**PENGARUH HARGA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN MASYARAKAT MENGGUNAKAN EKSPEDISI (TANGKASAP) TINGKAT MADURA JL. TEUKU UMAR NO. O2 SENENAN BANGKALAN**

**2022/2023.**

**SUPARMAN1), Ruski, M.Pd2), Drs. Subandy Widjaya, M.Pd3)**

1,2STKIP PGRI Bangkalan

E-mail: **armaenbilano@gmail.com**1), **ruski@stkippgri-bkl.ac.id**2) **subandiwidjajastkipbkl@gmail.com3****)**

**Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan supaya mengatahui Pengaruh harga, kualitas layanan terhadap kepercayaan masyarakat menggunakan ekspedisi tangkasap tingkat Madura jl. teuku umar 02. senenan bangkalan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif . Populasi ini adalah konsumen perkabupaten sebanyak 20 orang . Sampel ini di ambil sebanyak 20. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda hasil analisi data menunjukan bahwa : 1) harga -297 > t tabel 2,109)2) kualitas layananan Hal ini dapat di ketahui dengan nilai t hitung sebesar 1,215 < t tabel 2.109). 3) kepercayaan masyarakat secara simultan terdapat pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepercayaan masyarakat menggunakan ekspedisi tangkasap tingkat Madura . Hal ini terbukti dengan f hitung sebesar 1,137> f tabel 3,59 . Nilai koefisien determinasi menunjukan bahwa motivasi belajar, teman sebaya sebesarsebesar 118% sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lainnya diluar model.

**Kata Kunci**: Pengaruh Harga Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Masyarakat Menggunakan Ekspedisi Tangkasap

***Abstract:***

*This study aims to find out the effect of price, service quality on public trust using the Madura-level tangkasap expedition jl. teuku umar 02. senenan bangkalan. This research is an ex-post facto research. This population is a district consumer as many as 20 people. This sample was taken as many as 20. The data collection technique used questionnaires and documentation, while the data analysis technique used multiple linear regression. The results of data analysis showed that: 1) price -297 > t table 2.109) 2) quality of service. This can be known by the value t count of 1.215 <t table 2.109). 3) simultaneous public trust, there is a simultaneous significant influence on public trust using the Madura level capture expedition.* This is evidenced by the f count of 1.137 > f table 3.59 . The coefficient of determination shows that peer motivation is 118% while the rest is influenced by other variables outside the model.

**PENDAHULUAN**

Seiring berjalannya waktu dari tahun ke tahun, Begitu banyak persaingan antara perusahaan besar untuk menjadi yang terbaik di antaranya. Terutama di bidang pengiriman barang antar negara, antar kota, dan antar daerah. Terutama pengiriman barang dari luar negeri sebagai contoh Indonesia dan Malaysia. Dengan meningkatnya permintaan akan pengiriman barang dari luar negeri ke Indonesia. fenomena ini membuat perusahaan-perusahaan besar melirik akan peluang tersebut. Dan hal tersebut sangat mendorong perusahaan besar untuk menyediakan jasa pengiriman barang. Jasa pengiriman barang ini berperan penting dalam menjaga kepercayaan konsumen dan barang yang mereka kirimkan melalui jasa pengiriman tersebut. Tidak hanya dalam hal kepercayaan, tetapi juga dengan harga yang juga harus bersaing dengan perusahaan besar lainnya. Dan jasa pengiriman ini juga harus bisa menimbulkan persepsi positif bagi konsumennya, bahwa perusahaan mereka bisa menjaga dan mengirimkan barang mereka dengan selamat sampai ke tujuan. Setelah adanya jasa pengiriman barang ini keperluan mereka sengat terbantu.

Alasan mereka terbantu oleh jasa pengiriman barang tersebut adalah ketika suatu saat mereka akan kembali ke negara, jadi barang yang di bawa tidak terlalu banyak dan membuat ribet. Cukup dengan menggunakan jasa pengiriman barang tersebut untuk mengantarkan barangnya sampai ke tujuan masing-masing, dengan catatan kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap perusahaan harus di maksimalkan, dan layananan pun itu sangat penting untuk menarik para konsumen. Bukan hanya disitu saja, akan tetapi harga, kualitas layanan terhadap kepercayaan masyarakat juga harus dipertimbangkan oleh perusahaan.

