke depan, yang memahami apa kebutuhan konsumen mendatang agar dapat bertahan pada persaingan global.

Perilaku konsumen yang terjadi pada saat ini, ditandai dengan adanya pola gaya hidup yang semakin berkembang dan disesuaikan dengan penilaian yang akan

dilakukan oleh seorang konsumen. Gaya hidup tersebut akan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku konsumen. Saat ini masyarakat telah dimanjakan dengan melakukan segala aktifitas tidak terlepas dengan penggunaan teknologi seperti (handphone, tablet, laptop, dan perangkat elektronik lain nya). Hal tersebut disambut oleh pelaku bisnis untuk memanfaatkan dalam menciptakan bisnis baru di tengah kompetitor yang sudah ada selama ini, dengan menciptakan inovasi layanan digital. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah PT Pos Indonesia. Dalam rangka untuk memperkuat layanan mereka di bidang logistik, PT Pos Indonesia telah melakukan transformasi digital. Sejak tanggal 26 Agustus tahun 2021, PT Pos Indonesia memperkenalkan identitas layanan digital terbaru yaitu PosAja! dan PosPay. Layanan aplikasi mobile PosAja! dibangun untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi kebutuhan konsumen dalam melakukan penjemputan barang kiriman tanpa perlu datang langsung ke kantor (*pick up service*), sedangkan aplikasi PosPay difungsikan untuk memudahkan konsumen dengan menghadirkan layanan dompet digital. Dengan pengalaman besar yang telah dimiliki oleh PT Pos Indonesia, berbagai masalah harus dihadapi oleh PT Pos Indonesia untuk dapat merubah mindset yang telah terbentuk selama ini di tengah masyarakat yang memiliki proses bisnis pengiriman surat dan uang, bukan sebagai perusahaan pengiriman barang.

Produk layanan pengiriman yang ditawarkan dari aplikasi PosAja! terdiri dari Pos *Sameday* yaitu layanan pengiriman cepat dan aman dengan jangkauan luas di seluruh Indonesia, pengiriman dan penerimaan paket dilakukan di hari yang sama, dengan estimasi pengantaran maksimal 9 jam sampai, dan berat paket maksimal 10kg. Lalu ada Pos *Nextday* yakni layanan pengiriman paket dengan jaminan besok sampai, mencakup wilayah antar kota provinsi, dengan maximal berat paket 30kg, dan Pos *Reguler* yang melayani pengiriman paket dengan tarif ekonomis yang menjangkau seluruh pelosok Indonesia, dengan estimasi pengantaran 2-4 hari. Sedangkan layanan Pospay, merupakan layanan dompet digital, terdiri dari jenis transaksi yaitu melakukan top up pulsa, paket data, token listrik, dan transfer uang. Oleh karena itu yang menjadi fokus permasalahan pada

penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen terhadap PT Pos Indonesia pada saat ini, terkait dengan inovasi layanan digital yang telah diluncurkan, yaitu aplikasi PosAja!. Hal tersebut apakah masyarakat mengetahui layanan digital tersebut dan beralih menggunakan aplikasi tersebut untuk pengiriman nya, atau masih datang langsung ke kantor pos terdekat. Aplikasi mobile PosAja! kini sudah bisa diakses diseluruh Kantor Pos Indonesia termasuk di Kota Jakarta. Salah satunya adalah Kantor Pos Cabang Utama (KCU) Jakarta Premier. Tentunya bukan hanya PT Pos Indonesia saja yang terus melakukan inovasi lewat peluncuran aplikasi jasa pengiriman, hal ini juga dilakukan oleh jasa pengiriman barang swasta yang berada disekitarnya. Berikut merupakan data banyaknya pengguna aplikasi jasa pengiriman barang:

Tabel 1. 2 Pengguna aplikasi jasa pengiriman

Jasa Pengiriman Barang	Pengguna
J&T Express Indonesia	50.000.000
Lalamove	10.000.000
My JNE	5.000.000
Anteraja	1.000.000
PosAja!	500.000

Sumber: Playstore 2024

Berdasarkan data tersebut, PT Pos Indonesia belum menjadi pilihan utama bagi pengguna untuk menggunakan jasa pengiriman barang. Data tersebut juga menunjukkan bahwa aplikasi jasa pengiriman swasta menempati peringkat di atas, dibandingkan PT Pos Indonesia, dengan jumlah pengguna aplikasi terbanyak. Melihat ulasan online yang masuk dalam beberapa bulan terakhir tahun 2024, bahwa pengguna aplikasi PosAja! terkadang masih mengalami masalah terkait harga, waktu pengiriman, dan kualitas produk layanan yang tidak sesuai, selain itu masih terdapat kendala pada aplikasi tersebut seperti langkah-langkah dalam pengiriman, fitur-fitur aplikasi yang terkadang tidak dapat berfungsi dengan baik. Menurut (Danadipa Aji et al., 2023) “Proses pelayanan yang lambat dari kantor pos dan akhirnya sering membuat para konsumen menjadi kecewa, serta menurutnya kualitas pegawai perlu untuk ditingkatkan bahkan diberikan pelatihan serta pengembangan pegawai yang ada dalam proses pelayanan.” Pelayanan yang baik

berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang cenderung akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda menyebabkan perusahaan harus memahami dan memenuhi kebutuhan yang beragam dari konsumennya. Diantara faktornya yaitu, kecepatan respon pelayanan, harga dan citra perusahaan. Berikut data pendapat konsumen mengenai kualitas pelayanan pada PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier.

