

30

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA PT. MARGA DINAMIK PERKASA**Honjo****Universitas Prima Indonesia****(Naskah diterima: 1 Juni 2019, disetujui: 28 Juli 2019)****Abstract**

This study aims to determine and analyze the influence of service quality and personal selling on the decision to use transportation services at PT. Marga Dinamik Perkasa. The research method used in this research is a quantitative approach, this type of research is quantitative descriptive and the nature of this research is descriptive explanatory. The method of data collection is done by interviews, questionnaires and documentation studies. The analytical method used is multiple regression analysis. The population used is all customers of PT. Marga Dinamik Perkasa in 2018 totaling 100 customers. Determination of samples in this study using saturated sampling techniques. The results of the study show that the quality of service has a significant effect on purchasing decisions and personal selling has a significant effect on the decision to use transportation services at PT. Marga Dinamik Perkasa. From the results of the analysis of the factors that influence the decision to use transportation services, it can be seen that between the two variables analyzed, the most dominant influence on the decision to use transportation services is the variable quality of service. This is evidenced by the results of calculating the tcount of each variable. The conclusions in this study are simultaneously and partially showing that the quality of service and personal selling have a significant effect on the decision to use transportation services at PT. Marga Dinamik Perkasa.

Keywords: *Service Quality, Personal Selling, Purchasing Decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan *personal selling* terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT. Marga Dinamik Perkasa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan sifat penelitian ini adalah deskriptif *explanatory*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan studi dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Populasi yang digunakan adalah seluruh pelanggan PT. Marga Dinamik Perkasa tahun 2018 yang berjumlah 100 pelanggan. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT. Marga Dinamik Perkasa. Dari hasil analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa pengangkutan, dapat dilihat bahwa antara kedua

variabel yang dianalisis, maka yang paling dominan mempengaruhi keputusan menggunakan jasa pengangkutan adalah variabel kualitas layanan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan t_{hitung} masing-masing variabel. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah secara serempak dan parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT.Marga Dinamik Perkasa.

Kata kunci: Kualitas Layanan, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian

I. PENDAHULUAN

Sebuah organisasi dibentuk untuk memproduksi, memasarkan dan mempromosikan produk untuk dikenal oleh konsumen yang akhirnya timbul keputusan untuk membeli produk tersebut. Organisasi yang berhasil adalah organisasi yang dinilai mampu menawarkan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan serta meningkatkan keuntungan perusahaan dari tahun ke tahun.

Pengangkutan merupakan kegiatan transportasi dalam memindahkan barang dan penumpang dari satu tempat ke tempat lain atau dapat dikatakan sebagai kegiatan ekspedisi. Sebagai suatu kegiatan jasa dalam memindahkan barang atau pun penumpang dari suatu tempat ke tempat lain, pengangkutan berperan sekali dalam mewujudkan terciptanya pola distribusi nasional yang dinamis.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti jasa pengangkutan, mutu layanan sangat penting dalam meningkatkan

keputusan penggunaan jasa, karena mutu pelayanan memberikan kontribusi besar kepada perusahaan untuk meningkatkan penjualan dalam jangka panjang. Jika mutu layanan perusahaan baik, konsumen akan merasa nyaman menggunakan jasa kita. Oleh sebab itu, perlu adanya evaluasi terhadap layanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Personal selling adalah sarana komunikasi perusahaan dalam menawarkan produk kepada konsumen. Dengan adanya *personal selling*, maka konsumen akan merasa diperhatikan dan lebih memahami produk yang akan dibeli, karena terjadi komunikasi langsung secara tatap muka. Sebelum menawarkan produk, *personal selling* harus dibekali dengan ilmu pengetahuan mengenai produk yang akan ditawarkan sehingga *personal selling* mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi konsumen.

PT. Marga Dinamik Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengangkutan berlokasi di Jalan Veteran No. 1C Komplek Center Point. PT. Marga Dina-

mika Perkasa membantu perusahaan menyalurkan barang dari satu kota ke kota lain atau dari satu provinsi ke provinsi. Sepanjang tahun 2017, PT. Marga Dinamik Perkasa mengalami penurunan penyewaan armada pengangkutan dikarenakan banyak pelanggan merasa kecewa dengan kualitas pelayanan dan tenaga penjual PT. Marga Dinamik Perkasa yang dinilai masih buruk. Selain itu *personal selling* PT. Marga Dinamik Perkasa juga dianggap tidak mampu memberikan solusi kepada konsumen atas permasalahan yang dihadapi seperti perubahan jadwal pengiriman barang yang dilakukan secara sepihak oleh PT. Marga Dinamik Perkasa.

