



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN
TITIPAN KILAT**

SKRIPSI

RYNO APRIANSYAH

1502025236

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN
TITIPAN KILAT**

SKRIPSI

RYNO APRIANSYAH

1502025236

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

JAKARTA

2019

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul, "ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT CITRA VAN TITIPAN KILAT" merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan, saya tidak mencantumkan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 29 November 2019



(Ryno Apriansyah)

NIM 1502025236

PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS PENGARUH PERILAKU
KONSUMEN, PENETAPAN HARGA DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT
CITRA VAN TITIPAN KILAT

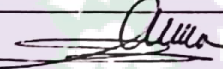

NAMA : RYNO APRIANSYAH

NIM : 1502025236

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TAHUN AKADEMIK : 2019

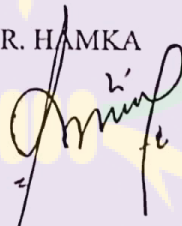
Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan dalam ujian skripsi:

Pembimbing 1	DR.Bambang Dwi Hartono,M.Si	
Pembimbing 2	Nur Hadiyazid Rachman,S.Si,MM	

Mengetahui,

Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA



Faizal Ridwan Zamzany, S.E, M.M

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN
TITIPAN KILAT**

yang disusun oleh :
Ryno Apriansyah
1502025236

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian keserjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA

Pada tanggal : 9 Desember 2019

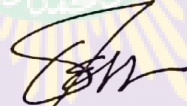
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



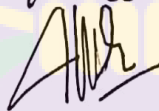
(Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Andi Sessu, M.Si.)

Anggota




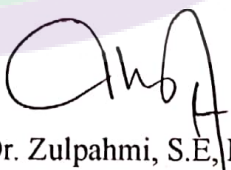
(Ummu Salma Al Azizah, SE.I, M.Sc.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof DR.HAMKA


Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.


Dr. Zulpahmi, S.E., M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN
TITIPAN KILAT**

yang disusun oleh :
Ryno Apriansyah
1502025236

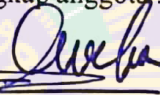
Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.

DR. HAMKA

Pada tanggal : 9 Desember 2019

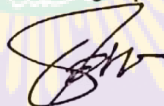
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :




(Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Andi Sessu, M.Si.)

Anggota



(Ummu Salma Al Azizah, SE.I, M.Sc.)

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof DR.HAMKA

Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.

Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si.

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul :

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA
DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN
TITIPAN KILAT**

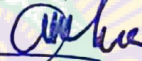
yang disusun oleh :
Ryno Apriansyah
1502025236

Telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata satu
(S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof.
DR. HAMKA

Pada tanggal : 9 Desember 2019

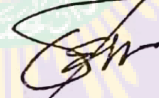
Tim Penguji :

Ketua, merangkap anggota :



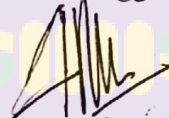
(Dr. Bambang Dwi Hartono, M.Si.)

Sekretaris, merangkap anggota :



(Dr. Andi Sessu, M.Si.)

Anggota

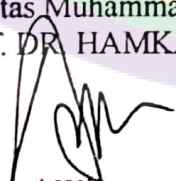


(Ummu Salma Al Azizah, SE.I, M.Sc.)

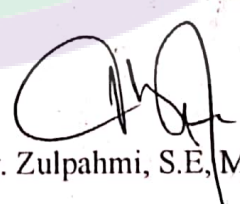
Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof. DR. HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Prof DR.HAMKA



Dr. Adityo Ari Wibowo, M.M.



Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si.

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA,
saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ryno Apriansyah
NIM : 1502025236
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas Prof. DR. HAMKA
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT CITRA VAN TITIPAN KILAT”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 November 2019

Yang Menyatakan

(Ryno Apriansyah)

ABSTRAKSI

Ryno Apriansyah (1502025236)

“ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT CITRA VAN TITIPAN KILAT”

Skripsi. Program Strata Satu Program studi Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Kata Kunci : perilaku konsumen, penetapan harga, keputusan pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh perilaku konsumen, penetapan harga dan keputusan pembelian konsumen PT Citra Van Titipan Kilat.

