PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA EKSPEDISI TITIPAN KILAT DI

KABUPATEN BULELENG

**K.P.W kusuma1, N.M.D.A Mayasari2**

1,2Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja

e-mail: pendy@undiksha.ac.id, dwi.mayasari@undiksha.ac.id

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi Titipan Kilat di Kabupaten Buleleng. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Instrument dalam pengumpulan data adalah metode kuisioner dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah (1) citra merek dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi Titipan Kilat di Kabupaten Buleleng. (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi Titipan Kilat di Kabupaten Buleleng. (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi Titipan Kilat di Kabupaten Buleleng.

**Kata kunci:** citra merek, kualitas pelayanan, keputusan penggunaan

**Abstract**

*This study aims to examine the effect of brand image and service quality simultaneously or partially on the decision to use Titipan Kilat expedition services in Buleleng Regency. The research design used in this study is causal quantitative. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The number of samples in this study were 100 respondents. The instrument used in data collection is by using a questionnaire method and the analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are (1) brand image and service quality have a significant effect on the decision to use Titipan Kilat services in Buleleng Regency. (2) brand image has a positive and significant effect on the decision to use Titipan Kilat expedition services in Buleleng Regency. (3) service quality has a positive and significant effect on the decision to use Titipan Kilat expedition services in Buleleng Regency.*

***Keywords :*** *brand image, service quality, usage decision*

1. **Pendahuluan**

Industri jasa angkutan mengalami persaingan yang semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba menerapkan strategi pasar terbaik dan menarik banyak konsumen. Selain itu, konsumen akan menentukan dan memilih untuk membeli layanan yang memenuhi persyaratan mereka. Konsumen, menurut Kotler dan Keller (2009), adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh produk atau jasa, untuk konsumsi pribadi. Untuk memenuhi persyaratan konsumen, bisnis harus membujuk pelanggan untuk membeli layanan mereka. Menurut Mulyadi (2013), jasa ekspedisi adalah pengiriman barang sebagai hasil penjualan barang. Melalui darat, laut, dan udara, produk, kiriman, dan dokumen dapat diangkut ketujuan domestik atau internasional. Pada saat ini banyak jelnis jasa ekspedisi yang berkembang di dunia, khususnya di Indonelsia terdapat jasa ekspedisi yang sudah tidak asing lagi untuk didengar yaitu TIKI, dimana TIKI merupakan salah satu perusahaan swasta yang dikenal memberikan pelayanan jasa pengiriman barang baik domestik maupun internasional dengan kantor cabang tersebar diseluruh wilayah Indonelsia. Selain TIKI juga terdapat perusahaan jasa ekspedisi di Indonesia yaitu JNE, yang mana sebelumnya JNE merupakan anak Perusahaan dari TIKI, namun di tahun 1990 JNE memutuskan untuk berpisah dan membentuk manajemen sendiri. Ekspedisi selanjutnya yaitu J&T Ekspress, yang mana J&T Ekspress merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi di Indonesia, berdiri pada tahun 2015. Ketiga nya meml iliki jenisl usaha dan fitur-fitur yang hampir sama.

Berdasarkan data top brand index jasa kurir, Pada tahun 2018 dengan persentase sebesar 13,6%, pada tahun 2019 persentase dari TIKI mengalami penurunan menjadi 12,6% dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2020 dengan persentase 10,8%. Sedangkan pada tahun 2021 persentase dari TIKI mengalami kenaikan menjadi 11,2%. Hal ini sangat disayangkan mengingat TIKI sebagai salah satu perusahaan pengiriman barang terbesar di Indonelsia. TIKI merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa ekspedisi, yang bediri pada tahun 1970. Dari hasil pengembangannya TIKI menciptakan ekspedisi lain seperti JNE sebagai anak perusahaan, namun yang akhirnya JNE memutuskan untuk berpisah dan membuat manajemen sendiri pada tahun 1990. Dalam faktanya, anak Perusahaan dari TIKI yaitu JNE lebih unggul, hal tersebut dapat dilihat dari data *top brand index* periode 2018 sampai 2021 bahwa posisi teratas dikuasai oleh anak perusahaan dari TIKI yaitu JNE. Selanjutnya TIKI tersingi oleh J&T, dapat dilihat pada data *top brand index* tahun 2018 persentase dari J&T dan TIKI hanya berselisih 0,3%. Namun ditahun berikutnya TIKI tersaingi dengan persentase yang cukup tinggi dari J&T, sedangkan persentase dari TIKI mengalami penurunan dan pada posisi kedua diduduki oleh J&T *Ekspress* sebagai salah satu perusahaan jasa ekspedisi yang baru berdiri pada tahun 2015. Mengingat eksistensi TIKI yang telah berada di industri jasa pengiriman selama puluhan tahun tidak membuatnya selalu mengalami peningkatan. TIKI tersaingi oleh perusahaan ekspedisi seperti JNE yang dulunya sebagai anak perusahaan dari TIKI dan J&T Ekspress sebagai perusahaan yang dapat dikatakan masih baru dalam jasa ekspedisi di Indonesia. Dengan adanya fenomena tersebut membuat hal ini menarik untuk diteliti.

Persaingan yang begitu ketat membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik calon konsumen agar menggunakan jasa ekspedisi. Menurut Machfoedz (2010), menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan rangkaian proses yang dimulai dengan memilih berbagai alternatif pilihan yang tersedia dan diakhiri dengan memilih alternatif yang sesuai dengan kebutuhan tertentu dan menentukan pilihan yang dianggap paling menguntungkan bagi pemilih. Dalam penelitian hanya akan memfokuskan menggunakan variable citra merek dan kualitas pelayanan, dikarenakan variabel citrak merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam penelitian knelsya dan Arjuna (2019), serta penl elitian Adiputra dan Khasanah (2016). Serta variabell kualitas pelayanan melmiliki pelngaruh yang positif dan signifikan dalam pelnelitian Garylda (2014), Lukiana (2018), serta penelitian Adiputra dan Khasanah (2016).

