

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
MINAT KONSUMEN MEMILIH JASA PENGIRIMAN  
ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN JASA YANG  
ADA DI KOTA PALOPO)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP  
MINAT KONSUMEN MEMILIH JASA PENGIRIMAN  
ONLINE (STUDI PADA KONSUMEN JASA YANG  
ADA DI KOTA PALOPO)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**1. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.**

**2. Hendra Safri, SE., M.M.**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIHAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Nikeardilla

NIM : 16 0401 0098

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang ada di Kota Palopo)

menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 08 November 2021

Yang membuat pernyataan,



Nikeardilla  
NIM 16 0401 0098

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang ada di Kota Palopo) yang ditulis oleh Nikeardilla Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0098, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Senin, tanggal 19 Juli 2021 Miladiyah bertepatan dengan 9 Zulhijah 1442 Hijriyah telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 08 November 2021

### TIM PENGUJI

- |   |               |         |
|---|---------------|---------|
| 1. Dr. Takdir, SH., MH.                       | Ketua Sidang  | (.....) |
| 2. Prof. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M | Penguji I     | (.....) |
| 3. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.       | Penguji II    | (.....) |
| 4. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si                   | Pembimbing I  | (.....) |
| 5. Hendra Safri, SE., M.M                     | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlan M., M.M.  
NIP 196102081994032001

Ketua Program Studi  
Ekonomi Syariah



Dr. Fasila, S.EI., M.EI.  
NIP 198102132006042002

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ .

(اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayahnya serta memberikan kesehatan dan kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online (studi pada konsumen jasa yang ada di Kota Palopo)” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Kepada para keluarga, sahabat, dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang ekonomi syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dorongan, dan do'a dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.

2. Dr. Hj. Ramlah M., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr. Fasiha S.E., M.EI, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
4. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. dan Hendra Safri, SE., M.M. selaku Pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. dan Selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ilham S.Ag., M.A selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Madehang S.Ag., M.Pd. selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu , khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini
9. Terkhusus kepada orang tuaku tercinta ayahanda Arlis dan Ibunda Jusria, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta semua saudara dan saudariku yang selama ini membantu dan

mendoakanku. Mudah-mudahan Allah SWT mengumpulkan kita semua dalam syurganya kelak.

10. Kepada teman-temanku tercinta di “Pejuang Toga” yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang selalu memberi ruang untuk bertukar pikiran, mendukung, membantu, menjadi pendengar yang baik, memberi motivasi, saran, serta informasi khususnya yang berkaitan dengan skripsi ini, hingga penulisan skripsi ini dapat selesai.
11. Kepada semua teman-teman seperjuangan mahasiswa program studi Ekonomi Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 terkhususnya kelas D, yang selama ini membantu dan memberi saran dalam penyusunan skripsi ini.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapat pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT. Aamiin.

Palopo, 08 november 2021



Penulis

**IAIN PALOPO**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Daḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Za	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas



غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauła*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي...   اِي...   اِي...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو...	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

: *rāmā*

رَمَى : *qīla*

قِيلَ : *yamūtu*

يَمُوتُ

### 4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

#### 5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّينَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُعْمٌ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوٌّ	: <i>'aduwwun</i>

huruf ّ ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* ( ِ ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiyy)

## IAIN PALOPO

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* ( َ ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf

langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i> )
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i> )
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

## 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata *al-Qur'an* (dari *al-Qur'ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Syarh al-Arba'in al-Nawāwī*

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dīnullāh*      بِاللَّهِ *billāh*

adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi

yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahrū Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

*Nasīr al-Dīn al-Tūsī*

*Nasr Hāmid Abū Zayd*

*Al-Tūfī*

*Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū

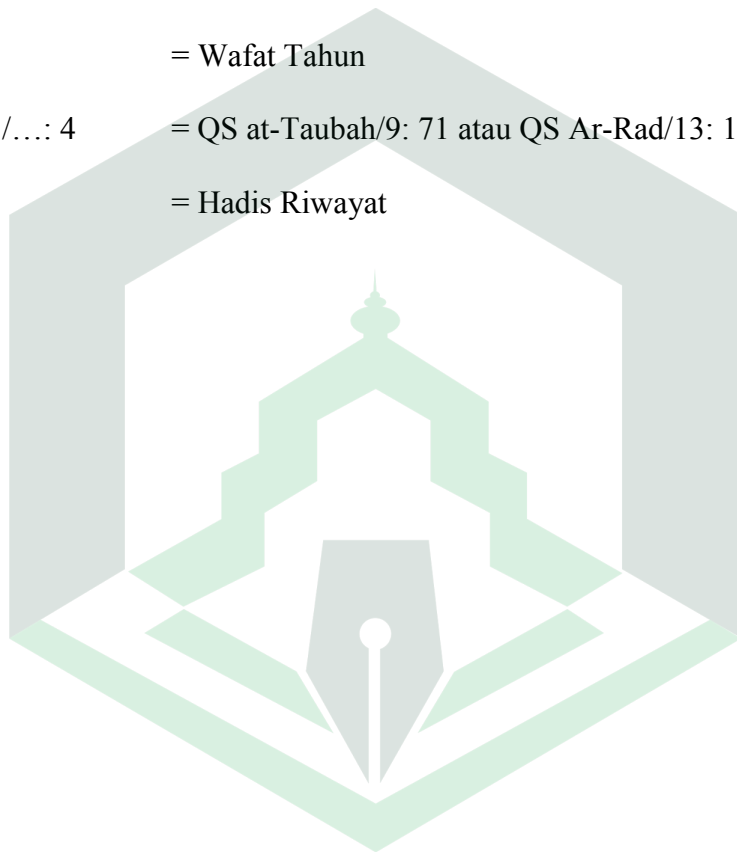
## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT. = Subhanahu Wa Ta'ala

SAW. = Sallallahu 'Alaihi Wasallam

AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS at-Taubah/9: 71 atau QS Ar-Rad/13: 11
HR	= Hadis Riwayat



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR AYAT</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR HADIST</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b> .....	<b>8</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	8
B. Landasan Teori .....	9
C. Kerangka Pikir.....	21
D. Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
A. Jenis Penelitian .....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
C. Definisi Operasional Variabel .....	24
D. Populasi dan Sampel.....	25
E. Teknik Pengumpulan Data .....	26
F. Instrumen Penelitian.....	27
G. Uji Validitas dan Uji Realibilitas .....	28
H. Teknik Analisis Data .....	33
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA</b> .....	<b>37</b>
A. Hasil Penelitian .....	37
B. Pembahasan .....	64



<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>69</b>
	A. Simpulan.....	69
	B. Saran.....	69

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat QS an-nisa'/4: 29 .....	16
--------------------------------------	----



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR HADIS

Hadis tentang kezaliman kepada sesama manusia..... 17



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan .....	8
Tabel 3.1 Uji validitas pos .....	30
Tabel 3.2 Uji reabilitas Pos .....	31
Tabel 3.3 Uji validitas JNE .....	31
Tabel 3.4 Uji reabilitas JNE .....	32
Tabel 4.1 Presentase responden berdasarkan jenis kelamin .....	42
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia .....	43
Tabel 4.3 Hasil uji validitas data PT.Pos .....	44
Tabel 4.4 Hasil uji realibilitas data PT.Pos .....	45
Tabel 4.5 Hasil analisis regresi berganda PT.Pos .....	46
Tabel 4.6 Hasil uji normalitas PT.Pos .....	47
Tabel 4.7 Hasil multikolinearitas PT.Pos .....	47
Tabel 4.8 Hasil uji heterokedastisitas PT.Pos .....	48
Tabel 4.9 Hasil uji t PT.Pos .....	49
Tabel 4.10 Hasil uji determinasi PT.Pos .....	51
Tabel 4.11 Presentase responden berdasarkan jenis kelamin (JNE) ..	54
Tabel 4.12 Karakteristik responden berdasarkan (JNE) .....	55
Tabel 4.1 Hasil uji validitas data JNE.....	56
Tabel 4.14 Hasil uji realibilitas data JNE .....	58

Tabel 4.15 Hasil analisis regresi berganda JNE .....	58
Tabel 4.16 Hasil uji normalitas JNE .....	59
Tabel 4.17 Hasil multikolinearitas JNE .....	60
Tabel 4.18 Hasil uji heterokedastisitas JNE .....	61
Tabel 4.19 Hasil uji t JNE .....	62
Tabel 4.20 Hasil uji determinasi JNE .....	63



**IAIN PALOPO**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Survei Pengguna Internet Se-Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Hasil Survei Pengguna Internet Per Wilayah Indonesia.....	2
Gambar 1.3 Hasil Survei Pengguna Internet Per Provinsi di Sulawesi- Maluku-Papua .....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	21



**IAIN PALOPO**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1 Angket (Kuesioner)**

**Lampiran 2 Daftar Pertanyaan**

**Lampiran 3 Hasil Tabulasi dan Data Kuesioner**

**Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS**

**Lampiran 5 Dokumentasi**

**Lampiran 6 Nota Dinas Pembimbing Seminar Hasil**

**Lampiran 7 Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil**

**Lampiran 8 Turnitin**

**Lampiran 9 Verifikasi**

**Lampiran 10 Persetujuan Pembimbing Ujian Munaqasyah**

**Lampiran 11 Nota Dinas Pembimbing Ujian Munaqasyah**

**Lampiran 12 Persetujuan Penguji**

**Lampiran 13 Nota Dinas Penguji**

**Lampiran 14 Riwayat Hidup**



**IAIN PALOPO**

## ABSTRAK

**Nikeardilla, 2021.** “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang Ada di Kota Palopo)”. Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Mahadin Shaleh dan Hendra Sapri.

Skripsi ini membahas tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online studi pada konsumen jasa yang ada di Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif kausal. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: (1) kualitas layanan pada PT.Pos dan JNE berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online di Kota Palopo. (2) harga pada PT.Pos dan JNE berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online di Kota Palopo.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Minat Konsumen**



**IAIN PALOPO**



## ABSTRACT

**Nikeardilla, 2021.** "The Effect of Service Quality and Price on Consumer Interests in Choosing Online Shipping Services (Study on Service Consumers in Palopo City)". Thesis of Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, Palopo State Islamic Institute of Religion. Supervised by Mahadin Pious and Hendra Sapri. This thesis discusses service quality and price towards consumers' interest in choosing online delivery services. This study discusses service consumers in Palopo City.

This thesis discusses the effect of service quality and price on consumer interest in choosing online delivery services. This study discusses service consumers in Palopo City. This study aims to determine the effect of service quality and price on consumer interest in choosing online delivery services. This type of research the researcher uses is quantitative research. This research uses the formulation of the causal associative problem. The data collection techniques used were questionnaires and documentation. The data analysis technique used is multiple linear regression. Based on the results of the research conducted, it shows that: (1) the quality of service at PT.Pos and JNE has a positive and significant effect on consumer interest in choosing online delivery services in Palopo City. (2) Price perceptions at PT.Pos and JNE have a positive and significant effect on consumer interest in choosing online delivery services in Palopo City.

**Keywords: Service Quality, Price, Consumer Interest**

IAIN PALOPO

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Internet sudah menjadi konsumsi sehari-hari di kalangan masyarakat saat ini. Tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga digunakan untuk media bisnis dan belanja online. Hal ini disebabkan karena internet merupakan jaringan komputerisasi yang sifatnya sangat global, yakni dapat diakses diseluruh belahan dunia pada waktu yang tak terbatas bisa dikatakan online 24 jam setiap hari tanpa batas. Segala informasi dapat diakses kapanpun dan dimanapun sehingga internet ini banyak dilirik oleh para pelaku bisnis untuk memperluas pangsa pasar bagi peningkatan penjualan produk mereka inilah yang disebut dengan istilah E – commerce.

Memperjelas mengenai istilah E- commerce didalam buku Abdul Halim Barkatullah yang dikutip dari kamus Black's Law Dictionary Seventh Edition, E –commerce adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen online di internet.<sup>1</sup> Di negara Indonesia sendiri penggunaan internet mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil studi polling Indonesia yang bekerja sama dengan APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Menurut s'ekjen APJII, Henri Kasyfi, survei ini melibatkan 5.900

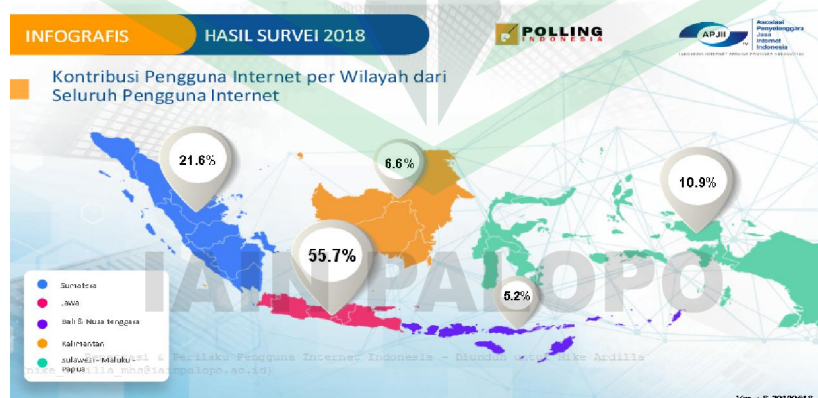
---

<sup>1</sup> Hestanto, "E-commerce Menurut Para Ahli", 2007-2019. <https://www.hestanto.web.id/e-commerce-menurut-para-ahli/>.

sampel dengan margin of error 1,28 persen. Data lapangan ini diambil selama periode maret hingga 14 april 2019. Hasilnya, menurut Henri, dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Angka ini meningkat dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,86 persen. Dari tahun ke tahun angka terus naik.<sup>2</sup>

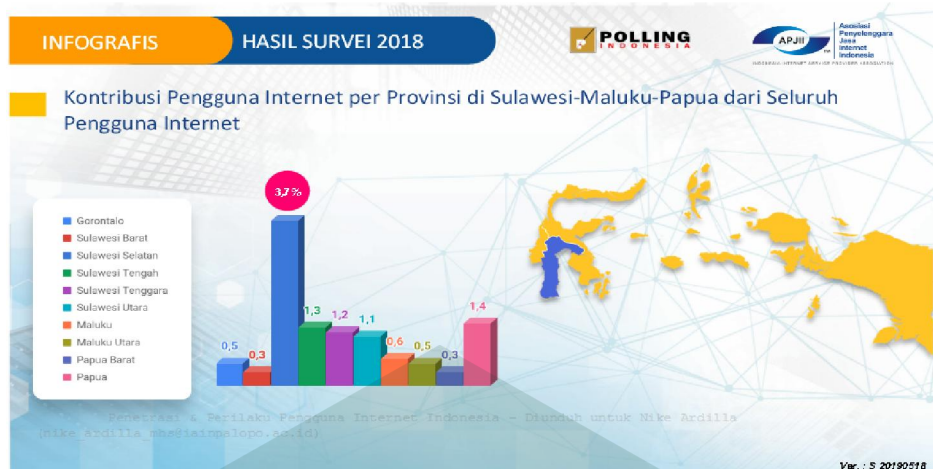


Gambar 1.1 Hasil Survei Pengguna Internet Se-Indonesia (APJII, 2018)



Gambar 1.2 Hasil Survei Pengguna Internet Per Wilayah Indonesia (APJII, 2018)

<sup>2</sup> APJII, “Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia” 2018.  
<https://www.apjii.or.id/>



Gambar 1.3 Hasil Survei Pengguna Internet Per Provinsi di Sulawesi-Maluku-Papua (APJII, 2018)

Data diatas menunjukkan bahwa meningkatnya jumlah pengguna internet di berbagai wilayah di Indonesia. Terfokus di wilayah Sulawesi penggunaan internet yang paling tinggi yaitu Sulawesi Selatan.<sup>3</sup> Internet sendiri sudah menarik berbagai bisnis untuk mempromosikan produknya di internet dan sekaligus untuk melakukan transaksi perdagangan. Jutaan orang di seluruh dunia mencari dan membeli barang yang mereka inginkan dengan berselancar di internet. Sejalan dengan berkembangnya bisnis online ini menjadi latar belakang munculnya jasa pengiriman online yang saat ini sedang berkembang dan bersaing untuk merebut pasar. Jasa pengiriman online ini sudah menjadi kebutuhan yang utama bagi banyak individu saat ini. Mereka membutuhkan jasa pengiriman yang amanah dalam pelayanannya agar barang tersebut dapat sampai pada tempat di waktu yang tepat.

