

Ahmad Nur Wakhid

S1 Manajemen STIE Putra Bangsa Kebumen

Email: ahmad.nwakhid@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keberagaman produk, citra perusahaan dan harga terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non-probability* sampling dengan teknik sampling yaitu *insidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Analisis statistik yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas), uji hipotesis, uji simultan, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan, sedangkan citra perusahaan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan. Kemudian keberagaman produk, citra perusahaan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan.

Kata Kunci: Keberagaman Produk, Citra Perusahaan, Harga, dan Keputusan Pembelian.

Abstract

This study aims to determine how much influence the diversity of products, corporate image and prices on customer decisions on consumers of SiCepat, Kebumen Regency. The population in this study were all consumers of SiCepat, Kebumen Regency. Sampling in this study using non-probability sampling with a sampling technique, namely incidental sampling with a sample size of 100 respondents. The results of this study concluded that product diversity, company image, and prices have a significant influence on customer decisions on consumers of SiCepat, Kebumen Regency. The statistical analysis used includes validity, reliability, classic assumption tests (multicolonierity test, heteroscedasticity test, normality test), hypothesis testing, simultaneous testing, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that product diversity does not significantly influence customer decisions, while company image and price have a significant effect on customer decisions. Then product diversity, company image and prices simultaneously influence customer decisions.

Keywords: Product Diversity, Company Image, Price, and Purchase Decisions.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perubahan globalisasi dan kondisi masyarakat sekarang, seringkali kita menemukan beberapa permasalahan yang menyebabkan sebuah perusahaan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan, seperti ketidak mampuannya dalam bersaing, lamban beradaptasi dengan kemajuan teknologi saat ini, faktor eksternal lainnya, dan kondisi tertentu yang menyebabkan menurunnya minat pembeli.

Kondisi tertentu saat ini dialami seluruh negara awal tahun 2020 ini, dunia mendapatkan musibah adanya virus *COVID-19*, yang sampai dengan sekarang terutama Indonesia belum juga terlepas dari wabah internasional ini. Sampai tanggal 13 September 2020, di Indonesia mencapai 218.382 kasus positif. Sebagai tanggapan terhadap pandemi tersebut, beberapa wilayah telah memberlakukan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Kondisi ini menjadi sangat berpengaruh terhadap aktivitas masyarakat, yaitu dengan diberlakukannya *Social Distancing* dan *Physical Distancing* membuat perubahan dalam kehidupan masyarakat seperti perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif dan perubahan cara pandang masyarakat terhadap jasa pengiriman barang.

Dimasa pandemi ini permintaan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat dan beberapa perusahaan ekspedisi mengalami dampak yang cukup signifikan.

Salah satu jasa pengirim yang ada di Kabupaten Kebumen adalah SiCepat yang beralamat di Jl. Nasional III RT 001/ RW 004, Kedung Tawon, Kuwarisan, Kec. Kutowinangun. SiCepat berdiri sejak tahun 2004 dimana perusahaan pengiriman barang ini menyatakan bahwa barang kiriman akan sampai hanya dalam 15 Jam untuk wilayah Jabodetabek dan Bandung serta pengiriman 1 hari sampai untuk kota besar seluruh wilayah Indonesia. SiCepat berbeda dengan jasa ekspedisi lainnya, karena lebih fokus pada bisnis *e-commerce*. Walaupun pangsa pasar SiCepat masih kalah dibandingkan dengan kompetitor lain seperti TIKI, JNE, J&T dan lain sebagainya, namun adanya covid 19 ini memberikan dampak yang positif yaitu dengan meningkatnya jumlah permintaan akan jasa pengiriman barang. Perusahaan yang mendapatkan penghargaan Top CSR of The Year 2020 ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di tahun 2020 dengan kenaikan rata-rata jumlah shipment di atas 650 ribu paket setiap harinya dan jumlah seller mencapai 1.345.386 yang tersebar di *e-commerce* dan social

commerce. Selain itu, kinerja SiCepat ditahun 2020 juga meningkat 110% dengan MoM Growth empat kali lipat di setiap bulannya.

Di tengah pandemi covid-19, SiCepat juga telah mengantongi pendapatan sekitar Rp 1,15 triliun, kenaikan volume pengiriman barang jelang lebaran kira-kira 41%. Kemudian untuk jasa ekspedisi lain seperti J&T Ekspres juga mengalami kenaikan. Namun hal yang berbeda telah dialami oleh jasa ekspedisi lainnya seperti JNE, setelah adanya covid 19 justru mengalami penurunan proses pengiriman barang sebesar 10% dari hari biasanya yang mampu mencapai 1 juta lebih pengiriman barang. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan Pos Indonesia yang mengalami penurunan jasa aktivitas kurir pengiriman barang sebesar 15%, dimana hal ini juga berdampak pada menurunnya pendapatan perusahaan.