Dalam penelitian ini digunakan metode deskriptif. Variabel yang diteliti adalah “perilaku konsumen, penetapan harga” sebagai variabel independen dan “Keputusan pembelian” sebagai variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT.Citra Van Titpan Kilat. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling aksidental*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan menyebarkan kuesioner. Teknik pengolahan data dengan menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 20.0, dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis *cluster non-hierarchie*

Berdasarkan *analisis cluster non-hierarci*, dan di artikan pada tabel *final clusters centers* yang menyatakan bahwa cluster 1 dan cluster 5 menghasilkan nilai rata – rata yang positif, pada tabel annova menghasilkan indikator MS dan TAS yang merupakan bagian dari variabel X1, pada indikator PK dan PBYD yang merupakan bagian dari variabel X2 memberikan hasil pada kedua variabel yang signifikan. Artinya pada variabel Y keputusan pembelian berpengaruh dengan pengelompokkan variabel perilaku konsumen X1 dan penetapan harga X2.

ABSTRACT

Ryno Apriansyah (1502025236)

"ANALYSIS OF INFLUENCE OF CONSUMER BEHAVIOR, PRICE DETERMINATION AND DECISION OF CONSUMER PURCHASING OF PT CITRA VAN TITIPAN KILAT"

Essay. Undergraduate Program Management Study Program. Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University Prof. DR. HAMKA. 2019. Jakarta.

Keywords: consumer behavior, pricing, purchasing decisions

This study aims to determine the analysis of the influence of consumer behavior, pricing and consumer purchasing decisions of PT Citra Van Titipan Kilat.

In this study a descriptive method was used. The variables studied were "consumer behavior, pricing" as an independent variable and "Purchasing decisions" as the dependent variable. The population in this study were consumers of PT. Citra Van Titipan Kilat. The sampling technique uses accidental sampling technique. The data collection technique used is distributing questionnaires. Data processing techniques using SPSS software (Statistical Product and Service Solution) version 20.0, and data analysis used in this study is a non-hierarchical cluster analysis test

Based on the analysis of non-hierarchical clusters, and interpreted in the final clusters centers table which states that clusters 1 and cluster 5 produce positive average values, the annova table produces MS and TAS indicators which are part of the X1 variable, on PK indicators and PBYD which is part of the X2 variable gives results on both significant variables. This means that on the variable Y purchasing decisions affect the grouping of consumer behavior variables X1 and pricing X2.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini serta salam dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan para pengikut beliau sampai akhir zaman. Pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Beban Kerja dan Pengembangan karir pada Kinerja Karyawan pada PT. Surya Progard Jakarta Selatan". Pada kesempatan ini saya pemulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Gunawan Suryoputro, M.Pd. selaku rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
2. Bapak Dr. Nuryadi Wijiharjono, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA.
3. Bapak Dr. Zulpahmi, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Bapak Dr. Sunarta, S.E, M.M selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Tohirin, S.H.I, M.Pd.I selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

6. Bapak Faizal Ridwan Zamzany, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA
7. Bapak Dr. Bambang Dwi Hartono, M.si selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, masukan, dan kritiknya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Bapak Nur Hadiyazid Rachman,S.Si, MM selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, memberikan saran, masukan, dan kritiknya untuk memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
9. Orang tua dan keluarga Nasutiom yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis. Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang yang sungguh luar biasa untuk putramu ini, kesabaran yang tiada batasnya untuk selalu membimbing, memberikan arahan, memotivasi dan mencukupi segala kebutuhan Saya.
10. Rahmat, Soleh, Fauzi, Dzafir, Nindya dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih karena selalu memberiku semangat, bersedia membantuku, mau menjadi pendengar dan penasihatku, yang selalu membuatku tertawa dengan kepercayaan dirinya yang luar biasa. Terimakasih kebersamaannya, motivasinya, serta bantuannya hingga saat ini yang telah berjuang bareng-bareng.

11. Semua pihak-pihak terkait yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasinya.

Semoga semua kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah SWT. Akhir kata, peneliti mohon maaf jika dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kesalahan yang tidak sadari. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jakarta, 29 November 2019

Ryno Apriansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	9
1.2.3 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu	12
2.1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Saat Ini.....	27
2.2 Landasan Teori.....	27