II. KAJIAN TEORI

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012: 74), kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefit*) bagi pelanggan.

Menurut Hasan (2013:604) Penjualan personal (*personal selling*) merupakan bentuk presentasi secara lisan dengan satu atau lebih calon pembeli dengan tujuan melakukan penjualan.

Menurut Hasan (2013:180) pengambilan keputusan yaitu: “pembelian berlangsung secara runtut dalam 5 tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alter-

natif, keputusan pembelian, evaluasi pembeli. Mungkin tidak setiap konsumen melewati semua tahapan ini ketika mereka membuat keputusan untuk membeli, karena pada kenyataannya berbeda tahap dapat dilewati tergantung jenis pembelian.”

Menurut Kirom (2015:29) kebijakan peningkatan kualitas pelayanan merupakan bagian dari upaya perusahaan untuk memperbaiki citra pelayanan kepada konsumen yang semakin terpuruk. Konsumen harus dilindungi kepentingannya dalam memperoleh produk atau jasa yang dibelinya.

Menurut Herlambang (2014:92) saat berada di dalam perusahaan, seorang manajer penjualan bertugas menyusun struktur organisasi dan tim penjualan berdasarkan rute dan wilayah yang menjadi tujuan pemasaran produk perusahaan, sehingga dapat menciptakan komunikasi secara efektif.

III. METODE PENELITIAN

Tempat penelitian dilakukan di PT. Marga Dinamik Perkasa yang berlokasi di Jalan Veteran Komplek Center Point No. 1C; Telp : 085385197777; website : mdp_ho5738@yahoo.com. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan April 2019 sampai dengan September 2019.

Pendekatan penelitian ini berdasarkan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2008:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:53-54), Rumusan deskriptif adalah suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen).

Adapun sifat penelitian yang digunakan peneliti deskriptif adalah deskriptif explanatory. Menurut Zulganef (2013:11) Penelitian explanatory adalah penelitian yang bertujuan untuk menelaah kualitas antar

variabel yang menjelaskan suatu fenomena tertentu.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT. Marga Dinamika Perkasa pada tahun 2017 berjumlah 100 PT.

Salah satu bagian dalam penelitian adalah menentukan sampel penelitian. Kegiatan penelitian banyak dilakukan dengan menggunakan penarikan sampel, karena dibandingkan metode sensus penarikan sampel lebih praktis, hemat biaya, dan tidak banyak menyita waktu maupun tenaga.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *sampling* jenuh. Menurut Sugiyono (2011:85), "*Sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi sebagai sampel". Jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah 100 orang pelanggan PT. Marga Dinamika Perkasa dan uji validitas dilakukan pada pelanggan PT. Sumatera Sarana Sekar Sak-ti yang berada di Jalan B.Katamso 28-4 Medan.

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2012:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan da-

ta, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner (Angket)

Peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT. Marga Dinamik Perkasa dengan menggunakan daftar pertanyaan yang menyangkut harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Kuesioner dibuat dengan menggunakan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pertanyaan–pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata–kata. Hal ini dapat dilihat melalui tabel dibawah ini :

Tabel III.2. Skor Atas Jawaban Kuesioner

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
2	Setuju/sering/positif	4
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
4	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah	1

Sumber: Sugiyono, 2012:133

3. Studi dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara melihat catatan–catatan atau doku–mendokumen yang ada di perusahaan yang erat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Dokumen–dokumen yang dipergunakan seperti profil perusahaan dan struktur organisasi PT. Marga Dinamik Perkasa.

Sumber data memiliki dua jenis yaitu:

1. Data primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disebarkan pada konsumen PT. Marga Dinamik Perkasa.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data – data perusahaan dari studi dokumentasi dan buku – buku maupun bacaan lainnya yang tersedia di perpustakaan, internet sebagai landasan teori.

Macam–macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

- Variabel Independen* : Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Dalam SEM (*Structural*

Equation Modeling/Pemodelan Persamaan Struktural), variabel independen disebut sebagai variabel eksogen. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X_1) adalah kualitas pelayanan dan variabel bebas (X_2) adalah *personal selling*.

- b. Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Structural Equation Modeling*/Pemodelan Persamaan Struktural), variabel dependen disebut sebagai variabel endogen. Dalam penelitian ini, variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

III.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan untuk uji validitas adalah sebanyak 30 orang.