Keputusan penggunaan sebuah jasa tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor, oleh karena itu untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang SiCepat, peneliti kemudian melakukan mini riset. Berikut hasil dari mini riset:

Tabel I-1
Hasil mini riset

NO	Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	Responden yang memilih	Prosentase
1	Harga	11	36,67%
2	Citra Perusahaan	7	23,33%
3	Keberagaman Produk	7	23,33%
4	Faktor Lainnya	5	16,67%
JUMLAH		30	100%

Sumber: Hasil wawancara pada konsumen SiCepat 2020

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa Harga sangat mendominasi penentuan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan SiCepat lebih terjangkau dibandingkan harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Berikut tabel tarif paket reguler empat jasa ekspedisi di Indonesia:

Tabel I-2

Perbandingan Harga Tahun 2019

Jasa Ekspedisi	Paket Reguler	Estimasi
JNE	Rp 11.000	1-2 Hari
Tiki	Rp 9.000	< 7 Hari
RPX Holding	Rp 14.500	2-4 Hari
Si Cepat	Rp 11.000	1-2 Hari

Sumber : (<https://kreditgogo.com>)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa tarif harga paket SiCepat sangat terjangkau. Harga yang terjangkau inilah yang menjadi salah satu keunggulan tersendiri bagi SiCepat dalam hal menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan keputusan penggunaan jasa.

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.

4. Untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.

KAJIAN PUSTAKA
Keputusan Pembelian

Menurut Assauri (2006:141), keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya. Dalam perusahaan jasa, keputusan pembelian diartikan sebagai keputusan penggunaan jasa. Banyak hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa pengirim barang. Misalnya ketepatan waktu pengirim, produk-produk pilihan, keamanan, harga, kualitas, kenyamanan, lokasi dan lain sebagainya.

Keberagaman Produk

Kelengkapan produk adalah salah satu alasan konsumen melakukan keputusan pembelian karena kelengkapan produk yang dijual membuat konsumen merasa puas dalam memilih produk apa yang akan dibeli. Kotler (2007:15) mendefinisikan keanekaragaman produk adalah kumpulan dari seluruh produk dan barang yang memiliki keragaman untuk dijual kepada pembeli. Semakin bervariasi produk yang dijual, maka akan memberikan banyak pilihan produk yang sesuai kebutuhan konsumen.

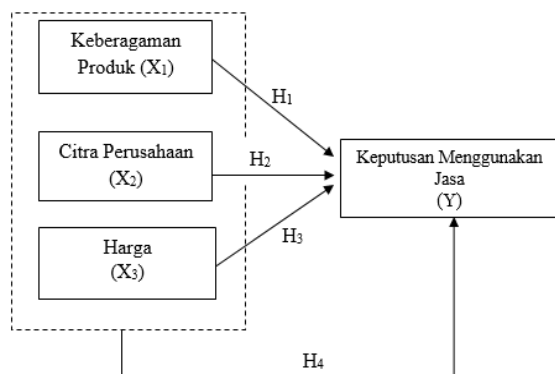
Citra Perusahaan

Dalam menarik konsumen dalam hal ini penyedia jasa harus sanggup menjual kesan yang baik bagi konsumen. Salah satunya yaitu Citra perusahaan dianggap sebagai penilaian keseluruhan perusahaan dalam pikiran orang-orang (Aydin & Ozer, 2005). Citra perusahaan adalah gambar ide, pikiran dan tayangan dari posisi dan menunjukkan bahwa citra perusahaan adalah persepsi perusahaan. Citra perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dibentuk dalam memori konsumen.

Harga

Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa. Menurut Alma (2006:169), harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Penetapan harga suatu barang merupakan salah satu keputusan yang sangat penting karena harga yang ditetapkan harus dapat menutupi semua ongkos atau bahkan lebih dari itu, yakni untuk mendapatkan laba. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, maka akan menyebabkan konsumen berpindah ke produsen lain yang harga produknya lebih murah.