<sup>3</sup> APJII, “Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia” 2018. <https://www.apjii.or.id/>

Semakin tingginya, permintaan atas pengiriman barang di Indonesia. Sehingga ini tentu tidak terlepas dari campur tangan Perusahaan penyedia jasa pengiriman online seperti TIKI, J&T, JNE, dan POS Indonesia. Dan jasa pengiriman ini terus bersaing dengan strategi pemasaran yang berbeda-beda juga berusaha memaksimalkan kinerjanya dalam melayani pelanggannya. Kepuasan para pelanggan merupakan salah satu yang harus di perhatikan karena ini merupakan daya saing dengan jasa pengiriman yang lain. Sebab, jika pelanggan tidak merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan beralih ke pihak pesaing. Dan ini akan merugikan karena akan menyebabkan penurunan laba bagi perusahaan.<sup>4</sup>

Kepuasan konsumen pengguna jasa online di tentukan dengan kualitas pelayanan yang diterima dari perusahaan jasa pengiriman online. Di samping itu konsumen yang dihadapi memiliki perilaku yang berbeda- beda dalam memilih jasa pengiriman online terkadang para konsumen memilih jasa pengiriman online berdasarkan harga yang murah. Tarif atau harga yang dibayarkan oleh konsumen atas penggunaan jasa pengiriman online sering kali menjadi opsi pilihan untuk menghemat pengeluaran karena harga yang dibayarkan di hitung dari berat di kali dengan tarif jasa yang di pilih. Sehingga untuk konsumen yang berhemat lebih memilih jasa pengiriman online dengan tarif murah. Hal ini yang membuat setiap jasa pengiriman

---

<sup>4</sup> Dewi Purbowati, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online pada PT.Pos Indonesia di kota Samarinda", *Administrasi Bisnis* 6, No. 2 (2018): 870, [https://ejournal.adbisnis.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/05/Jurnal%20Dewi%20Purbowati%20\(05-28-18-09-06-24\).pdf](https://ejournal.adbisnis.fisipunmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/05/Jurnal%20Dewi%20Purbowati%20(05-28-18-09-06-24).pdf).

online memiliki perbedaan angka peminat penggunaan jasa online yang berbeda.

Terkhusus di kota palopo sendiri terdapat beberapa jasa pengiriman jasa online yang bisa digunakan konsumen. Namun dalam peningkatan jumlah pengguna jasa pengiriman jasa online setiap jasa berbeda jumlahnya. Di kota palopo konsumen yang menggunakan jasa pengiriman online adalah para wirausaha, UMKM yang dalam hal ini mereka yang berjualan online shop. Bagi kalangan pelaku wirausaha dan online shop, harga adalah hal yang sangat di perhatikan untuk tetap menjaga keuntungan. Sedangkan pihak yang hanya sekedar menggunakan jasa pengiriman online untuk kegiatan tidak berbisnis kualitas pelayanan adalah hal utama dalam sebuah kepuasan. Oleh karena itu setiap orang memiliki persepsi berbeda terkait minat dalam memilih jasa pengiriman online.

Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan harga mempengaruhi minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online di kota palopo. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: “ **Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi Pada Konsumen Jasa Pengiriman yang Ada di Palopo)**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang telah diuraikan penulis diatas, maka akan dirumuskan masalah-masalah yang dibahas, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online ?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online ?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman online ?

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang akan dilaksanakan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik, pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan pengetahuan serta referensi pengetahuan mengenai minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online.
2. Manfaat praktis, dengan adanya manfaat praktis, semoga dapat dimanfaatkan khususnya bagi masyarakat yang gemar dalam berbelanja online untuk memilih jasa pengiriman online yang sesuai

dengan yang di inginkan juga dengan kualitas pelayanan yang terbaik. Begitu juga

3. dengan pihak jasa pengiriman online dapat mengamati perilaku dari konsumen sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai yang di inginkan oleh konsumen. Sehingga pihak jasa pengiriman online dapat menjaga kepercayaan konsumen dengan begitu konsumen tidak beralih ke jasa pengiriman online lain (pesaing).



**IAIN PALOPO**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Daniel Dama	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado	Hasil pengujian secara simultan lokasi, kualitas layanan, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado. Hasil pengujian secara parsial lokasi, kualitas layanan, harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado. <sup>5</sup>	Memiliki jenis penelitian yang sama yaitu deskriptif kuantitatif	Objek yang diteliti berbeda yaitu minat beli konsumen dalam memilih Laptop Acer. Variabel yang digunakan ada 5 yaitu 4 dari Variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen laptop acer Aspire di Lestari Komputer Manado.
2.	Dewi Purbowati	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Jasa Pengiriman	Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel kualitas layanan, harga dan aksesibilitas lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman	Memiliki jenis penelitian yang sama yaitu deskriptif kuantitatif. Objek yang diteliti	Menggunakan 4 variabel sedangkan penelitian saya hanya 3 variabel. Hanya mengkhususkan pada 1 perusahaan jasa. Tujuan penelitian ini adalah untuk meng

<sup>5</sup> Daniel Dama, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado", *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16, No. 01 (2016), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10915>

	an pada Pt. Pos Indonesia di Kota Samarinda.	an PT.Pos Indonesia. Hasil uji t parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan aksesibilitas lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen memilih menggunakan jasa pengiriman pada PT.Pos Indonesia. <sup>6</sup>	sama.	etahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, aksesibilitas lokasi terhadap keputusan konsumen memilih menggunakan jasa pengiriman pada PT. PosIndonesia di Kota Samarinda.	
3.	Yusdiana	Analisis Faktor-faktor Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Jasa Pengiriman pada PT.Pos Indonesia (Persero) Medan	Hasil uji simultan (uji f) yang terdiri dari motivasi, persepsi, dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen memilih jasa pengiriman paket pada PT.Pos Indonesia (Persero) Medan. Berdasarkan pengujian variabel independen secara parsial, variabel sikap konsumen yang dominan berpengaruh terhadap keputusan memilih jasa pengiriman paket pada PT.Pos Indonesia (persero) Medan. <sup>7</sup>	Memiliki jenis penelitian yang sama yaitu deskriptif kuantitatif. Objek yang diteliti sama. Menggunakan teknik analisis data yang sama yaitu regresi linear berganda.	Hanya mengkhususkan pada 1 perusahaan jasa. Variabel yang digunakan ada 4. 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan mengenai kedudukan variabel yang teliti dan hubungannya antara variabel satu dengan variabel yang lainnya.

## B. Landasan Teori

### 1. Kualitas layanan

Kualitas layanan merupakan tingkat baik buruknya sesuatu.<sup>8</sup> Berupa aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas layanan jasa pengiriman harus memperhatikan

<sup>6</sup> Dewi Pubowati, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Jasa Pengiriman pada PT.Pos Indonesia di Kota Samarindah", *Administrasi Bisnis* 6, no 2 (2018), [https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/05/Jurnal%20Dewi%20Purbowati%20\(05-28-18-09-06-24\).pdf](https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/05/Jurnal%20Dewi%20Purbowati%20(05-28-18-09-06-24).pdf)

<sup>7</sup> Yusdiana, "Analisis Fakto-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Memilih Jasa Pengiriman pada PT.Pos Indonesia (Persero) Medan", *Tesis: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara Medan*, (2008), <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/4251>

<sup>8</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020

mutu yang diberikan kepada pelanggan. Karena kualitas merupakan salah satu hal yang terpenting dalam meningkatkan minat konsumen dalam membeli atau memakai jasa.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013:216) pada penelitian terkait Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pengguna jasa pengiriman barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) di Agen Putro Agung Wetan Surabaya kualitas layanan didefinisikan bahwa seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan yang didapatkan pelanggan atas layanan yang diterima.<sup>9</sup>

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan menurut Kotler (2007) dalam penelitian Aptaguna dengan judul pengaruh kualitas dan harga terhadap minat beli jasa Go-Jek adalah sebagai berikut:

- a. Tangibles ( Bukti Langsung)Dimana perusahaan dapat memberikan pelayan yang terbaik bagi pelanggan dalam bentuk yang kongret. Baik itu dalam bentuk fisik tampilan bangunan, perlengkapan teknologi, penampilan karyawan serta fasilitasnya.
- b. Reliability (Keandalan)

Merupakan kemampuan dari perusahaan dalam melakukan pelayanan bagi pelanggannya mulai dari kecepatan, ketepatan waktu, sikap simpatik dan sebagainya.

---

<sup>9</sup> Edwar Muhammad, "Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Di Agenputro Agung Wetansurabaya", *Pendidikan Tata Niaga* 1, no 1 (2017): 103, <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/18347>

c. Responsiveness (Ketanggapan)

Perusahaan mampu melayani konsumen dengan cepat dan tanggap serta cara penyampaian yang baik sehingga mudah untuk dimengerti pelanggan.

d. Assurance (Jaminan)

Merupakan kepastian yang diberikan perusahaan kepada konsumen sehingga mampu menumbuhkan rasa kepercayaan pelanggan. Biasa dalam bentuk garansi atas kerusakan atau kehilangan suatu barang diakibatkan kelalaian perusahaan jasa.

e. Empaty

Merupakan bentuk perhatian dari perusahaan kepada pelanggan. Dalam artian saat pelanggan melakukan komplain atas pelayanan yang buruk, perusahaan mampu menerima dan memberikan solusinya.<sup>10</sup>

2. Harga

Harga merupakan nilai yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa pada waktu tertentu.<sup>11</sup> Bisa juga dikatakan nilai tukar dari suatu barang. Adapun dalam (Tan 2011) pada penelitian Irfan Wildzan Muafa terkait pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman JNE di Merauke bahwa merupakan Satu-satunya unsur dari marketing mix yang dapat menghasilkan pendapatan

---

<sup>10</sup> Aptaguna, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek", *Widyakala* 3, (Maret 2016): 51, [http://ojs.upj.ac.id/index.php/journal\\_widya/article/view/24](http://ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/24)

<sup>11</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020.

penjualan. harga dikatakan unsur-unsur lain yang bersifat mengeluarkan biaya.<sup>12</sup>

Menurut Assuari (2004) dalam penelitian Rina Anggriana, Nurul Qomariah dan Budi Santoso dengan penelitian Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” JEMBER bahwa harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Jadi harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang.<sup>13</sup> keputusan atas penetapan harga sangatlah penting dalam perusahaan karena dapat mempengaruhi jumlah penjualan dari perusahaan dalam mencapai laba yang diinginkan. Maka dari itu penetapan harga dilakukan perusahaan dengan banyak pertimbangan.<sup>14</sup>

Menurut Basu Swastha (2009:150), tahap-tahap dalam penetapan harga antara lain:

- a. Mengestimasi permintaan untuk barang tersebut

**IAIN PALOPO**

<sup>12</sup> Irfan Wildzan Muafa, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE Di Merauke”, *Business & Management* 1, no 1 ( Oktober 2018): 3, <https://ejournal.unmus.ac.id/index.php/manag/article/view/1257/819>

<sup>13</sup> Rina Anggriana, Nurul Qomariah dan Budi Santoso, “Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “OM-JEK” JEMBER”, *Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 7, no 2 ( Desember 2017): 140, <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/SMBI/article/view/1229>

<sup>14</sup> Ana Fitriyatul Bilgies, “Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare”, *Ekonika* 1, no 1( April 2016): 80,

Penjual atau produsen mampu membuat estimasi permintaan atas barangnya secara total. Untuk melakukan pengestimasiannya bisa dengan cara menentukan harga yang dapat diterima atau diharapkan oleh konsumen dan juga mampu mengestimasi volume dari penjualan dari berbagai tingkat harga.

b. Mengetahui lebih dulu reaksi dalam persaingan

Persaingan merupakan salah satu yang mempengaruhi penetapan dari harga. Maka dari itu penjual/produsen harus mengetahui sumber dan penyebab dari persaingan. Salah satu sumber persaingan yaitu adanya barang sejenis yang dihasilkan dari perusahaan lain, produk yang dibuat oleh perusahaan lain sama-sama menginginkan uang konsumen.

c. Menentukan market share yang dapat diharapkan

Dengan demikian perusahaan harus mampu dalam memperluas market share dengan cara melakukan periklanan, dan dalam bentuk lain selain harga. Sehingga dari market share ini mampu mempengaruhi kapasitas produksi, biasa ekspansi dan mudah memasuki persaingan.

d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar

Ada dua macam strategi yang dapat dipilih dalam menetapkan harga antara lain:

1) Skim the cream pricing

Merupakan strategi perusahaan yang menetapkan harga dengan tingkat yang setinggi tingginya. Ini dimaksudkan untuk menutup biaya penelitian, pengembangan dan promosi.

## 2) Penetration pricing

Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan dalam menetapkan harga. Berbanding terbalik dengan strategi yang pertama penetration pricing ini malah menetapkan harga yang serendah-rendahnya dengan tujuan untuk mencapai volume penjualan yang sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat.<sup>15</sup>

Fakto-faktor penetapan harga jasa pengiriman online:

Setiap jasa pengiriman umumnya dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain:

### a) Berat barang

Semakin berat barang yang ingin dikirim maka semakin mahal pula tarif yang diberikan karena biasanya pengukuran beratnya menggunakan kilo gram.

### b) Jarak pengiriman

Salah satu yang menentukan penetapan harga. Karena semakin jauh jarak yang ditempuh untuk mengirim barang maka semakin mahal pula harga/tarif yang dikenakan.

### c) Jenis layanan

Biasanya jasa pengiriman menawarkan beberapa jenis layanan dengan harga yang berbeda-beda dan kualitas layanan yang berbeda. Paket yang dikirim menggunakan layanan kilat tentu

---

<sup>15</sup> Anonymouse, "Pengertian Harga Menurut Para Ahli", Maret 5, 2016, <http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>

berbeda tarifnya dengan paket yang dikirim menggunakan reguler.

d) Jenis transportasi

Biasnya paket/barang yang dikirim melalui udara tarifnya lebih mahal dibandingkan dengan paket yang dikirim melalui darat atau laut.<sup>16</sup>

Tujuan penetapan harga menurut Basu Swasta (2002:186) antara lain:

- a) Mendapatkan pengembalian pada penjualan bersih dan mengembalikan investasi yang ditargetkan.
- b) Mencengah atau mengurangi persaingan.
- c) Mempertahankan market share
- d) Memaksimalkan laba

Berbeda dengan konsep harga dalam perspektif Islam yaitu bahwa harga terbentuk secara alami melalui permintaan dan penawaran. Dalam hal ini islam memberikan kebebasan dalam memperbolehkan bertransaksi jual beli selama tidak dalil yang melarangnya. Dan selama harga tersebut terjadi atas rasa suka sama suka antara penjual dan pembeli. Pada masa hijrah Rasulullah SAW ke Madina beliau saat itu manjadi pengawas mekanisme pasar yang sangat dihargai karna pada saat itu Rasulullah menolak untuk membuat kebijakan dalam penetapan harga.