III.7.1.1 Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas

Layanan

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel kualitas layanan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3610). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel kualitas layanan adalah valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai signifikansi (2-tailed) seluruh instrumen yang lebih kecil dari α sebesar 5%.

III.7.1.2 Uji Validitas Instrumen Variabel

Personal Selling

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel *personal selling* memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3610). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel *personal selling* adalah valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai signifikansi (2-tailed) seluruh instrumen yang lebih kecil dari α sebesar 5%.

III.7.1.3 Uji Validitas Instrumen Variabel

Keputusan Pembelian

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian instrumen variabel keputusan pembelian memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,3610). Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa seluruh instrumen pertanyaan tentang variabel keputusan pembelian adalah valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian. Kesimpulan ini diperkuat dengan nilai signifikansi (2-tailed) seluruh instrumen yang lebih kecil dari α sebesar 5%.

III.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2011:47), pengertian dari reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Repeated measure atau pengukuran ulang : disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. One Shot atau pengukuran sekali saja : disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu

konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.70.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Variabel

Variabel	Cronbach Alpha	No of Item	Keterangan
Kualitas Layanan	0,933	8	Reliabel
Personal Selling	0,959	14	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,927	8	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2019 (Olahan Data)

III.8 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghazali (2011:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menun-

jukan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

III.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2011:105) Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolineritas dengan membuat hipotesis:

Tolerance value < 0,10 atau *VIF* > 10 : terjadi multikolinieritas

Tolerance value > 0,10 atau *VIF* < 10 : tidak terjadi multikolinieritas

III.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengetahui ada

tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot dengan dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gejala heteroskedastisitas juga dapat diuji dengan menggunakan uji Glejser, yaitu dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen (Ghozali, 2011:142). Heteroskedastisitas dengan uji Glejser tidak terjadi apabila tidak satupun variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel nilai absolute U_t ($AbsU_t$). Apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka, model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

III.9 Model Analisis Data Penelitian

Model analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Model analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen baik secara bersama-sama maupun secara parsial.

Pengolahan data penelitian ini dengan menggunakan program software SPSS (*Statistical Package for Service Solution*).

Menurut Sanusi (2011: 135) persamaan model regresi berganda, yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = keputusan pembelian

X₁ = kualitas pelayanan

X₂ = *personal selling*

a = konstanta

b₁b₂ = koefisien regresi

e = variabel pengganggu (5%)

III.9.2 Koefisien Determinasi Hipotesis (R²)

Menurut Ghazali (2011:97), koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

III.9.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan *personal selling* secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Marga Dinamika Perkasa. Kriteria pengujian secara simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

H₀ : b₁ , b₂ = 0 (kualitas pelayanan dan *personal selling* secara serempak tidak Berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT.Marga Dinamik Perkasa)

H₁: b₁, b₂ ≠ 0 (kualitas pelayanan dan *personal selling* secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Marga Dinamik Perkasa).

III.9.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan *personal selling* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Marga Dinamika Perkasa. Kriteria pengujian secara simultan (uji t) adalah sebagai berikut:

H₀: b₁ = b₂ = 0 (kualitas pelayanan; *personal selling* secara serempak tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Marga Dinamik Perkasa)

H₁: b₁ = b₂ ≠ 0 (kualitas pelayanan; *personal selling* secara serempak berpengaruh

terhadap keputusan pembelian di PT. Marga Dinamik Perkasa).

IV. HASIL PENELITIAN

PT. Marga Dinamik Perkasa PT. Marga Dinamik Perkasa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha jasa pengangkutan, berdiri sejak 1990 samapi dengan saat ini. PT. Marga Dinamik Perkasa memiliki sistem yang mengacu pada Standar ISO, dengan didukung oleh manajemen dan SDM yang cukup profesional dan handal dibidangnya masing-masing. PT. Marga Dinaik Perkasa merupakan pe-rusahaan jasa pengangkutan terpercaya dan diakui di Indonesia, berkantor pusat di Medan dan memiliki unit/cabang perusaha-an yang tersebar di beberapa pulau di Indonesia khususnya di pulau Sumatera, Pulau Jawa dan Pulau Kalimantan.

Visi PT. Marga Dinamik Perkasa adalah menjadi korporasi jasa multinasio-nal yang inovatif dan kreatif.