Pengaruh harga nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau  perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dan harga merupakan unsur satu - satunya dari unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan di banding unsur bauran pemasaran yang lainnya (produk, promosi dan distribusi).

Menurut Kotler dan Keller (2012) harga merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Harga yang sesuai dengan produknya,akan menimbulkan minat beli konsumen..Banyak konsumen yang mempertimbangkan harga suatu produk pada suatu perusahaan dengan produk perusahaan lainnya. Oleh sebab itu, harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan

 Harga berdampak pada kinerja keuangan perusahaan dan berpengaruh penting pada nilai  penempatan merek di mata pelanggan. Harga juga mencermikan suatu ukuran kualitas dari suatu  produk. Harga merupakan salah satu dari empat variabel keputusan strategi utama yang dikendalikan oleh manajer pemasaran. Keputusan penetapan harga memengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dan berapa banyak pendapatan yang diperoleh. Begitu pula dengan mereka (konsumen) yang hendak mengirimkan barangnya melalui jasa pengiriman barang ekspedisi Tangkasap juga mempertimbangkan resiko akan keamanan barang yang akan dikirim ke tempat tujuan.

Menurut ( innandha 2016 : 30) menyatakan bahwa kualias pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga loyalitas pelanggan.kualitas pelayanan seabgai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsuemen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan,harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepercayaan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Apa bila konsumen merasakan benar-benar puas mereka akan membeli kembali serta memberik rekomendasi kepada orang lain. Untuk membeli ditempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya loyalitas pelanggan secara lebih maksimal dari kualitas pelayanan karena sekarang semakin disadari pelayanan merupakan aspek inti dalam bertahan menangkan persaingan.

Ekspedisi Tangkasap sendiri atu perusahaan pengiriman barang yang didirikan oleh K.H. Affan Fadli yang bergerak di bidang pengiriman Luar negeri, antar pulau, antar kota dan antar daerah,khususnya madura.Barang yang biasanya di kirim melalui perusahaan ekspedisi Tangkasap berupa peralatan rumah tangga, kain, dan lain – lainya.

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

## Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitan kuantitatif. Menurut sugiyono (2014) penenelitian kuantitatif bisa diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi ataupun suatu sampel tertentu, pengumpulan data ini menggunakan instrument penelitian, analisa data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang ada. Metode penelitian disebut metode penelitian kuantitatif dikarenakan data yang digunakan merupakan angka – angka dan analisa menggunakan statistik.

**Teknik Pengumpulan Data**

Karena pengumpulan data berarti data tambahan, karena sangat mempengaruhi kualitas penelitian. oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung terhadap subyek penelitian.

1. Walwalncara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengorganisasikan tanya jawab dengan responden. Menurut (Sugiono 2016:67), menunjukkan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengungkap masalah yang akan diteliti dan juga jika peneliti ingin mengetahui lebih dalam dari responden dan jumlah responden sedikit atau kecil.

1. Angket (*Kuesiner*)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan peneliti mengajukan pertanyaan dalam bentuk tertulis kepada responden atau masyarakat tingkat madura . Alat penelitian berupa angket yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan Pengaruh harga, kualitas layanan terhadap kepercayaan masyarakat menggunakan ekspedisi tangkasap tingkat Madura jl. teuku umar 02. senenan bangkalan Dokumentasi

Dokumen adalah sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, berupa gambar, video dan gambar (foto) yang memberikan informasi untuk proses penelitian.

**Teknik Analisis Data**

Pengolahan data disini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan juga uji f.

**Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Pondok pesantren Manbaus Salam jl. teuku umar 02. senenan bangkalan

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

hasil penelitian mengenai “Pengaruh Harga Kualitas layanan ,terhadap kepercayaan menggunakan ekspedisi (Tangkasap) Tingkat Madura Jl. Teuku Umar No. 02 Senenan Bangkalan “dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden penelitian yaitu pelanggan yang pernah menerima pengiriman. Kuesioner disebarkan kepada 20 pelanggan yang pernah mengirim produk atau barang menggunakan ekspedisi tangkasap.penelitian ini di mulai dari analisis deskriptif responden, analisis diskriptif variable, kemudian dilanjutkan dengan analisis kuantitatif yaitu uji validitas, uji rabikitas, uji normalitas, dan pengujian hipotesis dengan uji F dan T *IBM SPSS 21.*