---

<sup>16</sup> Diana Amalia, "Cara Menentukan Tarif Ekspedisi dengan Mudah", Januari 25, 2018, <https://blog.jejualan.com/cara-menentukan-tarif-ekspedisi-dengan-mudah/>



Nabi pada saat itu beralasan tidak menetapkan harga jual karena akan mengakibatkan kezaliman, sedangkan dalam islam sendiri kezaliman itu adalah perbuatan yang haram. Maka dari itu jika harga ditetapkan terlalu mahal maka akan menzalimi pembeli dan begitupun sebaliknya jika harga terlalu murah maka akan menzalimi penjual.<sup>17</sup> Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Q.S an-Nisa'/4:29 yang berbunyi:



Terjemahnya:

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.*<sup>18</sup>

Allah menyebut akan mengambil amalan orang yang berbuat zalim dan diberikan kepada orang yang dizalimi. Bahkan akan menimpakan dosa

<sup>17</sup> Laddul Muksinin, “Teori Harga dalam Islam”, Mei 4, 2015, <http://pustakamediasyariah.blogspot.com/2015/05/makalah-pes-teori-harga-dalam-islam.html>

<sup>18</sup> Kementrin Agama RI : Al-Qur’an dan Terjemah

orang yang dizalimi kepada orang yang menzalimi. Dalam hadits riwayat Bukhari, Rasulullah SAW bersabda:

أَنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى قَالَ يَا عِبَادِي إِنَّي حَرَّمْتُ الظُّلْمَ عَلَى نَفْسِي وَجَعَلْتُهُ  
بَيْنَكُمْ مُحَرَّمًا فَلَا تَظَالَمُوا<sup>19</sup>

Artinya:

*“Sungguh, Allah telah berfirman, ‘Wahai hamba-Ku, sungguh aku telah mengharamkan kezaliman atas diri-Ku dan menjadikannya terlarang di antara kalian, maka janganlah saling menzalimi!’ “ (Hr. Muslim)*

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga Menurut Staton (1998:308) terdapat dalam indikator yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Merupakan penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen sesuai dengan kemampuan beli dari konsumen.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas

Merupakan penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas yang akan diterima oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa.

<sup>19</sup> Muhammad Ahmad al-‘adawiyy, miftah al-khitabah wa al-Wa’zi (Beirut-Libnan: Dar al-Kutb al-‘Ilmiyyah, 1401 H-1981 M), h. 48-49. Al Bukhari dalam Adabul Mufrad No. 490, Al Baihaqi dalam As Sunan Al Kubra No. 11283

### 3) Daya saing harga

Yaitu harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen haruslah berbeda dengan harga yang ditawarkan pihak pesaing yang memiliki jenis perusahaan yang sejenis/sama.

### 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh pihak produsen kepada konsumen sesuai dengan manfaat yang dapat diterima oleh konsumen itu sendiri dalam membeli produk atau memakai jasa.<sup>20</sup>

## 3. Minat Beli

Minat beli adalah keinginan atau kecenderungan yang timbul dalam diri setiap individu terhadap suatu produk atau jasa<sup>21</sup>. Dari keinginan yang timbul dari dirinya kemudian menciptakan persepsi dan motivasi dibenaknya. Hal ini yang menjadikan keinginan yang kuat untuk memenuhi kebutuhannya dari apa yang ada di benaknya. Adapun minat beli ini merupakan salah satu komponen dalam perilaku konsumen.

Menurut Kinnear and Taylor dalam penelitian Daniel Dama (2016), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>22</sup> Adapun minat beli menurut Indri Hastuti Listyawati (2016), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

<sup>20</sup> Aptaguna, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek", *Widyakala* 3, (Maret 2016): 52, [http://ojs.upj.ac.id/index.php/journal\\_widya/article/view/24](http://ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/24)

<sup>21</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020

<sup>22</sup> Daniel Dama, Analisis Fakto-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado", *Berkala Ilmiah Efisiensi* 16, no 1 (2016): 505, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbic/article/view/10915>

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli atau memakai produk dan jasa.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk atau jasa kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, merupakan minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk atau jasa tersebut.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk atau jasa yang diminatinya.<sup>23</sup>

#### 4. Konsep Jasa

##### a. Definisi jasa

Jasa merupakan perbuatan yang berguna bagi orang lain.<sup>24</sup> Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik yang umumnya dihasilkan atau dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Adapun definisi jasa menurut Philip Kotler (1994) adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

---

<sup>23</sup> Indri Hastuti Listyawati, "Peran Penting Promosidan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen", JBMA 3, no 1 (Maret 2016): 67, <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/39>

<sup>24</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2020

b. Karakteristik jasa

Produk jasa memiliki karakteristik jasa yang membedakannya dari barang. Griffin (1996) menyebut karakteristik jasa sebagai berikut:

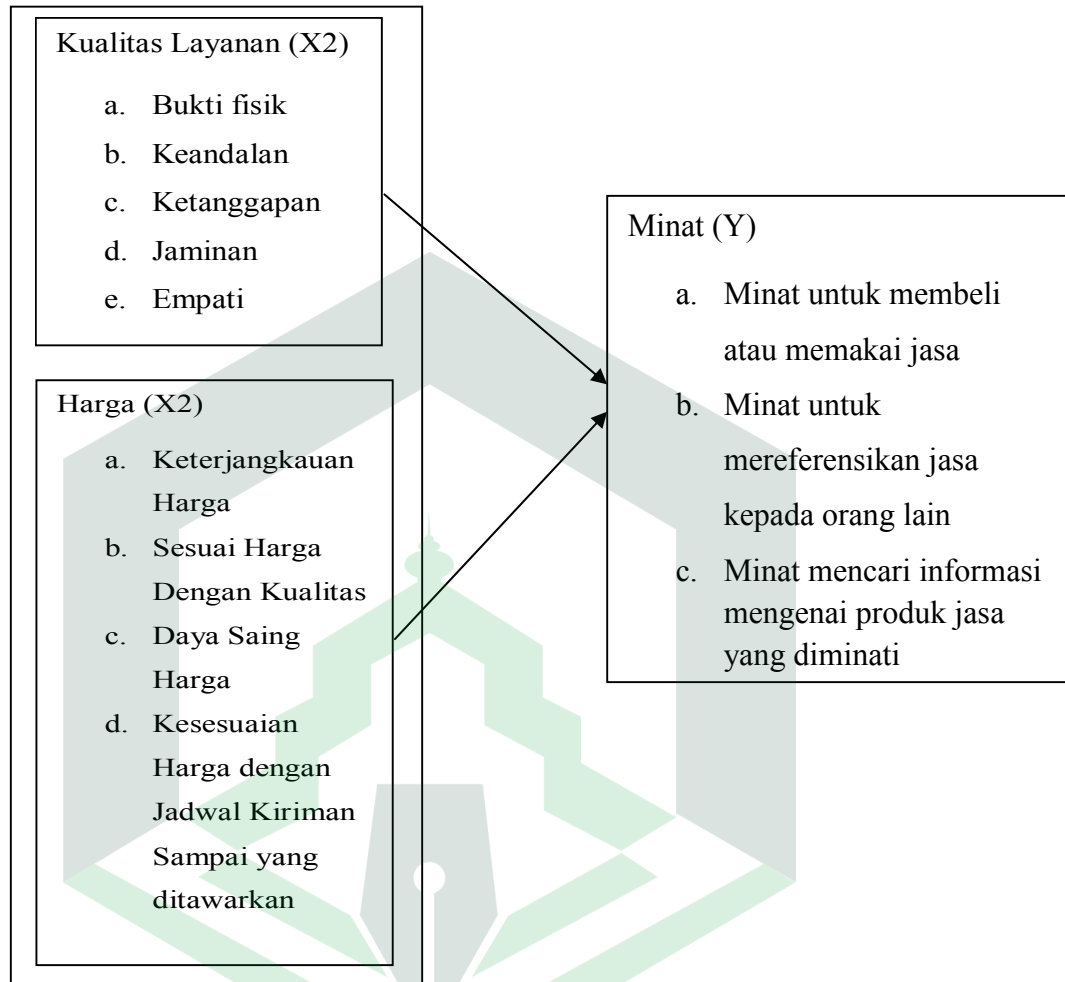
- 1) Intangibility (tidak berwujud). Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium. Yang terpenting dalam hal ini bahwa nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau kenyamanan.
- 2) Unstorability (tidak dapat disimpan). Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga inseparability (tidak dapat disimpan), mengingat pada umumnya bahwa jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.
- 3) Customization (kostumisasi). Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>25</sup>

**IAIN PALOPO**

---

<sup>25</sup> Rambat Lupiyoadi A. Hamdani: Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2 ( Jakarta: Salemba Empat, 2006), 6

### C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa ada beberapa variabel yang mempengaruhi minat konsumen diantaranya: Kualitas pelayanan

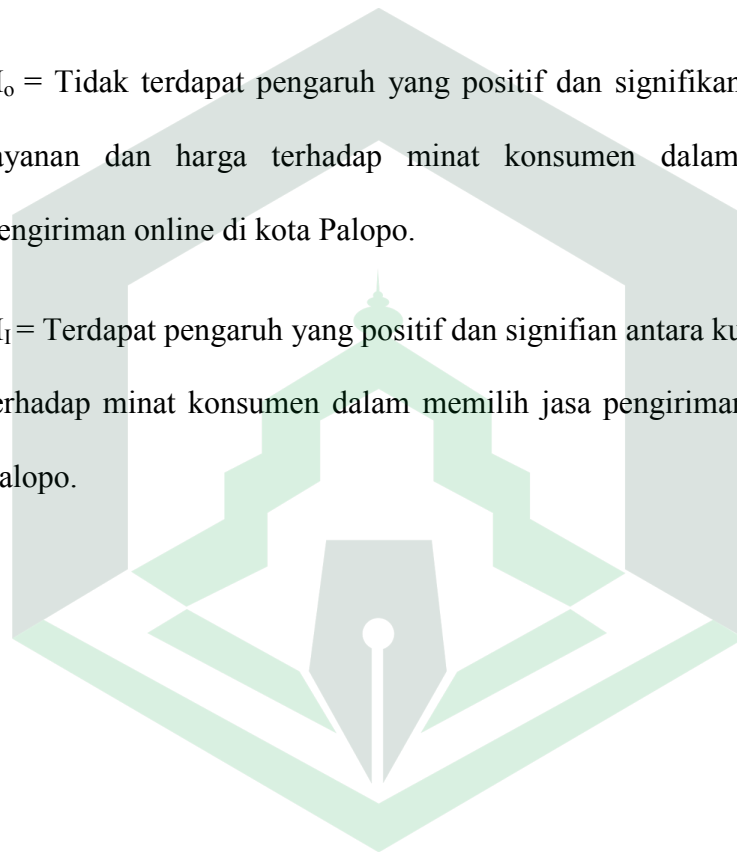
( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) . Dimana variabel tersebut merupakan variabel bebas (independen) yaitu variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain.

Sedangkan minat konsumen ( $Y$ ) merupakan variabel terikat (dependen) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain.

#### **D. Hipotesis**

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online di kota Palopo.

$H_1$  = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas dan harga terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online di kota Palopo.



**IAIN PALOPO**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori, hipotesis dan pengujian dan pengujian yang kemudian akan menentukan tahapan-tahapan berikutnya, seperti penentuan teknik analisa dan uji statistik yang akan digunakan.

Penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif kausal. Rumusan masalah asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat menayakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dan hubungan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausalitas yang berupaya untuk meneliti apa dan seberapa jauh faktor-faktor yang diperkirakan mempengaruhi suatu variabel. Misalnya, kita ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Kita dapat menguji apakah faktor kualitas layanan dan harga berpengaruh terhadap minat beli pada jasa pengiriman online di kota palopo.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *“Metode Penelitian Bisnis”*, 1 (Bandung, ALFABETA, CV, 2017), 23.



## **B. Lokasi dan waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan ditempat jasa pengiriman online POS (Jl. Ahmad Yani no. 15, Batupasi, Wara Utara, Kota Palopo), JNE (Jl. Merdeka Timur no. 1, Takkalala, Wara Timur, Kota Palopo). Waktu penelitian dilakukan pada 16 desember 2020 sampai dengan 16 februari 2021.

## **C. Defenisi Oprasional Variabel**

Proposal ini berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen dalam Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi Pada Konsumen Jasa Pengiriman Online yang ada di palopo). Maka dalam hal ini devisi operasional sangat penting, dimana tujuannya untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran dalam penelitian ini.

### **1. Kualitas Layanan (X1)**

merupakan tingkat atau tolak ukur baik buruknya sesuatu. Kualitas jasa pengiriman harus memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Karena kualitas sangat penting untuk meningkatkan minat konsumen dalam membeli dan memakai produk atau jasa. Kualitas yang dimaksud mulai dari pelayanan yang ramah, respon yang baik, ketepatan waktu, fasilitas jejak lacak yang membuat pengguna tidak perlu khawatir terhadap keberadaan barangnya karena bisa dilacak.

### **2. Harga (X2)**

merupakan nilai suatu barang. Harga adalah apa yang kita dapat dari sesuatu yang telah di korbankan untuk memperoleh produk atau jasa. Bisa juga dikatan nilai tukar dari suatu barang.

### 3. Minat (Y)

terkait dengan kecenderungan maupun perilaku dan sikap konsumen sebelum keputusannya dalam melakukan pembelian. Minat juga diartikan sebagai kecenderungan hati atau gairah, dalam hal untuk memiliki, menggunakan dan mendapatkan sesuatu yang diinginkannya.

## D. Populasi Dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan element yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subyek yang akan diukur, yang merupakan unit yang akan diteliti.<sup>27</sup> Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen atau masyarakat yang memakai jasa pengiriman online Kususnya POS dan JNE di kota palopo.

### 2. Sampel

Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi itu sendiri dan biasa berupa karakteristik dari populasi tersebut. sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah memakai jasa POS dan JNE untuk menentukan maka menggunakan *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila sipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> Sugiono, "Metode Penelitian Bisnis", 1 (Bandung, ALFABETA, CV, 2017), 136.

<sup>28</sup> Sugiono, "Metode Penelitian Bisnis", 1 (Bandung, ALFABETA, CV, 2017), 144.

Karena jumlah populasi tidak dapat diukur secara pasti, jika dalam penentuan sampel populanya besar dan jumlahnya tidak diketahui, maka besar sampelnya yang digunakan menurut Rao Purba (2006) Sampel maka di peroleh sampel sebanyak 100 responden.<sup>29</sup>

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan sebagai berikut:

##### **1. Kuesioner**

Adapun teknik pengumpulan data kuesioner ini dengan cara memberikan pertanyaan, berupa pertanyaan yang tertulis kepada responden dan kemudian dijawab. Biasa kuesioner ini berbentuk angket atau lembaran kertas yang berisi pertanyaan kemudian akan di bagikan kepada masyarakat dikota Palopo yang menggunakan jasa pengiriman online.<sup>30</sup>

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan kegiatan yang berkaitan dengan pengumpulan dan pengelolaan data, karena instrumen penelitian adalah media

---

<sup>29</sup>Ayu Destiani Santosa, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel AgentTraveloka Di Jakarta", *Hos Pitaliti dan Pariwisata* 13, no. 2 (2017): 367, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/1341>

<sup>30</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Bisnis*" 1 (Bandung, ALFABETA, CV, 2017), 225.

dukung pengumpulan dan pengelolaan data mengenai variabel-variabel yang akan di teliti.<sup>31</sup>

Untuk memperoleh data dalam kegiatan penelitian, maka di perlukan instrumen yang mampu mengambil informasi dari objek yang diteliti, yaitu : a) peneliti sendiri, b) angket/kuesioner, c) catatan dokumentasi. Semua komponen-komponen pertanyaan dalam kuesioner mengenai pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen memilih jasa pengiriman di Kota Palopo.

Menurut Morissan, pada skala Likert penulis harus merumuskan pernyataan mengenai topik tertentu, dan responden diminta memilih apakah ia sangat setuju, setuju, tidak setuju, atau sangat tidak setuju dengan berbagai pertanyaan tersebut dan setiap pilihan jawaban memiliki bobot yang berbeda. Adapun kategori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

ST	:	Sangat Setuju	Skor 4
S	:	Setuju	Skor 3
TS	:	Tidak Setuju	Skor 2
STS	:	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

---

<sup>31</sup> Drs.M.Subana, M.pd.,Sudrajat, S. Pd, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah*, Pustaka Setia: bandung, 2005,h.59.