Tabel 1. 3 Ulasan Pelanggan terhadap layanan pada kantor pos Jakarta Premier

Nama Konsumen	Ulasan
Mauritz Hendy (Februari, 2024)	“Status kiriman palsu dan tidak real time, jika ada opsi lain saya tidak akan menggunakan jasa pos ini”
Adhelia Dwina (Maret, 2024)	“Sangat sangat buruk untuk pengiriman barangnya!!!! dan sampai saat ini barang saya belum saya terima!!!!”
Angga Sugandah (April, 2024)	“Paket tidak kunjung sampai, lalu alamat tidak ketemukan padahal sudah cantumkan kode pos, alamat jelas dan nomor hp, namun tidak ada konfirmasi saat ini”
Robert Andy (Juni, 2024)	“Pelayanan bagus dan sopan”
Friska Novelina (November, 2023)	“Petugasnya ramah-ramah dan pelayanannya pun bagus-bagus, mulai dari petugas keamanan dan semua petugasnya yang didepan ramah-ramah.”

Sumber: Google maps PT Pos Indonesia Jakarta Timur

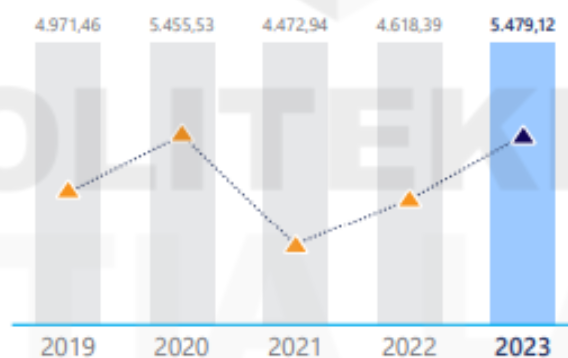
Dari sumber online *google maps*, beberapa keluhan yang berasal dari masyarakat pengguna jasa PT Pos Indonesia seperti paket barang yang dipesan oleh konsumen tidak terkirim secara tepat kepada calon penerima semestinya meskipun alamat yang dicantumkan sudah lengkap, status pengiriman yang tidak bisa ditreasure dan barang yang dikirim tidak sampai serta adanya penambahan biaya untuk sewa penyimpanan barang-barang dari luar negeri.



Gambar 1. 1
Rating Ulasan Google Maps

Sumber: Google maps PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier

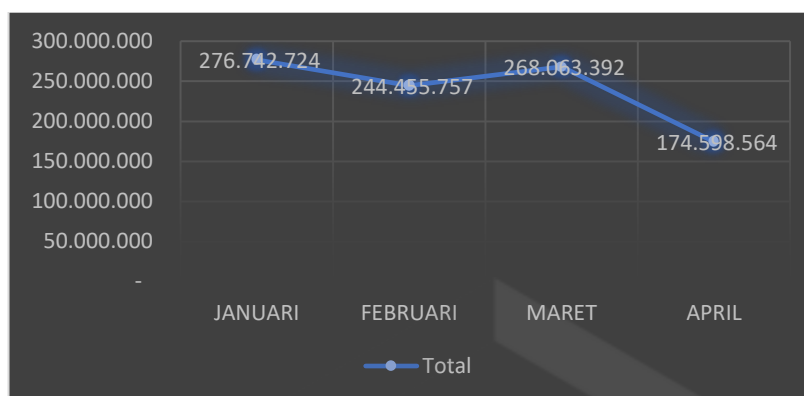
Dari rating ulasan tersebut menunjukkan rating ulasan google maps yang masih rendah, hal ini menunjukkan rating yang rendah tersebut perlu dibuktikan faktor penyebabnya melalui penelitian ini. Munculnya persaingan dari perusahaan swasta menjadi tantangan tersendiri bagi PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier untuk menjaga terus loyalitas konsumen yang ada dan melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh konsumen. Kecepatan pengiriman menjadi salah satu penyebab konsumen dalam memutuskan keputusan pembelian menggunakan layanan jasa pengiriman. Berikut merupakan data penjualan PT Pos Indonesia dalam beberapa tahun terakhir:



Gambar 1. 2
Data Penjualan (Rp. Miliar)

Sumber: Laporan tahunan PT Pos Indonesia, 2024

Berdasarkan gambar 1.2 diatas, menunjukkan bahwa data pendapatan PT Pos Indonesia dari Tahun 2019-2023 mengalami kenaikan pendapatan, meskipun di tahun sebelumnya sempat mengalami penurunan pendapatan, namun hal tersebut masih menjadi faktor yang diperlu diperhatikan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan usaha.



Gambar 1. 3
Data Penjualan Januari – April 2024

Sumber: PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier, 2024

Berdasarkan gambar 1.3 diatas, menunjukkan bahwa data pendapatan dari bulan Januari sampai April pada PT Pos Cabang Utama Jakarta Premier mengalami penurunan pendapatan, meskipun di bulan sebelumnya sempat mengalami kenaikan pendapatan, namun hal tersebut masih menjadi faktor yang diperlu diperhatikan untuk mempertahankan dan meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, muncul pertanyaan penelitian yang menjadikan alasan penelitian ini akan dilakukan. Pertanyaan tersebut adalah “Bagaimana hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian pada PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier?”

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat beberapa masalah yang dapat dikemukakan, sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

2. Bagaimana hubungan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Bagaimana hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan perilaku konsumen dengan keputusan pembelian.
2. Mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.
3. Mengetahui hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan keunggulan penelitian, sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap hasil penelitian baik di bidang akademis maupun praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori tentang hubungan perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian. Hal ini berperan dalam mendukung dan memperkaya literatur yang ada mengenai topik ini.

2. Manfaat Bagi Kepentingan Dunia Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran bagi konsumen, sehingga dapat mengetahui faktor perilaku konsumen dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Pos Indonesia Cabang Utama Jakarta Premier. Penelitian ini diharapkan pula dapat membantu para pelaku usaha yang bergerak dalam layanan pengiriman, untuk mengetahui aspek-aspek yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.