**Tabel 1. Uji Validitas**

# Uji Valliditals Harga (X1)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Variabel** | **Rhitung** | **rtabel** | **keterangan** |
|  | **Harga*** **X1.1**
* **X1.2**
* **X1.3**
 | **0,570****0,484****0,478** | **0,448****0,448****0,448** | **Valid****Valid****Valid** |

# Talbel 2 Instrumen Uji Valliditals Kualitas layanan (X2)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **Rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| **2** | **Kualitas Pelayanan*** **X2.1**
* **X2.2**
* **X2.3**
* **X2.4**
* **X2.5**
 | **0,723****0,648****0,523****0,727****0,684** | **0,448****0,448****0,448****0,448****0,448** | **Valid****Valid****Valid****Valid****Valid** |

# Talbel 3 Instrumen uji valliditals Kepercayaan Masyarakat (Y1)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Variabel** | **rhitung** | **rtabel** | **Keterangan** |
| **3** | **Kepercayaan Masyarakat*** **Y1.1**
* **Y1.2**
* **Y1.3**
 | **0,805****0,787****0,531** | **0,448****0,448****0,448** | **Valid****Valid****Valid** |

Kepercayaan Masyarakat

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel harga, kualitas layanan, kepercayaan Masyarakat

Jadi dalam pengujian reabilitas terhadap seluruh variabel dengan menggunakan program IBM SPSS 21 menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,6 sehingga dinyatakan layak digunakan untuk dijadikan sebagai alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

**SIMPULAN**

Berdalsalrkaln halsil alnallisis daltal yalng telalh dilalkukaln di penelitialn dalpalt disimpulkaln sebalgali berikut :

1. Valrialbel harga dalpalt diketalhui nilali sig. Untuk pengalruh persiall X1 terhaldalp Y sebesalr 0,770 > 0,05 daln t hitung yalitu -0,297 < 2,109 t talbel,. Jaldi, harga tidak berpengalruh terhaldalp kepercayaan masyarakat (Y) secalral palrsiall. Sedalngkaln nilali koefisien determnalsi (R2) sebesalr 0,118 alrtinyal kontribusi valrialbel harga(X1) mempengalruhi terhaldalp kepercayaan masyarakat (Y) sebesalr 11,8% sehinggal hipotesis pertalmal di terimal.
2. Variabel kualitas layanan dalpalt diketalhui nilali sig. Untuk pengalruh persiall X2 terhaldalp Y sebesalr 0,241 > 0,05 daln t hitung yalitu 1,215 < 2,109 t talbel. Jaldi valrialbel kualitas layanan tidalk berpengalruh terhaldalp kepercayaan masyarakat (Y) secalral palrsiall. Sedalngkaln nilali koefisien determnalsi (R2) sebesalr 0,488 alrtinyal kontribusi valrialbel perhaltialn oralng tual (X2) mempengalruhi terhaldalp kepercayaan masyarakat (Y) sebesalr 188% sehinggal hipotesis pertalmal di terimal.
3. variabel kepercayaan masyarakat dapat diiketalhui nilali signifikalsi untuk pengalruh simultaln harga(X1), kualitas layanan (X2) terhaldalp kepercayaan masyarakat (Y) aldallalh sebesalr 0,334> 0,05 daln nilali F hitung 1,137 < F talbel 3,59 sehinggal dalpalt disimpulkaln balhwal Ho diterimal yalng beralrti tidak terdalpalt pengalruh Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) terhaldalp Kepercayaan Masyarakat (Y).

**DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad Kamaruddin. (2013). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya Dan Pengambil Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Dharma, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Padang tour wisata pulau padang. Ekobistek Fakultas Ekonom*i, 6(2), 349-359.

Donni Juni Priansa. 2017. *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Handoko 2017 *Manajemen Sumber Daya Manusia. Edisi Revisi Jakarta Bumi Aksara. Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesisi Bisnis*. Jakarta : P Gramedia Pustaka

Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta : Erlangga

Moorman, Christine., Rohit Deshpande, dkk 1993. *Factors affecting trust in market research relationships*. Journal of marketing, 57(1), 81-101.

Ramli, Soehatman. 2013. *Sistem Manajemen Keselamatan & Kesehatan Kerja OHSAS 18001*. Dian Rakyat. Jakarta.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*( Bandung : Alfabeta, 2013)

Suryana. 2013. *Ekonomi Keatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat

Ujang Sumarwan. 2011*. Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.