## G. Uji validitas dan uji realibilitas

### 1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat ke validan atau keaslian suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.<sup>32</sup>

Data dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. suatu instrumen pengumpulan data dikatakan valid apabila mampu mengungkapkan data atau informasi dari suatu variabel yang diteliti secara tepat dan mampu memberikan pengukuran yang tepat seperti yang dapat diterapkan dalam penelitian . adapun tinggi rendahnya koefesien validitas menggambarkan kemampuan instrumen dalam mengungkapkan data atau informasi dari variabel-variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis dengan menggunakan computer program SPSS. Caranya dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%, maka ditolak dan disimpulkan bahwa skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor sehingga dikatakan valid dan tidak perlu dikeluarkan dari daftar pertanyaan.

---

<sup>32</sup> Ridwan Sunarto, pengantar statistika (Bandung : alfabeta,2013) h. 348.

## 2. Uji realibilitas

Alat ukur yang baik selain memenuhi kriteria validitas, juga dituntut memenuhi reliabilitas yang menunjukkan suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini perhitungan reabilitas dianalisis dengan menggunakan computer program SPSS. Jika nilai *Combach Alpha* lebih dari 0.6 maka instrumen tersebut reliable, semakin besar nilainya berarti instrumen tersebut semakin reliable. Berikut kriteria indeksnya :

### a) Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana ketepatan alat ukur dalam melakukan fungsinya atau suatu indikator dikatakan valid apabila indikator tersebut mampu mencapai tujuan pengukuran dari konstruk amatan yang tepat, begitu juga dengan kepercayaan data yang akan dianalisis valid atau tidak validnya pertanyaan satu dengan pertanyaan lainnya dapat di uji dengan menggunakan teknik korelasi *product momen*. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 responden. Analisa dilakukan terhadap 26 instrumen pertanyaan kriteria pengujiannya dilakukan dengan cara membandingkan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0.05.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Data PT.Pos Indonesia

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,590	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,565	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,563	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,555	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,769	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,643	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,718	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,779	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,783	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,654	0,3610	Valid
		Pertanyaan 13	0,735	0,3610	Valid
		Pertanyaan 14	0,692	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,759	0,3610	Valid
		2.	X2	Pertanyaan 1	0,572
Pertanyaan 2	0,821			0,3610	Valid
Pertanyaan 3	0,792			0,3610	Valid
Pertanyaan 4	0,792			0,3610	Valid
Pertanyaan 5	0,733			0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,688	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,737	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,795	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,558	0,3610	Valid

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

Hasil uji dari validitas dari keseluruhan butir pertanyaan dapat dilihat variabel kualitas layanan, variabel harga dan variabel minat dari dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Sehingga dapat dikatakan valid dan bisadigunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 3.2 Hasil Uji Reabilitas PT.Pos Indonesia

Variabel	Koefesien Cronbach	Keterangan
X1	0,761	Reabilitas
X2	0,789	Reabilitas
Y	0,783	Reabilitas

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

Variabel kualitas layanan 0,761, harga 0,789 dan minat 0,783 memperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,6722 yang diuji nilainya diantara 0,50 – 0,70, sehinggadapat dikatakan variabel kualitas layanan, harga dan minat dinyatakan reliabilitas.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Data JNE

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,606	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,560	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,514	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,662	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,634	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,429	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,732	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,721	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,645	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,681	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,694	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,520	0,3610	Valid



		Pertanyaan 13	0,718	0,3610	Valid
		Pertanyaan 14	0,717	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,668	0,3610	Valid
		Pertanyaan 16	0,706	0,3610	Valid
2.	X2	Pertanyaan 1	0,604	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,852	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,832	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,816	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,812	0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,768	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,772	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,774	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,453	0,3610	Valid

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

Uji validitas kualitas layanan, harga dan minat dikatakan valid karena dari tabel diatas menunjukkan bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361) jadi keseluruhan dari pertanyaan itu valid dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

Tabel 3.4 Hasil Uji Realibilitas JNE

Variabel	Koefesien Cronbach	Keterangan
X1	0,725	Reabilitas
X2	0,802	Reabilitas
Y	0,782	Reabilitas

. Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

Dikatan realibilitas karena kualitas layanan (0.725) dan harga (0.802) serta minat (0.782) yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha*. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dinyatakan reabilitas.

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Regresi berganda

Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennhya minimal 2.

Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat ( Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman online)

$X_1$  = Variabel Bebas (Kualitas Layanan)

$X_2$  = Variabel Bebas (Harga)

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefesien regresi dari masing-masing Variabel X

Dengan taraf  $\alpha = 0,05$

Selanjutnya uji hipotesa dilakukan dengan taraf kesalahan 5% dan derajat kebebasan  $Df = 2$

## 2. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam permodalan regresi linear berganda. Dengan 3 asumsi klasik yang digunakan ada 3:

### a. Uji normalitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah nilai dari data telah berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang benar adalah jika memiliki nilai residual yang terdistribusi normal yang membentuk suatu garis lurus.

### b. Uji multikolinearitas

Uji ini adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat korelasi yang tinggi antara variabel bebas pada model regresi linear yang digunakan.

### c. Uji heteroskedastisitas

Adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang terdapat kesamaan varians dari residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya.

## 3. Uji hipotesis

### a. Uji parsial (Uji T)

Uji t adalah pengujian regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y). Uji ini bisa dilakukan dengan melihat nilai signifikan (Sig) atau dengan membandingkan antara  $t_{\text{tabel}}$  dengan  $t_{\text{hitung}}$ .

Rumus uji t adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t :  $t_{\text{hitung}}$

r : Koefesien korelasi

n : banyaknya sampel

$r^2$  : koefesien determinasi

bila probabilitas nilai t atau signifikansi  $< 0.05$ , maka terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial atau hipotesis diterima. Namun jika probabilitas nilai t atau signifikansi  $> 0.05$ , maka tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

#### b. Uji determinasi ( $R^2$ )

Fungsi determinasi ( $R^2$ ) adalah mengukur dan mengetahui sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat.

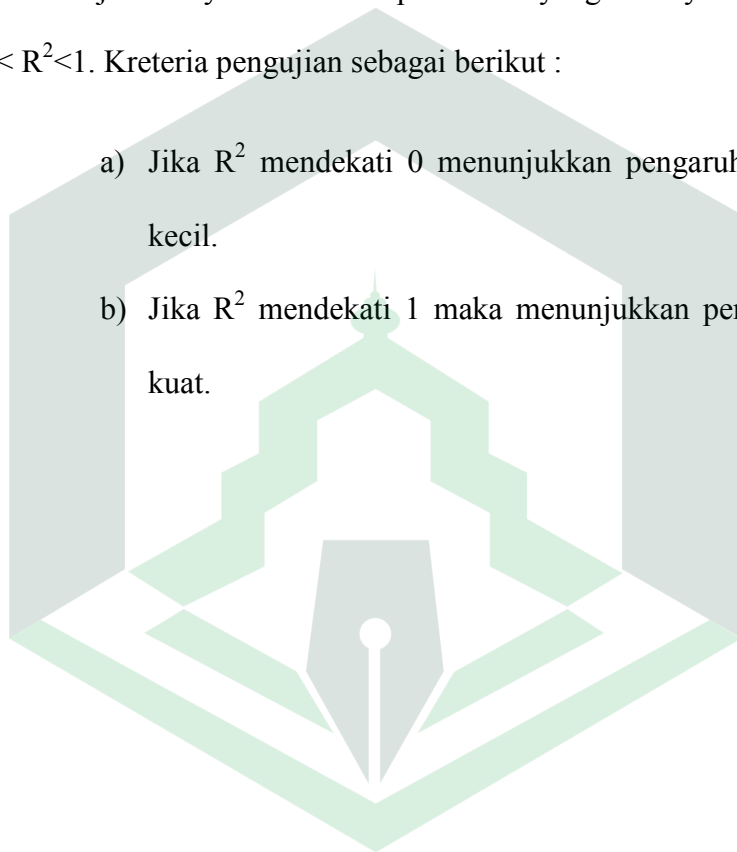
Rumus Uji  $R^2$  adalah:

Dimana :

$R^2$  : Koefesien Determinasi

Uji  $R^2$  dinyatakan dalam presentase yang tarafnya berkisaran antara  $0 < R^2 < 1$ . Kreteria pengujian sebagai berikut :

- a) Jika  $R^2$  mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- b) Jika  $R^2$  mendekati 1 maka menunjukkan pengaruh semakin kuat.



**IAIN PALOPO**

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Perusahaan**

###### **a. Sejarah Singkat PT. Pos Indonesia (Persero)**

Sejarah mencatat keberadaan Pos Indonesia begitu panjang, Kantor Pos pertama didirikan di Batavia (sekarang Jakarta) oleh Gubernur Jenderal G.W Baron van Imhoff pada tanggal 26 Agustus 1746 dengan tujuan untuk lebih menjamin keamanan surat-surat penduduk, terutama bagi mereka yang berdagang dari kantor-kantor di luar Jawa dan bagi mereka yang datang dari dan pergi ke Negeri Belanda. Sejak itulah pelayanan pos telah lahir mengemban peran dan fungsi pelayanan kepada publik. Setelah Kantorpos Batavia didirikan, maka empat tahun kemudian didirikan Kantorpos Semarang untuk mengadakan perhubungan pos yang teratur antara kedua tempat itu dan untuk mempercepat pengirimannya. Rute perjalanan pos kala itu ialah melalui Karawang, Cirebon dan Pekalongan.

Pos Indonesia telah beberapa kali mengalami perubahan status mulai dari Jawatan PTT (Post, Telegraph dan Telephone). Badan usaha yang dipimpin oleh seorang Kepala Jawatan ini operasinya tidak bersifat komersial dan fungsinya lebih diarahkan untuk mengadakan pelayanan publik. Perkembangan terus terjadi hingga statusnya menjadi Perusahaan

Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Mengamati perkembangan zaman dimana sektor pos dan telekomunikasi berkembang sangat pesat, maka pada tahun 1965 berganti menjadi Perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro), dan pada tahun 1978 berubah menjadi Perum Pos dan Giro yang sejak ini ditegaskan sebagai badan usaha tunggal dalam menyelenggarakan dinas pos dan giropos baik untuk hubungan dalam maupun luar negeri. Selama 17 tahun berstatus Perum, maka pada Juni 1995 berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT Pos Indonesia (Persero).

Berjalannya waktu, Pos Indonesia kini telah mampu menunjukkan kreatifitasnya dalam pengembangan bidang perposan Indonesia dengan memanfaatkan infrastruktur jejaring yang dimilikinya yang mencapai sekitar 24 ribu titik layanan yang menjangkau 100 persen kota/kabupaten, hampir 100 persen kecamatan dan 42 persen kelurahan/desa, dan 940 lokasi transmigrasi terpencil di Indonesia. Seiring dengan perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi, jejaring Pos Indonesia sudah memiliki lebih dari 3.800 Kantorpos online, serta dilengkapi electronic mobile pos di beberapa kota besar. Semua titik merupakan rantai yang terhubung satu sama lain secara solid & terintegrasi. Sistem Kode Pos diciptakan untuk mempermudah processing kiriman pos dimana tiap jengkal daerah di Indonesia mampu diidentifikasi dengan akurat.

**b. Visi Misi PT.Pos Indonesia**

Visi Perusahaan PT.Pos Indonesia

- Menjadi Postal Operator, Penyedia Jasa Kurir, Logistik dan Keuangan Paling Kompetitif.

Misi PT.Pos Indonesia

- Bertindak Efektif untuk Mencapai *Performance* Terbaik.

**c. Lokasi Pos Indonesia**

Letak lokasi PT.Pos Indonesia sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. PT.Pos Indonesia memiliki tempat dan bangunan yang layak bagi perusahaan pengiriman barang. Beralokasi di Jl. Ahmad Yani no. 15, Batupasi, Wara Utara, Kota Palopo, Sulawesi Selatan, Indonesia.

**d. Produk PT.Pos Indonesia**

- 1) Kurir
  - a) Pos Express

Layanan ini dapat menjadi pilihan yang tepat serta terpercaya untuk pengiriman seperti paket, dokumen dan surat serta barang dagang online. Salah satu layanan PREMIUM milik Pos Indonesia dengan pengiriman yang cepat dan aman serta jangkauan yang luas ke seluruh kota Propinsi wilayah Indonesia.



b) Layanan Standar

Merupakan salah satu produk yang digunakan dalam pengiriman dokumen atau barang dengan jaringan yang terluas ke seluruh wilayah Indonesia.

c) Pos Kilat Khusus

Salah satu layanan milik Pos yang melayani pengiriman paket, dokumen, surat dan juga barang dagangan online. Aman, cepat dan terpercaya serta jangkauannya yang luas ke seluruh wilayah Indonesia.

d) Pos Jumbo Ekonomi

Sesuai dengan nama produknya bahwa kapasitas dalam pengirimannya lebih banyak dengan tarif tingkat berat pertama dimulai dari 3 Kg dan setiap satu Kilogram berikutnya sampai dengan tingkat berat 30 Kg.

e) Q9 *Sameday Service*

Layanan pengiriman dagangan *online*, dokumen, paket dan surat yang cepat dan aman dalam kota (khusus Pulau Jawa) dan Ibu kota Propinsi untuk kota-kota di luar Pulau Jawa, dengan batas waktu sampai maksimal 9 jam dan batas akhir pengiriman sampai pukul 16.00 waktu setempat. Layanan ini merupakan salah satu layanan yang mampu mendukung kelancaran usaha pembisnis *online* dan pelaku UKM dan menjadi layanan terbaik yang dimiliki oleh Pos.

f) Qposin Aja

Merupakan salah satu layanan milik Pos Indonesia dalam bentuk aplikasi yang dapat kita download di paly store.

2) Logistik

a) Warehouse

Merupakan gudang sebagai tempat untuk menyimpan barang (bahan mentah, part barang setengah jadi, barang jadi). Kemudian menginformasikan kepada manajemen tentang kondisi, status dan disposisi barang-barang yang sedang disimpan. Sebelum mendistribusikan barang ketempat yang dituju sesuai permintaan.

b) Freight Forwarding

Layanan ini difokuskan untuk merealisasikan efisiensi logistik dalam mencapai tujuan yang tepat, di waktu yang tepat dengan efisiensi biaya. Melalui penerapan metode point to point close shipment monitoring serta memaksimalkan network / jaringan kami sebagai perwakilan di luar negeri, maka kami akan memonitor setiap pergerakan barang / kargo anda mulai dari gudang eksportir/importir ke pelabuhan udara muat dan ke pelabuhan udara tujuan hingga ke penerima barang.

**e. Karakteristik Responden**

mengambil data dengan menggunakan kuesioner kepada 30 konsumen sebagai sample dan dari pengambilan sample tersebut dapat

digunakan untuk menggambarkan konsumen pengguna Jasa pengiriman yang ada di kota palopo.

Karakteristik dari kuesioner yang diperoleh dari konsumen pengguna jasa pengiriman online adalah sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin

Maka diklasifikasikan menjadi dua kelompok seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Presentase Responden dan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
Total	100	100%

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 85 orang dengan presentase (85%) dan laki-laki sebanyak 15 orang dengan presentase (15%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa pengiriman online di Kota Palopo sebagian besar adalah perempuan.

## 2) Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
14	3	3%
16	4	4%
18	5	5%
19	6	6%
20	11	11%
21	5	5%
22	30	30%
23	20	20%
24	6	6%
26	10	10%

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil dari pengambilan sample menggunakan kuesioner responden lebih banyak yang berusia 22 tahun dengan presentase (30%) .