2.2.1 Perilaku Konsumen.....	27
2.2.1.1 Jenis-jenis Perilaku Konsumen.....	28
2.2.1.2 Faktor-faktor Perilaku Konsumen.....	29
2.2.1.3 Dimensi Perilaku Konsumen.....	30
2.2.1.4 Indikator Perilaku Konsumtif.....	31
2.2.1.5 Karakteristik Perilaku Konsumen.....	31
2.2.2 Pengertian Penetapan Harga.....	34
2.2.2.1 Tujuan Penetapan Harga.....	35
2.2.2.2 Dimensi Penetapan Harga.....	36
2.2.2.3 Marketing 4.0.....	37
2.2.2.4 Indikator Penetapan Harga.....	38
2.2.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	38
2.2.3.1 Proses Keputusan Pembelian.....	39
2.2.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	41
2.2.3.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
2.3.1 Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.....	43
2.3.2 Hubungan Antara Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian.....	43
2.3.3 Hubungan Antara Perilaku Konsumen Penetapan Harga dan Keputusan Pembelian.....	44
2.4 Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Metodologi Penelitian.....	47
3.2 Operasional Variabel.....	48
3.3 Populasi dan Sampel.....	52

3.3.1	<i>Populasi</i>	52
3.3.2	<i>Sampel</i>	52
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.4.1	<i>Tempat dan Waktu Pengumpulan Data</i>	53
3.4.2	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	54
3.5	Analisis Statistic Deskriptif	55
3.5.1	<i>Uji Kualitas Data</i>	55
3.6	Analisis Cluster.....	56
3.6.1	<i>Prosedur Analisis Cluster</i>	57
3.6.2	<i>Metode Pengelompokkan</i>	59
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	71
4.1	Hasil dan Pembahasan	71
4.1.1	<i>Lokasi Penelitian</i>	71
4.1.2	<i>Sejarah Perusahaan</i>	71
4.1.3	<i>Jenis Usaha</i>	72
4.1.4	<i>Visi dan Misi Perusahaan</i>	73
4.2	Hasil dan Pembahasan	73
4.2.1	<i>Karakteristik Responden</i>	73
4.2.2	<i>Analisis Cluster</i>	75
4.2.2.1	<i>Analisis Cluster Non-Hierarchical</i>	75
BAB V	PENUTUP	84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN		