MODEL EMPIRIS



Hipotesis

- H₁ : Keberagaman produk berpengaruh terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.
- H₂ : Citra Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.
- H₃ : Harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.
- H₄ : Keberagaman produk, citra perusahaan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen, dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *insidental sampling*, yaitu dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dimana sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen toko SiCepat Kabupaten Kebumen. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan 4 kategori likert. Teknik analisis data yang digunakan adalah kuantitatif dengan program SPSS 23 *for windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil Uji Validitas

Tabel 1. Hasil pengujian validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel (df= n- k)
Keberagaman Produk (X1)	KBP 1	0,766	0,1966
	KBP 2	0,774	0,1966
	KBP 3	0,769	0,1966
	KBP 4	0,728	0,1966
Citra Perusahaan (X2)	CP 1	0,516	0,1966
	CP 2	0,673	0,1966
	CP 3	0,757	0,1966

	CP 4	0,643	0,1966
	CP 5	0,381	0,1966
	CP 6	0,459	0,1966
	CP 7	0,344	0,1966
	CP 8	0,624	0,1966
Harga (X3)	HG 1	0,722	0,1966
	HG 2	0,726	0,1966
	HG 3	0,704	0,1966
	HG 4	0,858	0,1966
Keputusan Pembelian (Y)	KP 1	0,550	0,1966
	KP 2	0,749	0,1966
	KP 3	0,718	0,1966
	KP 4	0,741	0,1966

Berdasarkan tabel 1 semua variabel mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga semua butir pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan valid, yang artinya butir-butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil pengujian reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Status
Keberagaman Produk	0,755	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Citra Perusahaan	0,682	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Harga	0,745	$\alpha > 0,60$	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,744	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2 di atas juga menunjukkan bahwa variabel independen maupun variabel dependen memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari r kritis yaitu 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,608	2,100		2,671	,009
Keberagaman Produk	,042	,115	,036	,368	,714
Citra Perusahaan	,175	,085	,215	2,049	,043
Harga	,431	,133	,353	3,250	,002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Tingkat signifikansi untuk variabel Keberagaman Produk (X1) sebesar 0,714 > 0,05 dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 0,368 < 1,985 t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Tingkat signifikansi untuk variabel Citra Perusahaan (X2) sebesar 0,043 < 0,05 dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar 2,049 > 1,985 t_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Tingkat signifikansi untuk variabel Harga (X3) sebesar $0,002 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka t_{hitung} sebesar $3,250 > 1,985 t_{tabel}$, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	127,488	3	42,496	11,863	,000 ^b
1 Residual	343,902	96	3,582		
Total	471,390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Keberagaman Produk, Citra Perusahaan

Berdasarkan table di atas, diperoleh f hitung sebesar 11,863 dan lebih besar dari f tabel yaitu ($t=1,986$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari ($\alpha=0,05$) yang berarti bahwa hipotesis diterima. Hal ini bermakna bahwa variable keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan SiCepat Kabupaten Kebumen.

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,520 ^a	,270	,248	1,89270

a. Predictors: (Constant), Harga, Keberagaman Produk, Citra Perusahaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien determinasi Adjusted yang diperoleh sebesar 0,248 atau 24,8% . hal ini berarti bahwa variable keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variable keputusan pelanggan SiCepat di Kabupaten Kebumen sebesar 24,8% dan sisanya 75,2% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pelanggan

Hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk terhadap keputusan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $0,368 < 1,985 t_{tabel}$ dan signifikansi sebesar $0,714 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menjelaskan bahwa

keanekaragaman produk yang ditawarkan oleh perusahaan jasa SiCepat tidak mampu mendorong konsumen untuk memutuskan menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farli Liwe tahun 2013 dengan judul “Keasadaran Merek, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Pengaruhnya terhadap Pembelian Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Chicken Manado”, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa keanekaragaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pelanggan

Hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap keputusan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,049 > 1,985 t_{tabel}$ dan signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Berdasarkan jawaban responden bahwa SiCepat memiliki citra dengan kategori baik sebagai perusahaan ekspedisi, dengan adanya persepsi yang baik mengenai nama perusahaan mendorong konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejala dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudha Widyantoro Prabowo, Apriatni, dan Bulan Prabawani tahun 2014, dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Studi pada Kantor Pos Johar Kota Semarang)”, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pelanggan

Hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $3,250 > 1,985 t_{tabel}$ dan signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan perusahaan mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pengambilan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejala dengan penelitian yang dilakukan oleh Reimond Yohanes Monintja, Silvy Mandey, dan Agus Supandi Soegoto tahun 2015 dengan judul “Analisis Merek, Promosi dan Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian di Galael Swalayan Manado”, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Keberagaman Produk, Citra Perusahaan, dan Harga terhadap Keputusan Pelanggan.

Hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga terhadap keputusan pelanggan. Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 11,863 dan lebih besar dari f tabel yaitu ($t=1,986$) dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari ($\alpha=0,05$) yang berarti bahwa H_4 diterima.