## f. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### 1) Uji validitas

Caranya dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%, maka ditolak dan disimpulkan bahwa skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor sehingga dikatakan valid dan tidak perlu dikeluarkan dari daftar pertanyaan.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Data PT.Pos Indonesia

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,590	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,565	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,563	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,555	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,769	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,643	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,718	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,779	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,783	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,654	0,3610	Valid
		Pertanyaan 13	0,735	0,3610	Valid
		Pertanyaan 14	0,692	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,759	0,3610	Valid
		Pertanyaan 16	0,756	0,3610	Valid
2.	X2	Pertanyaan 1	0,572	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,821	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,792	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,792	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,733	0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,688	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,737	0,3610	Valid

Pertanyaan 3	0,795	0,3610	Valid
Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid
Pertanyaan 5	0,558	0,3610	Valid

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

Hasil uji dari validitas variabel kualitas layanan, variabel harga dan variabel minat menunjukkan bahwa keseluruhan butir dari pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361). Maka dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid dan dapat di gunakan untuk analisis selanjutnya.

## 2) Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini perhitungan reabilitas dianalisis dengan menggunakan computer program SPSS. Jika nilai *Combach Alpha* lebih dari 0.6 maka instrumen tersebut reliable, semakin besar nilainya berarti instrumen tersebut semakin reliable.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas PT.Pos Indonesia

Variabel	Koefisien Cronbach	Keterangan
X1	0,761	Reabilitas
X2	0,789	Reabilitas
Y	0,783	Reabilitas

Variabel kualitas layanan 0,761, harga 0,789 dan minat 0,783 memperoleh nilai Cronbach's Alpha 0,6722 yang diujii nilainya diantara

0,50 – 0,70, sehinggadapat dikatakan variabel kualitas layanan, harga dan minat dinyatakan reliabilitas.

### 3) Teknik Analisis Data

#### 1) Analisis regresi berganda

Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Berganda PT.Pos Indonesia

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.995	1.139		4.387	.000
	KUALITAS LAYANAN	.038	.035	.127	1.094	.276
	HARGA	.562	.105	.621	5.359	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 4.995 + 0.038X_1 + 0.562X_2$$

Hasil dari tabel diatas diketahui bahwa nilai dari koefisien konstanta yaitu 4.995, sedangkan nilai koefisien dari variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) 0.038 dan nilai koefisien dari variabel harga (X<sub>2</sub>) adalah 0.562.

## 2) Uji asumsi klasik

### a) Uji normalitas

Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikannya  $> 0.05$ , begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikannya  $< 0.05$  maka dikatakan tidak normal.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas PT.Pos Indonesia

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39496925
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.225

a. Test distribution is Normal.

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0.225, dan menunjukkan bahwa  $0.225 > 0.05$  atau dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi normal.

### b) Uji multikolinearitas

Jika VIP dibawah atau  $< 10$  dan Tolerance diatas  $> 0.1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.



Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas PT.Pos Indonesia

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized	Standardized					
		Coefficients	Coefficient					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.995	1.139		4.387	.000		
	KUALITAS LAYANAN	.038	.035	.127	1.094	.276	.364	2.750
	HARGA	.562	.105	.621	5.359	.000	.364	2.750

a. Dependent Variable: MINAT

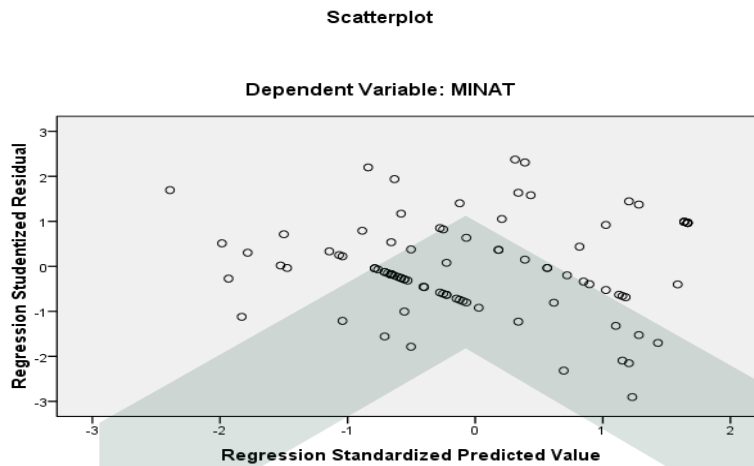
a. Defenden Variabel : Minat Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIP  $2.750 < 10$  dan nilai Tolerance  $0.364 > 0.1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### c) Uji heterokedastisitas

Dasar analisis adalah tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Heterokedastisitas PT.Pos Indonesia



Tabel diatas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji hipotesis

#### a) Uji t (parsial)

Ada dua acuan yang dapat digunakan dalam melakukan hipotesis penelian. Pertama, dengan melihat nilai signifikasi (sig) yaitu jika (sig) < probabilitas 0.05 maka ada pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat atau hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya. Kedua, membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu jika nilai t hitung > t tabel maka hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya.

Tabel 4.9 Hasil Uji t PT.Pos Indonesia

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.456	1.252		5.156	.000
	KUALITAS LAYANAN	.187	.024	.622	7.862	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.481	1.050		5.221	.000
	HARGA	.654	.063	.722	10.325	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Nilai signifikansi (sig) variabel kualitas layanan (X1) adalah sebesar 0.000. karena nilai sig.  $0.000 < \text{probabilitas } 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis yang pertama diterima. Artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Dimana bila kualitas layanan baik maka konsumen akan semakin tertarik dan berminat memakai jasa pengiriman.
- 2) Nilai signifikansi (sig) variabel harga (X2) adalah sebesar 0.000. karena nilai sig.  $0.000 < \text{probabilitas } 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis yang kedua diterima. Artinya terdapat

pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Dimana bila harga yang ditawarkan relatif murah dan terjangkau maka konsumen akan semakin tertarik dan berniat memakai jasa pengiriman.

### b) Koefisien determinan ( $R^2$ )

digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). Sebaliknya, jika  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah kecil terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi PT.Pos Indonesia

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.517	1.40928

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS LAYANAN

Hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0,527. Besarnya pengaruh variabel kualitas layanan dan harga terhadap minat adalah sebesar 0,527 (52,7%).

## 1. Gambaran Umum Perusahaan JNE

### a. Sejarah Perusahaan JNE

JNE merupakan perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan pengiriman barang yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Nama resminya adalah PT. PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Soeprpto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (TIKI) untuk mengurus jaringan kurir internasional.

Bermula dengan delapan orang dan kapital 100 juta rupiah, JNE memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengantarannya dari luar negeri ke Indonesia. Pada tahun 1991, JNE memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di Hong Kong yang kemudian memberi kesempatan kepada JNE untuk mengembangkan wilayah antaran sampai ke seluruh dunia.

Persaingannya di pasar domestik, JNE juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya TIKI dan namanya, JNE mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. JNE juga memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun TIKI dan JNE berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena ini kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya JNE menjadi perusahaan diri sendiri dengan

manajemen sendiri. JNE membuat logo sendiri yang membedakannya dari TIKI.

**b. Visi Msi JNE**

Visi Perusahaan JNE

- Untuk menjadi perusahaan rantai pasok global terdepan di dunia

Misi Perusahaan JNE

- Untuk memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten

**c. Lokasi Perusahaan JNE**

Letak lokasi perusahaan JNE sangat strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat. JNE memiliki tempat dan bangunan yang layak bagi perusahaan pengiriman barang. Beralokasi di jalan raya Merdeka Non Blok No.5, Palopo, Sulawesi Selatan, Indonesia.

**d. Produk Perusahaan Jalur Nugraha Ekakurir (JNE)**

1) JNE Express

a) COD Retail

Merupakan salah satu layanan yang memungkinkan pembeli melakukan pembayaran secara langsung setelah menerima paket.

b) SUPER SPEED (SS)

Salah satu layanan yang mengutamakan kecepatan dalam pengiriman barang dan dalam peyampaiannya sesuai dengan waktu yang telah disepakati sebelumnya.

c) PESONA (Pesanan Oleh-oleh Nusantara)

Salah satu layanan pengiriman makanan yang memudahkan kita dalam menikmati makanan khas atau kuliner Indonesia tanpa harus berkunjung ke daerah asalnya.

d) YES ( Yakin Esok Sampai)

layanan yang waktu penyampaiannya di tujukan keesokan hari (termasuk hari Minggu dan hari libur nasional).

e) OKE (Ongkos Kirim Ekonomis)

Layanan pengiriman keseluruhan Indonesia dengan tarif ekonomis namun waktu pengirimannya lebih lama sesuai dengan daerah yang dituju.

f) REG (Reguler)

Layanan pengiriman dengan waktu perkiraan 1-7 hari kerja sesuai dengan daerah yang dituju.

g) DIPLOMAT

Layanan pengiriman dokumen maupun barang dengan mengutamakan kepastian, kecepatan dan keamanan mulai dari penjemputan dan penerimaannya.

h) Internasional Service

Salah satu layanan pengiriman yang tujuannya ke luar negeri.

### e. Karakteristik Responden

mengambil data dengan menggunakan kuesioner kepada 30 konsumen sebagai sample dan dari pengambilan sample tersebut dapat digunakan untuk menggambarkan konsumen pengguna Jasa pengiriman yang ada di kota palopo.

Karakteristik dari kuesioner yang diperoleh dari konsumen pengguna jasa pengiriman online adalah sebagai berikut:

#### 1) Jenis Kelamin

Maka diklasifikan menjadi dua kelompok seperti pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Presentase Responden dan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
Total	100	100%

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 85 orang dengan presentase (85%) dan laki-laki sebanyak 15 orang dengan presentase (15%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna jasa pengiriman online di Kota Palopo sebagian besar adalah perempuan.



## 2) Karakteristik Berdasarkan Usia

Karakteristik berdasarkan usia responden disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.12 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
14	3	3%
16	4	4%
18	5	5%
19	6	6%
20	11	11%
21	5	5%
22	30	30%
23	20	20%
24	6	6%
26	10	10%

Berdasarkan dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil dari pengambilan sample menggunakan kuesioner responden lebih banyak yang berusia 22 tahun dengan presentase (30%) .

## f. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

### 1) Uji validitas

Caranya dengan mengkorelasikan skor item pertanyaan dengan skor total. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%, maka ditolak dan disimpulkan bahwa skor butir berkorelasi positif

dengan skor faktor sehingga dikatakan valid dan tidak perlu dikeluarkan dari daftar pertanyaan.

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Data JNE

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,606	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,560	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,514	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,662	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,634	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,429	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,732	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,721	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,645	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,681	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,694	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,520	0,3610	Valid
		Pertanyaan 13	0,718	0,3610	Valid
		Pertanyaan 14	0,717	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,668	0,3610	Valid
		Pertanyaan 16	0,706	0,3610	Valid
2.	X2	Pertanyaan 1	0,604	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,852	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,832	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,816	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,812	0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,768	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,772	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,774	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid

Pertanyaan 5	0,453	0,3610	Valid
--------------	-------	--------	-------

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.

Uji validitas kualitas layanan, harga dan minat menunjukkan bahwa keseluruhan dari butir pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361) sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam penelitian adalah valid dan dapat dilakukan untuk analisis selanjutnya.

## 2) Uji Realibilitas

Dalam penelitian ini perhitungan reabilitas dianalisis dengan menggunakan computer program SPSS. Jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.6 maka instrumen tersebut reliable, semakin besar nilainya berarti instrumen tersebut semakin reliable.

Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas JNE

Variabel	Koefesien Cronbach	Keterangan
X1	0,725	Reabilitas
X2	0,802	Reabilitas
Y	0,782	Reabilitas

Dikatan realibilitas karena kualitas layanan (0.725) dan harga (0.802) serta minat (0.782) yang diperoleh dari *Cronbach's Alpha*. sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dinyatakan reabilitas.

### 3) Teknik Analisis Data

#### 1) Analisis regresi berganda

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda JNE

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	5.151	1.019		5.053	.000
	KUALITAS LAYANAN	.085	.026	.313	3.289	.001
	HARGA	.403	.079	.487	5.117	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = 5.151 + 0.085X_1 + 0.403X_2$$

Hasil dari tabel diatas diketahui bahwa nilai dari koefisien konstanta yaitu 5.151, sedangkan nilai koefisien dari variabel kualitas layanan (X<sub>1</sub>) 0.085 dan nilai koefisien dari variabel harga (X<sub>2</sub>) adalah 0.403.

#### 2) Uji Asumsi klasik

##### a) Uji normalitas

Dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikannya > 0.05, begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikannya < 0.05 maka dikatakan tidak normal.

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas JNE

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38308971
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.045
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.704
Asymp. Sig. (2-tailed)		.704

a. Test distribution is Normal.

Hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari Asymp. Sig (2-tailed) adalah 0.696, dan menunjukkan bahwa  $0.704 > 0.05$  atau dengan kata lain variabel tersebut berdistribusi normal.

#### b) Uji multikolinearitas

Jika VIP dibawah atau  $< 10$  dan Tolerance diatas  $> 0.1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

**IAIN PALOPO**

Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas JNE

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.			
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	5.151	1.019		5.053	.000			
	KUALITAS LAYANAN	.085	.026	.313	3.289	.001	.516	1.940	
	HARGA	.403	.079	.487	5.117	.000	.516	1.940	

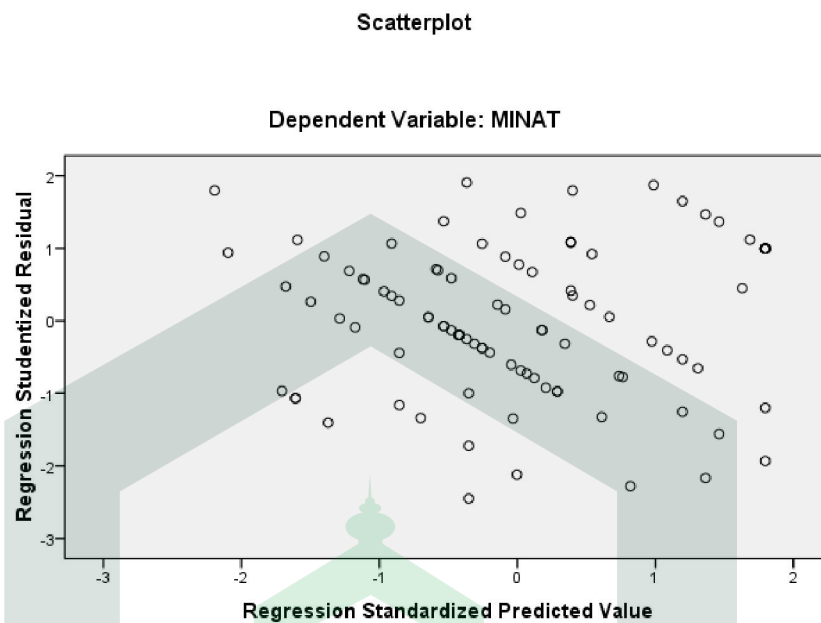
a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai VIP  $1.940 < 10$  dan nilai Tolerance  $0.516 > 0.1$  maka tidak terjadi multikolinearitas.

### c) Uji heterokedastisitas

jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heterokedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 4.18 Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas JNE



Tabel diatas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka berdasarkan metode grafik tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3) Uji hipotesis

#### a) Uji t (Parsial)

Ada dua acuan yang dapat digunakan dalam melakukan hipotesis penelian. Pertama, dengan melihat nilai signifikansi (sig) yaitu jika (sig) < probabilitas 0.05 maka ada pengaruh variabel bebas kepada variabel terikat atau hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya. Kedua, membandingkan antara nilai t hitung dengan t tabel yaitu

jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka hipotesis diterima dan begitupun sebaliknya.

Tabel 4.19 Hasil Uji T (Parsial) JNE

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.752	1.088		6.209	.000
	KUALITAS LAYANAN	.177	.021	.652	8.509	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.701	.948		7.069	.000
	HARGA	.583	.059	.705	9.833	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Nilai signifikansi (sig) variabel kualitas layanan (XI) adalah sebesar 0.000. karena nilai sig. 0.000  $<$  probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis yang pertama diterima. Artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Dimana bila kualitas layanan baik maka konsumen akan semakin tertarik dan berminat memakai jasa pengiriman.