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

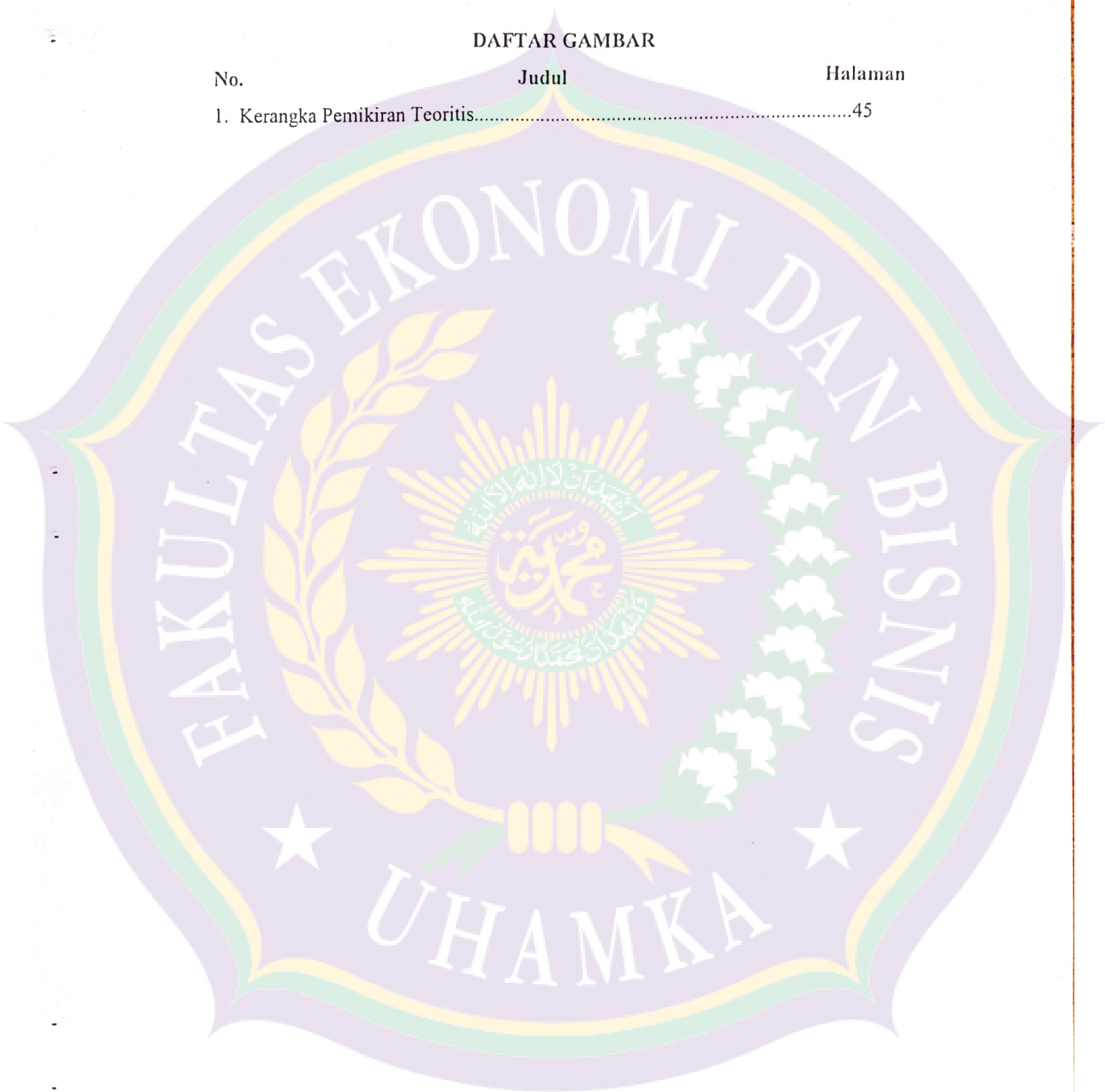


DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
1	Perbandingan Biaya Ongkos Kirim SE-Jakarta Estimasi 1 Hari Sampai.....	6
2	Perbandingan Biaya Ongkos Kirim SE-Jakarta Estimasi 2-3 Hari Sampai.....	6
3	Laporan Pembayaran Kasir.....	7
4	Ringkasan Gambar Penelitian Terdahulu.....	16
5	Operasional Variabel.....	49
6	Skor Nilai Skala Likert.....	55
7	<i>Case Proccesing Summary</i>	73
8	Pengeluaran Jumlah Keluarga.....	74
9	<i>Descriptive Statistics</i>	75
10	<i>Initial Clusters Centers</i>	76
11	<i>Iteration History</i>	76
12	<i>Final Clusters Centers</i>	77
13	<i>Anova</i>	81
14	<i>Number of Cases in each cluster</i>	82

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1	Lembar Kuesioner Penelitian	1/13
2	<i>Analisis Cluster Non Hierarchie</i>	7/13
3	Surat Tugas	9/13
4	Catatan Konsultasi Satu	10/15
5	Catatan Konsultasi Satu	11/15
6	Catatatan Konsultasi Dua	12/15
7	Formulir Persetujuan Judul	13/15
8	Daftar Riwayat Hidup	14/15

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Jasa pengiriman barang adalah proses pengelolaan, pemindahan, dan penyimpanan barang dan informasi terkait dari sumber pengadaan ke konsumen akhir secara efektif dan efisien. Sehingga dapat membantu proses pemindahan antara suatu tempat lainnya dengan jarak jauh maupun jarak dekat. Di Indonesia pengiriman barang tersebut sangat diperlukan dalam membantu kegiatan usaha dan kegiatan operasional sebuah perusahaan. Berbagai jenis jasa pengiriman barang, mulai dari pengiriman melewati via udara, darat maupun laut. Dilaksanakan oleh perusahaan jasa pengiriman sangat membantu dalam proses pengiriman hingga ke daerah terpencil sampai kota besar. Bahkan jasa pengiriman di Indonesia dapat melakukan pengiriman ke negara lain.

Dalam jasa pengiriman, aktifitas pelayanan merupakan kegiatan operasional yang penting. Aktifitas pelayanan tersebut dapat dilakukan oleh seorang atau beberapa kelompok dengan landasan faktor dengan *system* dan prosedur dalam rangka membantu usaha kebutuhan orang lain dengan sesuai kebutuhannya. Sama halnya dalam jasa pengiriman PT Citra Van Titipan Kilat juga melakukan pelayanan pengiriman tujuan domestik dan luar negeri. Namun ada resiko keterlambatan dan kerusakan pada paket atau dokumen yang akan dikirim, agar kerusakan dan keterlambatan itu tidak terjadi maka PT Citra Van Titipan Kilat menyediakan pengemasan paket serta pilihan produk yang sesuai.