Misi PT. Marga Dinamik Perkasa adalah menjadi mitra bisnis yang terpercaya dan tulus hati, mengembang-kan unit bisnis yang terintegrasi dan dekat dengan pelang-gan sebagai perwujudan cinta tanah air, mengembangkan Sumber Daya Manusia yang Profesional, berintegrasi dan Inovatif.

IV.1.3 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti mean, minimum, maximum, standar deviasi, varian, modus dan lain-lain. Dalam hal ini pemakai statistik deskriptif tidak dapat mengambil kesimpulan yang bersifat umum (generalisasi), karena statistik di sini memang terbatas pada hal yang ada saja. Hasil analisis di sini masih sederhana, bahkan kebanyakan (sebagian besar) analisis atau perhitungannya bersifat penyederhanaan atas data yang terkumpul.

Berdasarkan Tabel IV.5, dapat dike-tahui deskripsi data kualitas layanan, *perso-nal selling* dan keputusan pembelian. Va-riabel kualitas layanan dengan sampel se-banyak 100 responden memiliki rata-rata sebesar 21,5000 satuan dengan kualitas la-yanan minimum sebesar 12 satuan merupa-kan jawaban responden ke-1 dan maksimum sebesar 35 satuan merupakan jawaban responden ke-62 dengan standar deviasi 4,76837 satuan. Variabel *personal selling* sebanyak 100 responden memiliki rata-rata sebesar 44,78000 satuan dengan *personal selling* minimum sebesar 26 satuan merupakan jawaban responden ke-59 dan maksimum se-besar 58 satuan merupakan jawaban res-

ponden ke-77 dengan standar deviasi sebesar 5,94347 satuan.

Variabel keputusan pembelian sebanyak 100 responden memiliki rata-rata sebesar 24,5900 satuan dengan keputusan pembelian minimum sebesar 10 satuan merupakan jawaban responden ke-1 dan maksimum sebesar 39 satuan merupakan jawaban responden ke-93 dengan standar deviasi 7,82682 satuan.

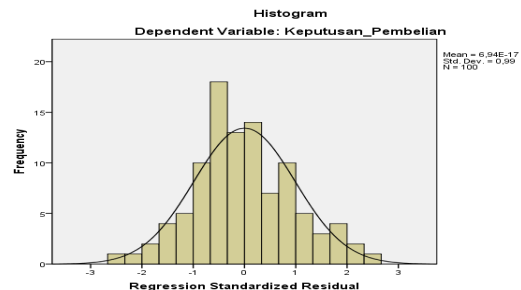
IV.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik yang dimaksudkan untuk memastikan bahwa model regresi linier berganda dapat digunakan atau tidak. Apabila uji asumsi klasik telah terpenuhi, alat uji statistik linier berganda dapat dipergunakan. Uji Asumsi Klasik dalam hal ini berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

IV.2.1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil perhitungan dari program SPSS untuk menguji normalitas yang menggunakan teknik grafik histogram, *probability plot* dan *one sample Kolmogorov-Smirnov Test* maka diperoleh hasil output sebagai berikut:

Gambar IV.2 Hasil Pengujian Grafik Histogram



Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Berdasarkan gambar IV.2, terlihat bahwa gambar garis berbentuk lonceng, tidak melenceng ke kiri maupun kekanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel IV.9 Hasil Pengujian Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,02707693
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,047
Kolmogorov-Smirnov Z		,690
Asymp. Sig. (2-tailed)		,727

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Berdasarkan hasil output pada tabel IV.9 di peroleh nilai (Asym. Sig 2-tailed) sebesar 0.727 karena signifikansi lebih besar dari 5% (0,05) maka residual terdistribusi dengan normal.

IV.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hasil pengujian multikolinieritas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS, maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas_Layanan	,812	1,232
Personal_Selling	,812	1,232

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

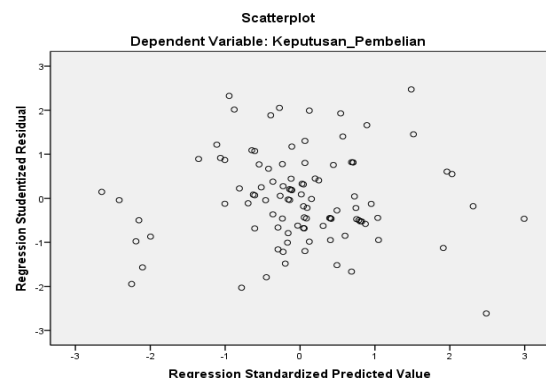
Sumber : Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Berdasarkan Tabel IV.10, diketahui bahwa kedua variabel independen yaitu kualitas layanan dan *personal selling* memiliki VIF kurang dari 10 yaitu 1,232 sedangkan nilai *tolerance* di atas 0,1 yaitu 0,812. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi terbebas dari asumsi multikolinieritas.