2) Nilai signifikansi (sig) variabel harga ( $X_2$ ) adalah sebesar 0.000. karena nilai sig.  $0.000 < \text{probabilitas } 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  atau hipotesis yang kedua diterima. Artinya ada hubungan yang positif dan signifikan antara harga dan minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Dimana bila harga yang ditawarkan relatif murah dan terjangkau maka konsumen akan semakin tertarik dan berniat memakai jasa pengiriman.

**b) Koefisien determinasi ( $R^2$ )**

digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X$ ) adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Sebaliknya, jika  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol), maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas ( $X$ ) adalah kecil terhadap variabel terikat ( $Y$ ).

**IAIN PALOPO**

Tabel 4.20 Hasil Uji Determinasi JNE

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 <sup>a</sup>	.547	.538	1.39728

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS LAYANAN

Hasil tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 0,547. Besarnya pengaruh variabel kualitas layanan dan harga terhadap minat adalah sebesar 0,547 (54,7%).

## A. Pembahasan

### 1. Perusahaan PT.Pos Indonesia

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen dalam memakai jasa pengiriman online. Berdasarkan karakteristik dari konsumen pengguna jasa pengiriman online di dominasi dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 85% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 15%. Adapun karakteristik berdasarkan usia dari dalam penelitian ini mulai dari usia 14-26 tahun. Penelitian ini dilakukan di PT.Pos, (Jl. Ahmad Yani no. 15, Batupasi. Dalam penelitian ini penulis terjun langsung dalam pembagian dan pengisian kuesioner.

**a. Pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial (uji t) Terhadap Minat**

Hasil penelitian pada PT.Pos Indonesia secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas layanan (variabel X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig) variabel kualitas layanan  $0.000 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa minat memilih jasa pengiriman PT.Pos dipengaruhi oleh kualitas layanan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka konsumen akan semakin tertarik dan berniat memakai jasa pengiriman.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Destyani Santosa (2017) yang berjudul Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Travel Agent Traveloka di Jakarta yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada online travel agent traveloka di Jakarta.<sup>33</sup>

**b. Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial (uji t) Terhadap Minat**

Hasil penelitian pada PT.Pos Indonesia secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga (variabel X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig) variabel harga

---

<sup>33</sup> Ayu Destyani Santosa, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Traveloka Di Jakarta", *Hos Pitaliti dan Pariwisata* 13, no. 2 (2017): 373, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/1341>

0.000 > 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa minat memilih jasa pengiriman PT.Pos dipengaruhi oleh persepsi harga.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015) dengan judul penelitian pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga Terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai penerbangan tiger air mandala yang menyebutkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>34</sup>

Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 52,7% jadi minat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan persepsi harga sedangkan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

## **2. Perusahaan JNE**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat konsumen dalam memakai jasa pengiriman online. Berdasarkan karakteristik dari konsumen pengguna jasa pengiriman online di dominasi dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 85% dan jenis kelamin laki-laki sebanyak 15%. Adapun karakteristik berdasarkan usia dari dalam penelitian ini mulai dari usia 14-

---

<sup>34</sup> Lily Harjati dan Yurike Venesia, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala", E-Journal WIDYA Ekonomika 16, no 1 (2015), <https://ejournal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/articel/view/231>

26 tahun. Penelitian ini dilakukan di JNE, (Jl. Merdeka Timur no. 1, Takkalala, Wara Timur, Kota Palopo). Dalam penelitian ini penulis terjun langsung dalam pembagian dan pengisian kuesioner.

**a. Pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial (Uji t) Terhadap Minat**

Hasil penelitian pada JNE secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa kualitas layanan (variabel X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig) variabel kualitas layanan  $0.000 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa minat memilih jasa pengiriman JNE dipengaruhi oleh kualitas layanan. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka konsumen akan semakin tertarik dan berniat memakai jasa pengiriman.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Destyani Santosa (2017) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada online travel agent traveloka di Jakarta.<sup>35</sup>

**b. Pengaruh Persepsi Harga Secara Parsial (Uji t) Terhadap Minat**

Hasil penelitian pada JNE secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa Harga (variabel X2) berpengaruh secara positif dan signifikan

---

<sup>35</sup> Ayu Destiani Santosa, "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Traveloka Di Jakarta", *Hos Pitaliti dan Pariwisata* 13, no. 2 (2017): 373, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/view/1341>

terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (sig) variabel harga  $0.000 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa minat memilih jasa pengiriman JNE dipengaruhi oleh harga.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lily Harjati dan Yurike Venesia (2015) dengan judul penelitian pengaruh kualitas layanan dan harga Terhadap kepuasan pelanggan pada Maskapai penerbangan tiger air mandala yang menyebutkan bahwa persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.<sup>36</sup>

Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 54,7% jadi minat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga. Sedangkan sisanya 45,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat.

**IAIN PALOPO**

---

<sup>36</sup> Lily Harjati dan Yurike Venesia, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala", E-Journal WIDYA Ekonomika 16, no 1 (2015), <https://ejournal.jurwidyakop3.com/index.php/ekonomika/article/view/231>

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti dalam menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel kualitas layanan (X1) pada PT.Pos dan JNE berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online di Kota Palopo.
2. Hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel harga pada PT.Pos Indonesia dan JNE secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen dalam memilih jasa pengiriman online di Kota Palopo. Diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square PT. Pos adalah 52,7% jadi minat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan persepsi harga sedangkan sisanya 47,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Sedangkan JNE diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah 54,7% jadi minat dipengaruhi oleh kualitas layanan dan persepsi harga. Sedangkan sisanya 45,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

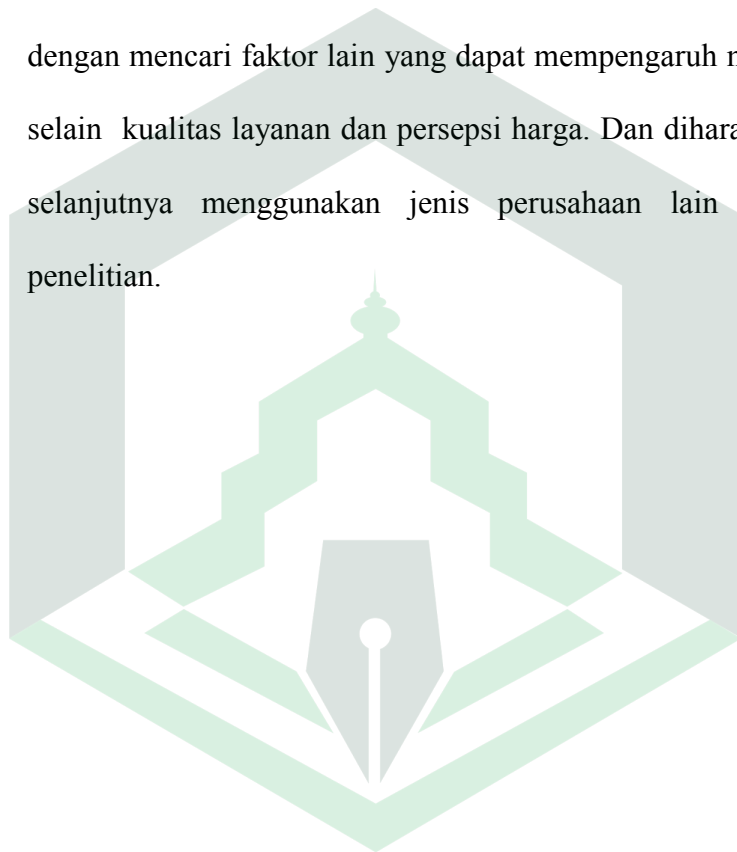
#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Disarankan agar kedua jasa pengiriman PT.Pos dan JNE tetap mempertahankan image yang baik dimata konsumen, dengan tetap

memberikan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang terbaik setiap harinya. Diharapkan lebih mengenali dan mengutamakan kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu.

2. Bagi peneliti yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari faktor lain yang dapat mempengaruhi minat pembelian selain kualitas layanan dan persepsi harga. Dan diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan jenis perusahaan lain sebagai objek penelitian.



**IAIN PALOPO**



## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an. "An Nisa [4] Ayat 29."
- Anggriana Riana, Nurul Qomariyah dan Budi Santoso. "Pengaruh Harga, Promosi , Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online"OM-JEK JEMBER"." *Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 2017.
- Anonymouse. *blogspot.com*. 5 Maret 2016. <http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html> (diakses februari 21, 2020).
- Apataguna. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli jasa Go-Jek." *Widyakala*, 2016.
- APJII. *apjii.or.id*. 2018. <https://www.apjii.or.id/> (diakses februari 21, 2020).
- Biqies, Ana Fitriyatul. "Peran Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare." *Ekonika*, 2016.
- Dana, Daniel. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Aser di Toko Lestari Komputer Manado." *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 2016.
- Hestanto. *Hestanto.web.id*. 2007-2019. <https://www.hestanto.web.id/e-commerce-menurut-para-ahli/>. (diakses februari 21, 2020).
- Indonesi, Kamus Besar Bahasa. 2019.
- Listyawati, Indri Hastuti. "Peran Penting Promosi dan Desain Produk dalam Membangun Minat Beli Konsumen." *JBMA*, 2016.
- Lupiyoadi Rambat, A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.
- Muafa, Irfan Wildzan. "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman JNE di Merauke." *Bussinnes & Management*, 2018.
- Muhammad, Edwar. "Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman Barang JNE( Jalur Nugraha EkakurirI di Agenputro Agung WetanSurabaya ." *Pendidikan Tata Niaga*, 2017.

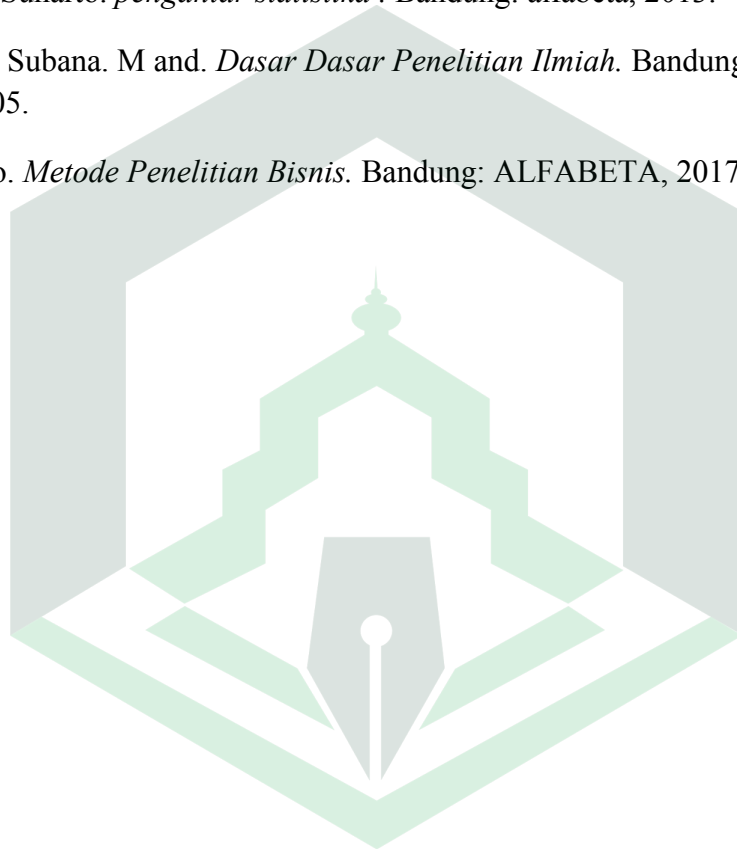
Muksinin, Lادل. *Pustaka Media Syariah*. 4 mei 2015. <http://pustakamediasyariah.blogspot.com/2015/05/makalah-pes-teori-harga-dalam-islam.html> (diakses february 24, 2020).

Purbowati, Dewi. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Memilih Jasa Pengiriman pada PT.Pos Indonesia di Kota Samarindah." *Administrasi Bisnis*, 2018.

Ridwan, Sunarto. *pengantar statistika* . Bandung: alfabeta, 2013.

Sudrajat, Subana. M and. *Dasar Dasar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Pustaka Setia , 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, 2017.



**IAIN PALOPO**

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

Kepada Yth konsumen jasa pengiriman online yang ada di Kota Palopo.

Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Nama : NikeArdilla  
Nim : 16 0401 0098  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Perguruan Tinggi : Institut Agama Islam Negeri palopo

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “**Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi Pada Konsumen Jasa Pengiriman Yang Ada di Kota Palopo)**”. Maka saya selaku peneliti kesedian ibu/bapak/saudari/I untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Berikut kuesioner yang saya ajukan. Mohon kepada ibu/bapak/saudari/I untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun jawaban ibu/bapak/saudari/I karena penelitian ini dilakukan semata-mata untuk pengemabangan ilmu pengetahuan. Atas kesedianya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Penulis

NikeArdilla  
16 0401 0098

## Kuesioner Penelitian

### Pengguna Jasa Pengiriman PT.Pos Indonesia dan JNE

#### Data Diri Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Alamat :

#### A. Petunjuk pengisian

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon ibu/bapak/saudari/I membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat
2. Silahkan memberikan tanda checklist (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternative pertanyaan
4. jika ada kesalahan dalam memilih alternative jawaban, beri tanda (x) pada kolom yang salah kemudian beri tanda checklist (✓) pada kolom yang sesuai
5. semua pertnaynan yang ada, mohon dijawabkan tanpa ada satu pun yang terlewatkan

#### B. Keterampilan jawaban

Untuk menjawab pertanyaan berikut silahkan isi sesuai dengan pengalaman anda selama pernah menggunakan jasa pengiriman online di Kota Palopo yaitu sebagai berikut :

Keterangan	Singkatan	Nilai
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

## Lampiran II

### 1. Pertanyaan tentang Kualitas Layanan (XI)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Bukti Fisik					
1.	Karyawan memakai seragam dalam memberikan pelayan				
2.	Karyawan berpenampilan rapi saat penyampaian barang				
3.	Armada dari kurir menggunakan atribut dengan logo perusahaan				
4.	Tersedianya packing barang sesuai dengan permintaan				
Keandalan					
5.	Memiliki banyak produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan				
6.	Menyediakan jasa pengiriman sesuai yang dijanjikan				
7.	Dapat diandalkan dalam melayani masalah				

	pelanggan dalam penggunaan jasa				
8.	Barang sampai sesuai dengan waktu yang dijanjikan				
9.	Menyimpan catatan/dokumen tanpa kesalahan				
Ketanggapan					
10.	Layanan segera/cepat bagi pelanggan				
11.	Kesediaan untuk membantu pelanggan dan merespon permintaan pelanggan				
Jaminan					
12.	Memberikan ganti rugi atas kerusakan barang				
13.	Adanya asuransi atas kehilangan barang				
14.	Membuat pelanggan aman sewaktu melakukan transaksi				

Empati					
15.	Karyawan ramah dalam memberikan pelayanan				
16.	Saluran komunikasi perusahaan yang mudah dihubungi				

## 2. Pertanyaan tentang harga (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
Keterjangkauan harga					
1.	harga adalah faktor utama dalam memilih jasa pengiriman ini				
2.	Harga dari pelayanan jasa sesuai dengan harapan saya				
Sesuai dengan kualitas					
3.	Harga jasa yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan				
Daya saing harga					
4.	Perusahaan ini menawarkan jasa sesuai dengan harga dan kualitas yang ditawarkan				

Kesesuaian harga dengan jadwal kiriman sampai yang ditawarkan					
5.	Harga jasa yang ditawarkan sesuai dengan jadwal kiriman				

### 3. Pertanyaan tentang minat (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
----	------------	----	---	----	-----