Dalam sebuah kegiatan yang melakukan pemilihan, pencarian, pembelian, penggunaan serta mengevaluasi produk dan jasa demi kebutuhan produk akan berdampak terhadap perilaku konsumen tersebut. Dalam hal nya pengiriman konsumen banyak memilih produk jasa sehingga keputusan pembeliannya harus sesuai dengan kebutuhannya, Sama seperti di jasa kiriman PT Citra Van Titipan Kilat konsumen dapat sekaligus melihat dan memilih keputusan pembeliannya dalam menentukan pilihan produk jasa yang ditawarkan dengan estimasi yang berbeda dan harga yang berbeda.

Produk merupakan titik dari semua kegiatan penjualan perusahaan karena produk merupakan hasil dari kegiatan perusahaan yang akan ditawarkan ke pasar untuk di konsumsi. Suatu produk harus memiliki keunggulan dari produk lain baik dari segi kualitas, desain, bentuk, pelayanan, ukuran, garansi, dan rasa tujuan ini agar dapat menarik minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut. Sama seperti di perusahaan jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat yang kini memiliki 6 produk dimana masing masing memiliki estimasi dan harga yang berbeda. Salah satu keunggulan dari setiap produk tersebut yaitu adanya asuransi untuk perlindungan resiko dalam penggunaan jasa pengiriman, semenjak tahun 2019 asuransi yang dipakai oleh PT. Citra Van Titipan Kilat sendiri berasal dari asuransi Adira yang kini bertujuan untuk menanggung segala resiko dalam pengiriman barang.

Melihat dari segi penjualan yang merupakan pokok penting dalam sebuah kegiatan marketing perusahaan. Kegiatan penjualan ini salah satu aktifitas terpenting dalam suatu usaha yang dimana terdapat penjual mengajak orang untuk

membeli produk dan jasa. Dalam kegiatan penjualan yang mampu mempengaruhi adanya kemudahan dalam pelayanan, semisalkan banyak konsumen yang masih belum mengerti cara untuk *Tracking* resi pengiriman sehingga banyak dikeluhkan oleh konsumen terjadinya keterlambatan dari setiap pengiriman. Sehingga dalam pelacakan resi tersendiri konsumen perlu menghubungi *customer service* dan mendatangi gerai langsung sehingga konsumen baru mengetahui barangnya tersebut.

Kemajuan teknologi telah mempengaruhi banyak hal dalam kehidupan masyarakat modern saat ini, dengan perkembangan teknologi informasi masyarakat dengan mudah dapat akses informasi mengenai hal-hal spesifik dalam kehidupan keseharian mereka. Termasuk dalam hal ini melacak progress status pengiriman barang melalui jasa pengiriman barang yang ada saat ini. Sehingga akses internet dengan *browser* menggunakan koneksi data yang terhubung secara global mendukung masyarakat untuk mengakses informasi yang cepat dan mudah menggunakan perangkat *computer* seperti laptop, tablet maupun *smartphone*, sehingga lewat teknologi aplikasi ini memudahkan pelanggan dalam mengetahui keberadaan, status, kemajuan/progress dari barang yang dikirim tersebut. Sebagai konsumen yang memiliki pengaruh dan kesadaran, perilaku lingkungan dimana manusia dapat melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Perilaku konsumen merupakan sebuah fenomena yang unik untuk dipelajari dan diamati, Sebagai perusahaan jasa pengiriman PT Citra Van Titipan Kilat juga harus mengetahui adanya perilaku konsumen dengan memperhatikan suatu produk yang diberikan dengan kualitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini dapat

dirasakan oleh konsumen PT Citra Van Titipan Kilat yang kini semakin memilih dari produk yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari produk dengan harga ongkos kirim yang rendah hingga produk dengan harga ongkos kirim tertinggi

Dalam penjualan perlu juga memperhatikan situasi atau kondisi, hal ini diutamakan agar penjualan dapat diketahui kapan target pasaran akan naik dan akan turun. Sama halnya yang terjadi pada PT Citra Van Titipan Kilat sering mengalami perbelanjaan konsumen di jasa pengiriman tersebut, maka dalam kenaikan perbelanjaan atau pemilihan jasa pengiriman terdapat pada kondisi tertentu seperti edisi spesial ramadhan, hari belanja online nasional (HARBOLNAS), dan promo belanja lainnya. Oleh karena itu dalam penjualan juga berdampak terhadap situasi agar penjual dapat mengetahui kapan produknya dapat dipasarkan. Sama dalam halnya situasi dapat dimanfaatkan oleh berbagai situs belanja online, Dilansir dari *ecommerceiq.asia* angka belanja kebutuhan rumah tangga berada pada kisaran Rp1 M - Rp5 M. Hal ini terbiasa oleh masyarakat Indonesia dengan adanya berbelanja langsung ke tempat penjualan dan membeli langsung tanpa harus menunggu datangnya produk yang akan dibeli. (Fimela:2018)