IV.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan hasil perhitungan dari program SPSS untuk menguji heteroskedastisitas, maka diperoleh hasil *output* sebagai berikut:

Gambar IV.4
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Dari hasil gambar IV.4 di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak (random) dan tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

Tabel IV.11

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,111	1,949		1,083	,281
Kualitas_Layanan	-,025	,059	-,047	-,421	,675
Personal_Selling	,035	,047	,083	,742	,460

a. Dependent Variable: Absut

Sumber: Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Dari tabel IV.11 dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (sig.) untuk variabel kualitas layanan sebesar 0,675 dan variabel *personal selling* sebesar 0,460. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya diatas 5% (0,05).

IV.3 Hasil Analisis Data Penelitian

Analisis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi berganda. Model analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Adapun hasil *output* perhitungan dari program SPSS adalah sebagai berikut

Tabel IV.12

Hasil Pengujian Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,832	3,158		,897	,372
Kualitas_Layanan	,389	,095	,366	4,084	,000
Personal_Selling	,299	,076	,351	3,919	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Dari tabel IV.12, maka dapat dirumuskan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Keputusan Pembelian = 2,832 + 0,389 (Kualitas Layanan) + 0,299(*Personal Selling*)

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Kosntanta (α) =2,832 artinya walupun variabel bebas (X_1) yaitu kualitas layanan dan variabel bebas X_2 yaitu *personal selling* bernilai 0 maka keputusan pembelian (Y) pada PT. Marga Dinamik Perkasa adalah tetap sebesar 2,832 satuan.
- Koefisien X_1 (b_1) = 0,389 dan bernilai positif. Variabel kualitas layanan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,389 satuan. Ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel keputusan pembelian sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian PT. Marga Dina-

mik Perkasa akan meningkat sebesar 0,89 satuan.

- c Koefisien X_2 (b_2) = 0,299 dan bernilai positif. Variabel *personal selling* terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,299 satuan. Ini mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel *personal selling* sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian PT. Marga Dinamik Perkasa akan meningkat sebesar 0,299 satuan.

IV.3.1 Koefisien Determinasi Hipotesis (R^2)

Pengujian koefisien determinasi hipotesis (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel *Model Summary*^b dan tertulis *Adjusted R Square*.

Tabel IV.13
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607 ^a	,368	,355	4,06838

a. Predictors: (Constant), Personal_Selling, Kualitas_Layanan

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil pengolahan data primer (Kuesioner, SPSS)

Dari tabel IV.13 menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,355 yang artinya sebesar 35,5% dapat dijelaskan oleh pengaruh kualitas layanan dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian PT. Marga Dinamik Perkasa dan sisanya 64,5% divariasi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti lokasi, harga dan kualitas produk.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dapat dibuatkan kesimpulannya sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT. Marga Dinamik Perkasa.
2. Hasil pengujian secara parsial variabel *personal selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT. Marga Dinamik Perkasa.
3. Hasil pengujian secara simultan variabel kualitas layanan (X_1) dan *personal selling* (X_2) secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa pengangkutan pada PT. Marga Dinamik Perkasa sebesar 35,5% dan sisanya 64,5% divariasi oleh faktor-faktor lain

yang tidak diteliti seperti harga, lokasi dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah & Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kelima. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Assauri, Sofjan. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketigabelas. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto & Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gava Media.
- Fernansyah, dkk. Pengaruh Tarif dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penumpang Dalam Memilih Jasa Transportasi PO. Sumber Alam. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Cetakan. V, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-Dasar Pemasaran)*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Kirom, Bahrul. 2015. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Cetakan Keempat. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Melayu, dkk. 2015. Pengaruh Tarif, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Penumpang Bus Rapid Transit (BRT) Trans Semarang Koridor II Terboyo – Sisemut, Unggaran. *Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science*.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta. Erlangga.
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Kesatu. Bandung. Alfabeta.
- Rizan, Anjarestu. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Majalah Info (Studi Kasus PT.SIBK). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol 4, No. 1*, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Ed. 1, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana, 2016.
- Sugianto, J. dan Sugiharto, S. 2013. Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Management Pemasaran Petra Vol.1, No.2*, Surabaya.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam belas. Bandung: Alfabeta.