Minat untuk membeli/memakai jasa					
1.	Saya ingin memakai jasa pengiriman dikarenakan dorongan kebutuhan dan keinginan berdasarkan kualitas				
2.	Saya ingin memakai jasa pengiriman dikarenakan dorongan kebutuhan dan keinginan berdasarkan harga				
Minat untuk mereferensikan jasa untuk orang lain					



3.	<p>Saya ingin mereferensikan jasa pengiriman ini kepada orang lain dikarenakan kualitas layanannya yang sesuai sehingga tertarik untuk menggunakannya</p>				
4.	<p>Saya ingin mereferensikan jasa pengiriman ini kepada orang lain dikarenakan harganya yang sesuai sehingga tertarik untuk menggunakannya</p>				
Minat mencari informasi mengenai produk jasa yang diamati					
5.	<p>Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai kualitas produk dan harga yang sesuai</p>				

**IAIN PALOPO**





79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
80	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	51
81	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	53
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
83	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	58
84	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	53
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
87	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	61
88	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
89	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
90	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
91	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	44
92	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	41
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	62
94	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
95	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	60
96	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	57
97	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	46
98	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
99	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	54
100	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51

### Hasil Tabulasi dan data Kuesioner Harga PT.Pos Indonesia (X2)

JUMLAH	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	TOTAL
1	3	3	3	4	3	16
2	3	2	3	3	2	13
3	4	4	4	3	3	18
4	3	3	3	3	3	15
5	4	4	3	3	3	17
6	3	3	3	3	3	15
7	4	3	3	3	3	16
8	4	3	2	2	2	13
9	3	4	4	4	4	19
10	4	3	4	3	2	16
11	4	4	3	3	4	18
12	4	3	3	3	2	15
13	4	4	3	3	2	16
14	4	3	3	2	1	13

15	1	3	4	3	4	15
16	4	4	4	3	2	17
17	4	4	3	3	3	17
18	4	4	3	4	4	19
19	4	4	4	3	2	17
20	4	4	4	4	4	20
21	2	2	3	3	3	13
22	3	3	2	2	2	12
23	4	4	3	4	3	18
24	3	3	3	3	2	14
25	4	3	3	3	3	16
26	4	4	4	3	3	18
27	4	4	4	4	3	19
28	3	3	3	3	3	15
29	4	4	3	3	3	17
30	4	4	4	3	4	19
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	3	2	14
33	3	3	3	3	3	15
34	4	3	3	3	2	15
35	4	4	3	3	2	16
36	4	4	4	4	4	20
37	3	4	4	3	3	17
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	3	19
40	4	4	4	4	4	20
41	3	2	2	3	2	12
42	3	3	3	3	3	15
43	4	3	3	3	3	16
44	4	3	3	3	3	16
45	4	3	3	3	3	16
46	4	4	3	4	4	19
47	3	1	3	2	2	11
48	4	4	3	3	3	17
49	3	3	3	3	3	15
50	3	4	4	4	2	17
51	4	4	4	3	4	19
52	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	3	2	14
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	15

56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	3	15
60	4	3	4	4	4	19
61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	3	3	3	15
63	3	2	3	3	3	14
64	3	3	3	3	3	15
65	3	2	3	3	3	14
66	3	4	4	3	4	18
67	4	3	3	3	3	16
68	4	4	4	4	3	19
69	4	4	4	4	4	20
70	3	3	4	3	3	16
71	4	4	4	4	4	20
72	3	3	3	3	4	16
73	3	3	3	3	4	16
74	3	3	3	3	3	15
75	4	4	4	3	4	19
76	3	3	3	3	3	15
77	3	4	4	4	4	19
78	3	3	3	3	3	15
79	4	4	4	4	4	20
80	4	3	3	3	4	17
81	4	3	3	3	3	16
82	3	3	3	3	3	15
83	2	3	3	4	3	15
84	3	3	3	3	3	15
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	3	4	4	19
88	3	3	3	3	3	15
89	3	3	3	3	3	15
90	3	3	3	3	3	15
91	4	3	3	3	2	15
92	3	2	2	3	2	12
93	4	2	4	4	4	18
94	3	4	4	4	4	19
95	4	4	4	4	3	19
96	3	3	4	4	4	18

97	3	3	3	3	3	15
98	3	3	3	3	3	15
99	3	3	3	3	3	15
100	3	3	3	3	3	15

### Hasil Tabulasi dan data Kuesioner Minat PT.Pos Indonesia (Y)

JUMLAH	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	TOTAL
1	3	3	3	3	3	15
2	3	3	2	2	4	14
3	3	3	3	3	4	16
4	3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	3	19
6	3	3	3	3	3	15
7	3	3	3	3	3	15
8	3	3	3	2	3	14
9	4	3	2	1	4	14
10	3	3	4	3	4	17
11	4	4	3	3	3	17
12	3	4	3	3	3	16
13	3	4	3	3	2	15
14	4	3	2	2	3	14
15	4	1	4	3	1	13
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	3	3	3	17
19	4	4	3	3	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	3	3	3	3	3	15
22	3	2	2	1	4	12
23	3	4	4	4	4	19
24	3	3	3	3	4	16
25	3	4	3	4	3	17
26	4	4	3	3	3	17
27	4	3	3	3	4	17
28	3	3	3	3	3	15
29	3	3	3	3	3	15
30	3	4	3	4	3	17
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	3	3	3	15

33	3	3	3	3	3	15
34	3	3	3	3	2	14
35	3	4	3	3	2	15
36	3	3	3	3	4	16
37	3	4	3	4	3	17
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	3	19
40	3	3	4	4	4	18
41	2	3	2	2	4	13
42	3	3	4	4	4	18
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	4	3	4	3	4	18
47	3	3	3	2	4	15
48	4	3	3	4	3	17
49	3	3	3	3	3	15
50	3	3	3	3	3	15
51	4	3	3	3	3	16
52	3	3	3	3	3	15
53	3	3	3	3	3	15
54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	3	15
56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	3	3	3	3	3	15
60	4	4	3	3	3	17
61	3	3	3	3	3	15
62	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	15
64	3	3	3	3	3	15
65	2	2	3	3	3	13
66	3	3	2	3	3	14
67	3	3	3	3	3	15
68	3	4	3	3	3	16
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	3	3	3	17
71	4	4	4	4	4	20
72	3	3	4	4	4	18
73	3	3	3	3	4	16



74	3	3	3	3	3	15
75	3	3	3	3	3	15
76	3	3	3	3	3	15
77	4	4	4	4	4	20
78	3	3	3	3	3	15
79	4	4	4	4	4	20
80	3	3	4	4	3	17
81	3	3	3	3	3	15
82	3	3	3	3	3	15
83	3	3	3	3	3	15
84	3	3	3	3	3	15
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	3	4	3	18
90	4	3	3	3	4	17
91	3	3	3	3	3	15
92	3	4	2	2	3	14
93	4	4	3	3	3	17
94	3	3	3	3	3	15
95	3	4	4	3	3	17
96	3	4	3	4	3	17
97	3	2	3	2	3	13
98	3	3	3	3	3	15
99	3	3	3	3	4	16
100	3	3	3	3	3	15



IAIN PALOPO

### Hasil Tabulasi dan data Kuesioner Kualitas Layanan JNE (XI)

JUMLAH	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	P.16	TOTAL
1	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	56
2	2	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	48
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	54
5	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	43
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
7	2	4	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3	3	44
8	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
9	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
10	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	35
11	2	3	4	3	4	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	44
12	3	4	4	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	4	4	46
13	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	37
14	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	58
15	1	4	1	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	51
16	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	47
17	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	54
18	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	1	4	4	2	3	72
19	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	48
20	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	56
21	3	2	2	1	2	1	2	1	2	3	3	2	3	2	1	1	31
22	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	2	4	4	3	55
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
24	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	59
25	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	44
26	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	2	50
27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	45
28	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	44
29	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
30	2	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	51
31	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
32	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	45
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
34	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	54
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
36	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	44
37	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	41



79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	53
82	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
83	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	61
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
85	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	48
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
87	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
88	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	56
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
90	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	58
91	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
92	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	44
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
94	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
95	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	57
96	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	46
97	1	2	1	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
99	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	54
100	2	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	43

### Hasil Tabulasi dan data Kuesioner Harga JNE (X2)

JUMLAH	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	TOTAL
1	4	4	4	3	4	19
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	2	2	12
4	4	3	3	2	2	14
5	3	3	3	3	2	14
6	3	2	3	3	3	14
7	3	2	2	2	2	11
8	3	2	3	3	2	13
9	3	3	3	3	2	14
10	4	3	2	2	2	13
11	3	2	3	3	2	13
12	4	3	4	4	2	17
13	2	2	3	2	2	11
14	4	3	4	4	4	19

15	4	4	3	4	3	18
16	3	3	3	3	3	15
17	4	3	3	3	2	15
18	4	2	2	3	2	13
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	4	3	3	16
21	2	2	4	4	3	15
22	4	4	4	3	3	18
23	4	4	4	4	4	20
24	3	3	4	4	4	18
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	3	2	14
27	3	3	3	3	2	14
28	3	3	3	3	2	14
29	4	3	3	3	2	15
30	4	3	3	3	2	15
31	3	3	3	3	3	15
32	2	3	3	3	3	14
33	3	3	3	3	3	15
34	2	3	3	3	3	14
35	4	3	3	3	3	16
36	4	3	3	3	2	15
37	2	2	3	3	2	12
38	3	2	2	3	3	13
39	4	4	4	4	4	20
40	3	4	4	4	4	19
41	3	4	4	4	4	19
42	3	4	3	3	3	16
43	4	4	4	4	3	19
44	4	3	3	3	3	16
45	3	3	3	4	4	17
46	3	2	2	3	3	13
47	3	3	3	3	3	15
48	3	3	3	3	3	15
49	4	3	3	3	3	16
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	3	3	15
52	4	3	3	3	3	16
53	2	2	3	3	2	12
54	3	3	3	3	3	15
55	4	4	4	4	4	20

56	4	4	4	4	4	20
57	3	3	4	3	3	16
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	3	15
60	3	4	3	3	3	16
61	3	3	3	3	3	15
62	3	4	3	3	3	16
63	4	2	2	2	2	12
64	4	4	4	4	4	20
65	4	3	3	3	3	16
66	3	3	3	3	3	15
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	3	3	3	3	3	15
70	2	2	2	2	3	11
71	3	3	3	3	3	15
72	3	3	3	3	3	15
73	3	3	3	3	2	14
74	4	2	3	3	3	15
75	3	3	2	4	3	15
76	4	3	3	3	3	16
77	4	4	4	4	4	20
78	3	3	3	3	3	15
79	4	4	3	3	3	17
80	4	4	3	3	3	17
81	4	4	3	3	3	17
82	3	3	3	3	3	15
83	4	4	4	3	4	19
84	4	4	4	4	4	20
85	3	4	3	3	4	17
86	4	4	4	4	4	20
87	4	3	3	3	3	16
88	3	4	4	3	4	18
89	3	3	3	3	3	15
90	4	3	4	4	4	19
91	3	3	3	3	3	15
92	3	3	3	3	2	14
93	4	4	4	4	4	20
94	3	3	3	3	3	15
95	3	4	4	4	2	17
96	4	4	3	4	4	19

97	3	1	2	2	2	10
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	4	3	19
100	3	2	2	3	2	12

### Hasil Tabulasi dan data Kuesioner Minat JNE (Y)

JUMLAH	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	TOTAL
1	4	3	3	3	4	17
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	2	2	2	2	4	12
5	3	3	3	3	3	15
6	3	3	3	3	3	15
7	2	2	2	2	4	12
8	3	3	3	3	3	15
9	3	3	3	3	2	14
10	3	3	3	2	3	14
11	3	3	2	2	4	14
12	3	4	2	2	2	13
13	3	3	3	3	2	14
14	3	3	3	3	4	16
15	4	4	4	4	2	18
16	3	3	3	3	4	16
17	4	3	4	4	2	17
18	4	4	2	4	3	17
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	3	3	15
21	3	2	3	2	2	12
22	3	3	4	4	2	16
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	3	3	15
26	3	3	3	3	4	16
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	3	4	16
29	3	3	3	3	4	16
30	3	4	3	3	4	17
31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	2	2	3	13

33	3	3	3	3	3	15
34	3	2	3	3	3	14
35	4	3	3	3	3	16
36	3	3	3	3	3	15
37	3	2	2	2	3	12
38	3	4	2	2	3	14
39	4	4	3	3	3	17
40	3	3	3	3	3	15
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	3	3	15
43	3	4	4	3	3	17
44	3	3	4	3	3	16
45	3	4	3	4	3	17
46	3	3	3	3	3	15
47	3	2	3	2	3	13
48	3	3	3	3	3	15
49	3	4	4	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	3	3	15
52	3	3	3	3	3	15
53	3	2	2	2	3	12
54	3	3	3	3	3	15
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	3	3	3	4	17
58	3	3	3	3	3	15
59	3	3	3	3	4	16
60	4	3	3	3	3	16
61	3	2	3	3	3	14
62	3	3	3	3	3	15
63	3	3	3	3	3	15
64	4	4	2	2	4	16
65	3	3	3	4	3	16
66	3	3	3	3	3	15
67	3	3	3	3	3	15
68	4	4	4	4	4	20
69	3	4	3	4	4	18
70	3	3	3	3	3	15
71	3	3	3	3	4	16
72	3	3	3	3	3	15
73	2	2	3	3	3	13



74	3	3	3	3	3	15
75	3	3	4	4	3	17
76	4	4	3	3	3	17
77	4	4	4	4	3	19
78	4	4	3	4	3	18
79	4	3	4	3	4	18
80	4	3	4	3	4	18
81	4	3	4	3	4	18
82	3	3	3	3	3	15
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	4	4	4	20
85	4	4	3	3	3	17
86	3	4	3	3	3	16
87	3	3	3	3	3	15
88	3	3	2	3	3	14
89	3	3	3	3	3	15
90	4	4	3	3	3	17
91	3	3	3	3	3	15
92	3	3	3	3	3	15
93	4	4	4	4	4	20
94	3	3	3	3	3	15
95	3	3	3	3	3	15
96	3	4	3	4	3	17
97	3	3	3	2	4	15
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	4	3	2	17
100	2	3	2	3	4	14



IAIN PALOPO

## Lampiran 4

### Hasil Uji Validitas PT. Pos Indonesia

#### a. Uji Validitas PT.Pos Indonesia

#### Hasil Uji Validitas Data PT.Pos Indonesia

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,590	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,565	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,563	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,555	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,769	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,705	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,643	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,718	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,779	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,783	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,654	0,3610	Valid
		Pertanyaan 13	0,735	0,3610	Valid
		Pertanyaan 14	0,692	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,759	0,3610	Valid
		Pertanyaan 16	0,756	0,3610	Valid
2.	X2	Pertanyaan 1	0,572	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,821	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,792	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,792	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,733	0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,688	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,737	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,795	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,558	0,3610	Valid

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

## b. Uji Reabilitas

**Tabel Hasil Uji Reabilitas PT.Pos Indonesia**

Variabel	Koefesien Cronbach	Keterangan
X1	0,761	Reabilitas
X2	0,789	Reabilitas
Y	0,783	Reabilitas

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

## c. Analisis Regresi Berganda

**Hasil Tabel Analisis Regresi Berganda PT.Pos Indonesia**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	4.995	1.139		4.387	.000
	KUALITAS LAYANAN	.038	.035	.127	1.094	.276
	HARGA	.562	.105	.621	5.359	.000

a. Dependent Variable: MINAT

## d. Uji Asumsi Klasik

## 1. Uji Normalitas

**Tabel Hasil Uji Normalitas PT.Pos Indonesia**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39496925
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.225

a. Test distribution is Normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