Simpulan

Berdasarkan analisis data yang terkumpul dari kuesioner mengenai pengaruh keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga terhadap keputusan pelanggan SiCepat Kabupaten Kebumen maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberagaman produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Hal ini berarti bahwa keberagaman produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tidak dapat mendorong keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.
2. Citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan bagi pelanggan untuk memutuskan menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan.
3. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. Keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pelanggan pada konsumen SiCepat Kabupaten Kebumen.

Keterbatasan

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai keterbatasan, oleh karena itu keterbatasan ini perlu diperhatikan untuk peneliti-peneliti selanjutnya. Keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kabupaten Kebumen, apabila penelitian ini di wilayah yang berbeda kemungkinan hasil dalam penelitian berbeda.
2. Penelitian ini terbatas pada keberagaman produk, citra perusahaan, dan harga. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain pada penelitian yang serupa seperti variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, kepercayaan agar dapat memperkaya kajian penelitian yang serupa, serta agar pembaca dapat mengetahui variabel lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa SiCepat Kabupaten Kebumen.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi pada kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan jasa ekspedisi SiCepat Kabupaten Kebumen untuk:

1. Perusahaan SiCepat perlu mempertahankan citra perusahaan dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan sosial yang berdampak positif bagi perusahaan. Selain itu perusahaan juga dapat memanfaatkan konten marketing untuk menyampaikan nilai pesan-pesan untuk menghidupkan citra perusahaan, seperti membuat video singkat untuk memberikan pesan kepada masyarakat betapa pentingnya menjaga kesehatan dimasa pandemi COVID 19.
2. Perusahaan SiCepat dapat meningkatkan citra perusahaan dengan cara merangkul pelanggan setia melalui media elektronik, misalnya dengan membuat website yang berisi ulasan-ulasan dari pelanggan. Semakin banyaknya ulasan positif tentang perusahaan maka semakin mudah mengubah pandangan masyarakat tentang perusahaan.
3. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa ekspedisi SiCepat Kabupaten Kebumen, oleh karena itu perlunya strategi penetapan harga yang tepat sesuai dengan harapan konsumen. Dalam hal ini perusahaan harus mampu membaca siapa saja pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman tersebut, sehingga akan mudah dan tepat dalam menentukan tarif pengiriman barang.
4. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk membantu meningkatkan pemahaman bagi perusahaan, khususnya bagi manajemen pemasaran tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan sebuah jasa, khususnya pada jasa ekspedisi SiCepat di Kabupaten Kebumen.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan di atas, maka hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi implikasi teoritis sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keberagaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan, sedangkan citra perusahaan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa SiCepat. Diharapkan model dalam penelitian ini dapat menambah literatur riset pemasaran.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel penelitian, sehingga data yang dikumpulkan lebih banyak dan memberikan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. 2017. "Pengaruh Suasana Toko dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toserba Maya Di Kec. Randublatung Kab. Blora)". Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN). Blora.

Anwar, Erpiawan 2015. "Analisis Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Toko Lily Jaya Pekanbaru)". Jurnal Manajemen. Pekanbaru.

Tyas, R. R. (2015). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Keuangan Syariah Di Bmt Bina Usaha Karang Jati (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).

Fahmi, H. 2015. Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Jemur Adventure Park). Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen : STIE Putra Bangsa Kebumen.

Foster, B. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung : Alfabeta.

Gies Aprisia, Riri Mayliza. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan (Corporate Image) Dan Penanganan Keluhan (Complaint Handling) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Loyalty) Natasha Skin Care di Kota Padang.

Haryanto, E. (2013). "Kualitas layanan, fasilitas dan harga pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor samsat Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

Liwe, F. (2013). "Kesadaran Merek, Keragaman Produk, Dan Kualitas Produk Pengaruhnya Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen Membeli Di Kentucky Fried Chicken Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).

Monintja, Silvy Mandey dan Agus Supandi Soegoto 2015. "Analisis Merek, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Gelael Swalayan Manado)". *Jurnal EMBA*. Manado : Universitas Sam Ratulangi Manado.

Prabowo, Y. W., Prihatini, A. E., & Prabawani, B. (2015). "Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Paket PT. Pos Indonesia (Studi pada Kantor Pos Johar Kota Semarang)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 394-399.

Sarwono, Jonathan. 2007. *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI.

Rojikin, C. 2016. Analisis Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas (Studi Kasus Pada Pelanggan Bintang Sport Center (BSC) Di Gombong). Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Kebumen : STIE Putra Bangsa Kebumen.

Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Grup.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.