Dalam penerapan penetapan harga sebuah perusahaan harus juga dapat menyesuaikan dengan kualitas dari produk yang di pasarkan, sehingga dengan adanya penetapan harga konsumen juga dapat menentukan pembeliannya dengan kesesuaian kualitas produk dengan harga yang dipasarkan. Sama yang dirasakan oleh PT Citra Van Titipan Kilat banyak konsumen yang mengirimkan barangnya

ke wilayah JABODETABEK dengan menggunakan produk reguler dengan ongkos kirim hanya Rp 9.000, hal ini telah dirasakan oleh konsumen tersebut dengan pemilihan produk Reguler karena kualitas sama dengan Produk Over Night Services dengan estimasi sampai 1 hari. Sejumlah perusahaan penyedia jasa pengiriman barang atau kurir telah menaikkan tarif pengiriman. Keputusan itu menuai respons beragam dari masyarakat. Menanggapi itu, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres, Pos, dan Logistik Indonesia (Asperindo) Mohamad Feriadi mengatakan, kebijakan menaikkan tarif pengiriman ini memiliki dasar yang jelas. Karena saat ini tarif surat muatan udara (SMU) pada maskapai juga mengalami kenaikan.

Namun juga banyak perbandingan harga dari beberapa merek jasa pengiriman, hal ini bisa dirasakan oleh beberapa konsumen yang sering menggunakan jasa pengiriman untuk kegiatan usaha mau pun kegiatan pribadinya sendiri. Perihal harga konsumen banyak juga yang mengetahui estimasi dari setiap harga yang berbeda-beda, dengan demikian banyak juga konsumen memilih produk dengan harga yang rendah dan juga ada konsumen yang memilih produk dengan harga tinggi. Artinya konsumen sudah memiliki asumsi dalam perihal memilih produk belanjanya, seperti konsumen yang memiliki asumsi estimasi esok sampai namun menggunakan produk dengan biaya rendah dan ada juga pula asumsi konsumen menggunakan produk harga tinggi yang pastinya esok sampai. Berikut merupakan tabel perbandingan dari beberapa merek jasa pengiriman:

(TABEL I)

**TABEL PERBANDINGAN BIAYA ONGKOS KIRIM SE-JAKARTA
ESTIMASI 1 HARI SAMPAI**

Merek	Estimasi	Harga
TIKI	1 Hari Sampai	Rp 18.000
JNE	1 Hari Sampai	Rp 18.000
POS INDONESIA	1 Hari Sampai	Rp 18.500

Sumber:Data Diolah Penulis 2019

(TABEL I.I)

**TABEL PERBANDINGAN BIAYA ONGKOS KIRIM SE-JAKARTA
ESTIMASI 2-3 HARI SAMPAI**

Merek	Estimasi	Harga
TIKI	2-3 Hari Sampai	Rp 9.000
JNE	2-3 Hari Sampai	Rp 9.000
POS INDONESIA	2-3 Hari Sampai	Rp 7.500

Sumber:Data Diolah Penulis 2019

Terlihat dari dua tabel diatas bahwa beberapa dari merek jasa pengiriman memiliki harga yang sama dan estimasi sampai yang sama. Namun konsumen juga memiliki daya belanja yang berbeda-beda sehingga konsumen juga memiliki keputusan pembelian belanjanya sendiri.

Keputusan pembelian merupakan element penting dalam suatu pemilihan suatu produk yang akan dibeli. Dalam mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, keputusan pembelian sendiri melibatkan konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Sama yang

dirasakan oleh konsumen yang sering mengirim paket atau dokumen nya ke PT Citra Van Titipan Kilat yang banyak mengirimkan paket atau dokumen nya ke wilayah jakarta dan cenderung memilih produk REG dengan biaya ongkos kirim seharga Rp 9.000 ketimbang dengan harga ONS dengan ongkos kirim Rp 18.000. Hal ini dikarenakan biaya ongkos kirim REG memiliki estimasi sampai sama dengan produk ONS yang dikatakan harga 2 kali lipat dengan harga ongkos kirim REG.