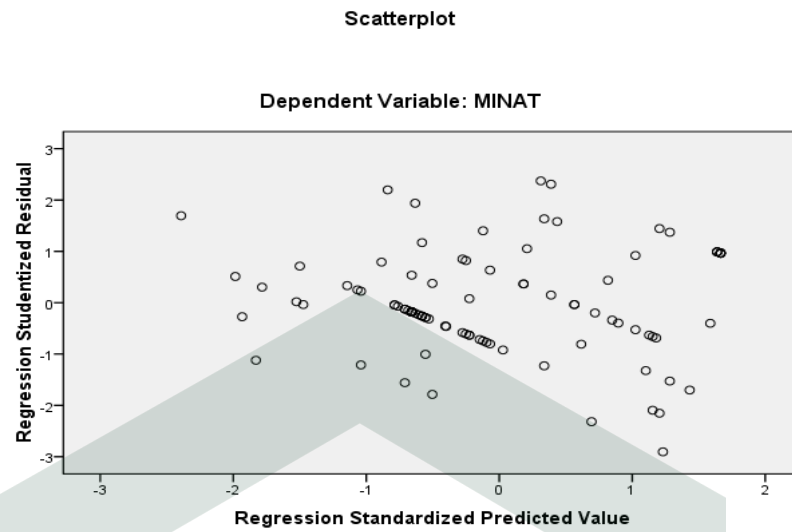
### Hasil Uji Multikolinearitas PT.Pos Indonesia

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	4.995	1.139		4.387	.000		
	KUALITAS LAYANAN	.038	.035	.127	1.094	.276	.364 2.750	
	HARGA	.562	.105	.621	5.359	.000	.364 2.750	

a. Dependent Variable: MINAT

## 3. Uji Heterokedastisitas

### Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas PT.Pos Indonesia



- e. Uji Hipotesis
  - 1. Uji t (Parsial)

**Tabel Hasil Uji t PT.Pos Indonesia**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.456	1.252		5.156	.000
	KUALITAS LAYANAN	.187	.024	.622	7.862	.000

a. Dependent Variable: MINAT

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.481	1.050		5.221	.000
	HARGA	.654	.063	.722	10.325	.000

a. Dependent Variable: MINAT

2. Uji Determinasi ( $R^2$ )**Tabel Hasil Koefisien Determinasi PT.Pos Indonesia**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.527	.517	1.40928

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS LAYANAN

**Uji Validitas dan Reabilitas JNE**

## a. Uji Validitas

**Hasil Uji Validitas Data JNE**

No	Variabel	Item	Nilai $r_{hitung}$	Nilai $r_{tabel}$	Keterangan
1.	X1	Pertanyaan 1	0,606	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,560	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,514	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,662	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,634	0,3610	Valid
		Pertanyaan 6	0,429	0,3610	Valid
		Pertanyaan 7	0,732	0,3610	Valid
		Pertanyaan 8	0,721	0,3610	Valid
		Pertanyaan 9	0,645	0,3610	Valid
		Pertanyaan 10	0,681	0,3610	Valid
		Pertanyaan 11	0,694	0,3610	Valid
		Pertanyaan 12	0,520	0,3610	Valid
		Pertanyaan 13	0,718	0,3610	Valid

		Pertanyaan 14	0,717	0,3610	Valid
		Pertanyaan 15	0,668	0,3610	Valid
		Pertanyaan 16	0,706	0,3610	Valid
2.	X2	Pertanyaan 1	0,604	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,852	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,832	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,816	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,812	0,3610	Valid
3.	Y	Pertanyaan 1	0,768	0,3610	Valid
		Pertanyaan 2	0,772	0,3610	Valid
		Pertanyaan 3	0,774	0,3610	Valid
		Pertanyaan 4	0,809	0,3610	Valid
		Pertanyaan 5	0,453	0,3610	Valid

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

b. Uji Reabilitas

**Hasil Uji Realibilitas JNE**

Variabel	Koefesien Cronbach	Keterangan
X1	0,725	Reabilitas
X2	0,802	Reabilitas
Y	0,782	Reabilitas

Sumber: Diolah dari data output SPSS16.0

## c. Analisis Regresi Berganda

**Hasil Analisis Regresi Berganda JNE**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.151	1.019		5.053	.000
	KUALITAS LAYANAN	.085	.026	.313	3.289	.001
	HARGA	.403	.079	.487	5.117	.000

a. Dependent Variable: MINAT

## d. Uji Asumsi Klasik

## 1. Uji Normalitas

**Hasil Uji Normalitas JNE****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38308971
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.045
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.704
Asymp. Sig. (2-tailed)		.704

a. Test distribution is Normal.



2. Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas JNE

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.151	1.019		5.053	.000		
	KUALITAS LAYANAN	.085	.026	.313	3.289	.001	.516	1.940
	HARGA	.403	.079	.487	5.117	.000	.516	1.940

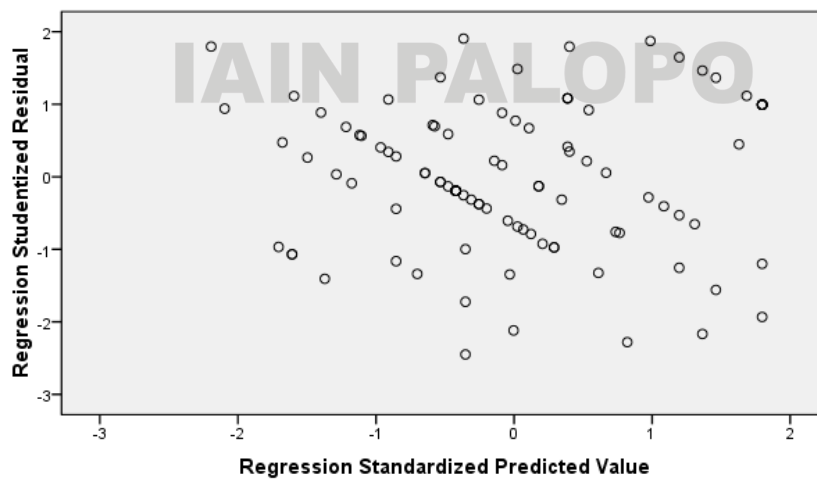
a. Dependent Variable: MINAT

3. Uji Heterokedastisitas

Tabel Hasil Uji Heterokedastisitas JNE

Scatterplot

Dependent Variable: MINAT



- e. Uji Hipotesisi  
1. Uji t (Parsial)

### Hasil Uji T (Parsial) JNE

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.752	1.088		6.209	.000
	KUALITAS LAYANAN	.177	.021	.652	8.509	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	6.701	.948		7.069	.000
	HARGA	.583	.059	.705	9.833	.000

2. Uji Determinasi ( $R^2$ )

### Tabel Hasil Uji Determinasi JNE

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 <sup>a</sup>	.547	.538	1.39728

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS LAYANAN

## Lampiran 5

### Dokumentasi



Proses pengambilan data dengan mengisi angket berupa pertanyaan yang berkaitan dengan jasa pengiriman.



Proses pengambilan data dengan mengisi angket berupa pertanyaan yang berkaitan dengan jasa pengiriman.



Observasi langsung ke tempat penelitian.

## Lampiran 6

### Nota Dinas Seminar Hasil

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.  
Hendra Satri, SE., M.M.

#### NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. : -  
Hal : skripsi an. Nikeardilla

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamu 'alaikum wr. wb.*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nikeardilla  
NIM : 16 0401 0098  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi Pada Konsumen Jasa Yng Ada di Kota Palopo)".

menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikum wr. wb.*

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Tanggal:

Pembimbing II



Hendra Satri, SE., M.M.

Tanggal:

## Lampiran 7

### Persetujuan Pembimbing Seminar Hasil

#### HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING


Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi Pada Konsumen Jasa Yang Ada di Kota Palopo)".

yang ditulis oleh :

Nama : Nikeardilla  
 NIM : 16 0401 0098  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Program studi : Ekonomi Syariah

menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian/seminar hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I  


Dr. Mahadin Shaleh, M.Si

Tanggal:

Pembimbing II  

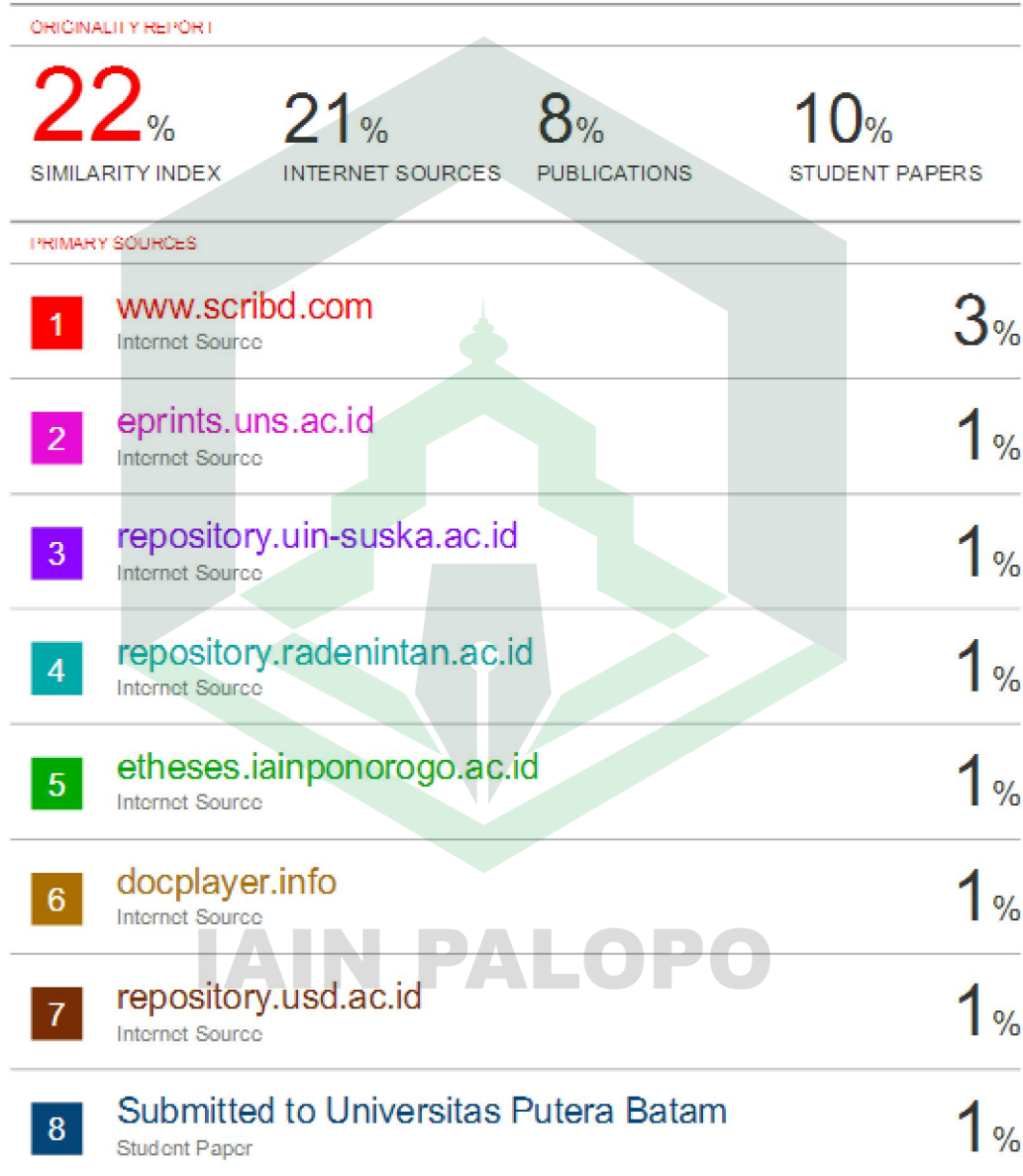

Hendra Safri, SE., M.M.

Tanggal:

## Lampiran 8

### Turnitin

#### PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP MINAT KONSUMEN MEMILIH JASA PENGIRIMAN ONLINE (Studi Pada Konsumen Jasa yang Ada di Palopo)



## Lampiran 9

## Verifikasi

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lampiran : -  
Hal : skripsi an. Nike Ardilla

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Di  
Palopo

*Assalamua'alaikumwr.wb*

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut :

Nama : Nike Ardilla  
NIM : 16 0401 0098  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen jasa yang ada di Kota Palopo)



Menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis, dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu'alaikumwr.wb.*

**Tim Verifikasi**

1. Abd. Kadir Amo, S.E.Sy., M.Si (  )  
Tanggal:
2. Kamriani, S.Pd. (  )  
Tanggal: 17 Maret 2021



## Lampiran 10 Persetujuan Pembimbing Ujian Munaqasyah

### PERSETUJUAN PEMBIMBING


Setelah menelaah dengan seksama skripsi berjudul: "Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang Ada di Kota Palopo)"

Yang ditulis oleh:

Nama : Nikeardilla  
 NIM : 16 0401 0098  
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.  
 Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shalch, M.Si.Si.

Pembimbing II



Hendra Safri, SE., M.M.

Tanggal:

Tanggal :

**IAIN PALOPO**

## Lampiran 11 Nota Dinas Pembimbing Ujian Munaqasyah

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Hendra Safri, SE., M.M.

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Skripsi an. Nikeardilla

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di

Palopo

*Assalamu 'alaikumwr.wb*

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini:

Nama : Nikeardilla

NIM :16 0401 0098

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang Ada di Kota Palopo)

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu "alaikumwr.wb*

Pembimbing I



Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.

Tanggal :

Pembimbing II



Hendra Safri, SE., M.M.

Tanggal:

## Lampiran 12 Persetujuan Penguji

### HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang Ada di Kota Palopo) yang ditulis oleh Nikcardilla Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0401 0098, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diajukan dalam seminar hasil penelitian pada hari jumat tanggal 16 April 2021, telah di perbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian Munawasyah.

#### TIM PENGUJI

1. Dr. Eij. Ramlah M., M.M.  
Ketua Sidang (  )  
Tanggal
2. Dr. Muh. Ruslan Abdollah, S. EL. MA  
Sekretaris sidang (  )  
tanggal :
3. Prof. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, SE., M.M.  
Penguji I (  )  
tanggal :
4. Dr. Adzan Noor Bakri, SF.Sy.MA.Ek.  
Penguji II (  )  
tanggal
5. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.  
Pembimbing I (  )  
tanggal
6. Hendra Safri, SE., M.M.  
Pembimbing II (  )  
tanggal

IAIN PALOPO

### Lampiran 13 Nota Dinas Penguji

Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.  
 Hendra Safri, SE., M.M.  
 Prof. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, SE., M.M.  
 Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

#### NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp : -  
 Hal : Skripsi Nikeardilla  
 Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
 Di  
 Palopo

*Assalamu 'alaikumwr.wb*

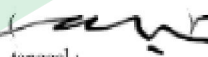


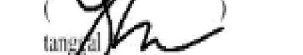
Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nikeardilla  
 NIM : 16 0401 0098  
 Program Studi : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Konsumen Memilih Jasa Pengiriman Online (Studi pada Konsumen Jasa yang Ada di Kota Palopo)

Maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *monaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

*Wassalamu 'alaikumwr.wb*

1. Prof. Dr. Ahmad Syarif Iskandar, SE., M.M. (  )  
 Penguji I tanggal :
2. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek. (  )  
 Penguji II tanggal :
3. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si. (  )  
 Pembimbing I/ Penguji tanggal :
4. Hendra Safri, SE., M.M. (  )  
 Pembimbing II/ Penguji tanggal :

## RIWAYAT HIDUP



**Nike Ardilla**, lahir di Leppangeng pada tanggal 02 Mei 1998. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Arlis dan ibu Jusria. Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Dr. Ratulangi Balandai Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 366 Leppangeng. Kemudian, di tahun yang sama menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Bua Ponrang hingga tahun 2013. Selanjutnya, penulis melanjutkan pendidikan di SMK Negeri 1 Terpadu Luwu. Setelah lulus SMKN di tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu di prodi Ekonomi syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

IAIN PALOPO