Namun dalam hal ini terlihat bahwa konsumen juga banyak yang tidak menjadikan permasalahan dalam pembeliannya terhadap kebijakan penetapan harga yang diputuskan oleh PT Citra Van Titipan Kilat. Karna terlihat juga konsumen memilih produk dengan estimasi 1 hari sampai dengan harga yang dominan lebih tinggi.

(TABEL I.III)

**TABEL LAPORAN PEMBAYARAN KASIR
GERAI TIKI TEBET BARAT
20-AGUSTUS 2019**

PRODUK	JUMLAH	PENDAPATAN	KOMISI	SETORAN
ONS	102	Rp 8.248.000	Rp 1.732.080	Rp 6.515.920
REG	139	Rp 10.427.000	Rp 2.189.670	Rp 8.237.330
ECO	1	Rp 128.000	Rp 26.880	Rp 100.120
TOTAL	242	Rp 18.803.000	Rp 2.218.282	Rp 14.853.370

SUMBER: CASH.TIKIKU.ID

Demikian dilihat dari pendapat yang diperoleh oleh gerai TIKI tersebut dapat di simpulkan peminatan pemilihan produk oleh konsumen lebih banyak memilih produk REG yang harga ongkos kirimnya lebih murah dari produk ONS.

Penelitian yang dilakukan oleh Arista Milka Nasrul (2014) menunjukkan hasil bahwa pengaruh perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil yang berbeda ditemukan oleh Fadhil Mochammed Rafiz, Zainul Arifin, Kadarisman Hidayat (2016) hasil menunjukkan bahwa perilaku konsumen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Mardon Nafali, Djurwati Soepono (2016) menunjukkan hasil bahwa perilaku konsumen tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hasil penelitian yang berbeda ditemukan oleh Moech Nasir (2009) menunjukkan hasil bahwa pengaruh perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan tersebut “PT Citra Van Titipan Kilat memerlukan beberapa masukan strategi agar berkembangnya operasional bisnis yang dijalankan. Maka penulis menyusun karya tulis ini yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN, PENETAPAN HARGA DAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PENGIRIMAN PT CITRA VAN TITIPAN KILAT.”** Diharapkan karya tulis ini dapat membantu menawarkan solusi dengan memberikan arahan yang dapat membantu pencapaian visi dan misi perusahaan.

1.2 PERMASALAHAN

Dari beberapa permasalahan yang ada dapat disimpulkan bahwa adanya pemilihan produk dari beberapa faktor perilaku konsumen dengan penyesuaian harga dari setiap produk.

1.2.1 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan permasalahan diatas, maka rumusan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya sosialisasi konsumen terhadap pelacakan resi kiriman.
2. Banyaknya pemilihan produk Reguler tujuan JABODETABEK.
3. Tingginya harga produk SDS sehingga konsumen jarang meminati produk tersebut.
4. Kurangnya peminatan konsumen terhadap produk ONS dengan tujuan pengiriman ke luar kota.

1.2.2 PEMBATASAN MASALAH

Untuk memusatkan penelitian, penulis membatasi masalah agar bisa lebih jelas masalah yang dikaitkan dan tidak menyimpang terlalu jauh, batasan-batasan masalah sebagai berikut:

1. Sumber yang akan diteliti keputusan pembelian.
2. Keterkaitan keputusan pembelian terhadap jasa pengiriman.
3. Pengaruh perilaku konsumen dan penetapan harga.

1.2.3 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah yaitu “Apakah Pengaruh Perilaku Konsumen Dan

Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Jasa Pengiriman PT Citra Van Titipan Kilat?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah dan pertanyaan penelitian diatas maka tujuan yang ingin dicapai penulis untuk melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk meneliti seberapa pengaruh perilaku konsumen terhadap jasa pengiriman.
2. untuk meneliti adanya dampak faktor keputusan pembelian.
3. mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasil memberikan manfaat bagi:

1. Akademik

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik tentang pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Perusahaan

Memberikan informasi yang dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mempertimbangkan dalam memberikan keputusan pembelian kepada konsumen. Sehingga untuk masa yang akan datang konsumen dapat memilih keinginannya dalam pembelian belanjanya

3. Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menambah dan mengembangkan wawasan peneliti khususnya mengenai pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dalam Aris Ananda 2011. *Manajemen Ekuitas Merek : Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta
- Aditya, Krisna 2016. *Persepsi Konsumen Pada Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Kualitas Layanan Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Arista Milka Nasrul 2014. *Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa (Studi Pada Ajb Bumiputera 1912 Syariah Cabang Cibubur)*.
- Ali, Hasan . 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Asep Saepul Hamdi dan E. Baharuddin. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Buchari Alma, (2011), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Balawera, Asrianto. (2013). *Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado*. Universitas Sam Ratulangi Manado, jurnal, Vol.1 No.4
- Baruna Hadi Brata , Shilvana Husani , Hapzi Ali 2017 *The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta*
- Basu, swastha. 2001. *Manajemen Penjualan*, cetakan kelima. BFSE : Yogyakarta.
- Duncan, Tom, 2005, *Principle Of Advertising and IMC, International Edition*, Edisi Kedua, McGrawHill, New York.
- Endah Winarti, 2015. *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap konsumen Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina Di Dealer Pusat PT Nissan Motor Indonesia*.
- Fadhil Mochammed Rafiz, Zainul Fikri, Kadarisma Hidayat, 2016. *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu*.
- Freddy Rangkuti. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis & Investasi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ghozali Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Giuliana Isabella, Alexandre Ierulo Pozzani, Vinicios Anlee Chen, Murillo Buissa Perfi Gomes 2012 *Influence of discount price announcements on consumer's behavior*
- Han-Jen Niu 2013. *Cyber Peers Influence For adolescent In Decision Making Styles And Online Purchasing Behavior.*
- J. Paul Peter Jerry C Olson, (2013): *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 1*
- Kotler, Philip & Gary Amstrong (2011). *Principle of Marketing, 10th Edition/International Edition.* New Jersey; Prentice Hall
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua,* Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip (2000). *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo.*
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management, 15th Edition* New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kris H. Timotius. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian,* ANDI, Yogyakarta
- Lily Suhaily, Syarief Darmoyo 2017 *Effect of product quality, perceived price and brand image on purchase decision mediated by customer trust (study on japanese brand electronic product)*
- Machfoedz, Mahmud. (2010), “*Komunikasi Pemasaran Modern*”, Cetakan Pertama, Cakra Ilmu, Yogyakarta.
- Machfoedz, M. 2013. *Pengantar Pemasaran Modern.* Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta.
- Mardon Nafali, Djurwati Soepono 2016. *Analisis Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merek Indomie.*
- Moenir,H.AS, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia,* Bumi Aksara. Jakarta 2011
- Moech Nasir 2009. *Studi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Aqua Di Kota Surakarta.*
- Monika Kukar-Kinney, Nancy M.Ridgway, Kent B Monroe 2012. *The Role Of Price In The Behavior And Purchase Of Compulsive Buyers.*
- Mowen J C dan Minor, (1998), *Perilaku Konsumen,* Erlangga, Jakarta

- Punaji Setyosari.2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta:Kencana Prenadamedia Group.
- Richard L. Ott, David M. Andrus 2000 *The Effect of Personal Property Taxes on Consumer Vehicle-Purchasing Decisions*.
- Sahar Karimi k, Nadia Papamichail, Christoper P. Holland 2015. *Based On An Extensive Video Analysis, We Have Captured Four process-related dimensions (number of cycles, duration, number of alternatives and number of criteria) using a business process modelling approach*.
- Sangadji, E. M., & Sopiha, 2013. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Shih Yung Chou ,Sergio Picazo Vela &John M. Pearson 2013 *The Effect of Online Review Configurations, Prices, and Personality on Online Purchase Decisions A S*
- Singih Santoso, 2015 *Menguasai Statistik Multivariat Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*.
- Sriwardiningsih Enggal, Lydia Angelia, Lisa Aulia 2006. *Pengaruh Perilaku Pembelian Mahasiswa Terhadap Keputusan Pembelian Computer Notebook Di Lingkungan Mahasiswa Bina Nusantara Intenational*.
- Stephen L. Shapiro, Brendan Dwyer, Joris Drayer 2016 *Examining the Role of Price Fairness in Sport Consumer Ticket Purchase Decisions*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suryani & Hendryadi. 2015.*Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sutanto. (1986). *Pengideraan Jauh Jilid I*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung*.
- Swarjana, I Ketut. (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tata Sutabri. 2014. *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi

Tjahjono Djatmiko, Rezza Pradana 2016 *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*

Tjiptono, Fandy. (2012). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima (Edisi II)*. Yogyakarta:Andi Offset.

Yossi Aviv, Mike Mingcheng, Wei Fuqiang Zhang 2019 *Responsive Pricing of Fashion Products: The Effects of Demand Learning and Strategic Consumer Behavior*