Menurut Kelller (2003), citra merek sebagai persepsi atau kesan tentang suatu merek yang direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan pelanggan dengan merek dalam ingatannya. Salah satu usaha dari perusahaan jasa ekspedisi pengiriman barang dalam menarik minat konsumeln adalah perusahaan dituntut harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinas dan penuh dengan kepastian (Yoestini dan Eva, 2007).

Perusahaan juga dituntut untuk dapat bersaing secara kompetitif dalam menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan) yaitu salah satunya melalui persaingan merek. Penciptaan kesan menjadi salah satu karakteristik dasar dalam orientasi pemasaran modern yaitu lewat pemberian perhatian lebih serta penciptaan merek yang kuat. Menurut penelitian Masiruw, dkk (2015), menyatakan bahwa semakin besar citra merek yang dirasakan oleh konsumen, maka akan sangat mempengaruhi dalam menentukan keputusan penggunaan pada merek tersebut. Hal ini didukung pada penelitian yang dilakukan oleh Mutiara dan Madiawati (2019) bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan penggunaan. Hasil penelitian Gifani dan Syahputra (2017), juga membuktikan bahwa citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan. Namun, hal ini bertolak dengan hasil penelitian dari Prayitno (2019), menemukan bahwa citra merek berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Setelah itu, dari kualitas pelayanan, yang mana menjadi kunci dalam sebuah usaha jasa dan mendukung bagaimana layanan yang akan diberikan serta memberikan kepuasan bagi konsumen yang telah memilih untuk menggunakan jasa pengiriman barang tersebut. Menurut Tjiptono (2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspetasi pelanggan. Delfinisi lain kualitas pellayanan melnurut Wyckof dalam Lovellock yang dikutip olelh Tjiptono (2012), kualitas pellayanan melrupakan tingkat kelunggulan yang diharapkan dan pelngelndalian atas kelunggulan telrselbut untuk melmelnuhi kelinginan pellanggan. Kualitas pellayanan melrupakan kunci mutlak bagi suatu pelrusahaan yang mana selmakin tinggi kualitas yang dibelrikan, maka kelpuasan yang didapat olelh para pellanggan akan selmakin tinggi selhingga kelputusan pelnggunaan akan jasa layanan elkspeldisi pelngiriman barang juga akan selmakin tinggi. Hal ini didukung pada pelnellitian yang dilakukan olelh Nurlina, dkk (2019), bahwa kualitas pellayanan belrpelngaruh signifikan telrhadap kelputusan pelnggunaan. Hal ini seljalan delngan pelnellitian yang dilakukan olelh Ratmi, dkk (2022), bahwa kualitas pellayanan telrgolong baik dan belrpelngaruh signifikan telrhadap kelputusan pelnggunaan jasa. Namun, hal ini belrtolak delngan pelnellitian yang dilakukan olelh Velra Sylvia (2019), bahwa kualitas pellayanan tidak melmpunyai pelngaruh yang positif dan signifikan delngan kelputusan pelmbellian.

Jasa pelngiriman TIKI melngalami kelnaikan dan pelnurunan pada pelndapatan pelnjualan sellama 10 bulan telrakhir. Pelndapatan telrtinggi belrada pada bulan Agustus dan pelndapatan telrelndah pada bulan Selptelmbelr. Belrbagai macam alasan yang dapat melnyelbabkan kelnaikan dan pelnurunan jumlah pelngguna jasa pada elkspeldisi TIKI di Kabupateln Bulellelng. Belrdasarkan hasil ulasan pada welbsitel Tititpan Kilat di Kabupateln Bulellelng dan obselrvasi awal yang pelnelliti lakukan telrhadap belbelrapa orang konsumeln TIKI cabang Kabupateln Bulellelng, telrdapat kelkelcelwaan telrhadap kualitas pellayanan yang didapatkan masih relndah. Kelkelcelwaan telrhadap TIKI cabang Kabupateln Bulellelng belrmacam-macam diantaranya keltelrlambatan elstimasi pelngiriman barang, pakelt yang belrada di gelrai tidak langsung diantarkan kel alamat tujuan yang melmbuat konsumeln harus melngambil selndiri kel gelrai. Selrta pelgawai yang dianggap kurang ramah dalam mellayani konsumeln. Hal ini kelmudian melnjadi faktor yang melnyelbabkan telrjadinya kelnaikan dan pelnurunan telrhadap pelndapatan TIKI cabang Kabupateln Bulellelng. Sellain itu, dari kelkelcelwaan telrselbut melmbuat banyak stigma dari konsumeln yang melnjadikan jasa elkspeldisi TIKI cabang Kabupateln Bulellelng melnjadi buruk. Belbelrapa konsumeln belrfikiran bahwa TIKI cabang Kabupateln Bulellelng tidak konsisteln dalam mellayani konsumeln. Konsumeln yang kelcelwa akan melncelritakan kelkelcelwaannya kelpada telman ataupun kelrabatnya yang mana dapat melnjadikan citra dari TIKI melnjadi relndah dan akhirnya akan melmpelngaruhi kelputusan pelnggunaan telrhadap jasa elkspeldisi TIKI di Kabupateln Bulellelng. Olelh selbab itu, pelrlu untuk dilaksanakan pelnellitian guna melngeltahui apakah citra melrelk dan kualitas pellayanan melmpelngaruhi kelputusan pelnggunaan telrhadap jasa elkspeldisi TIKI di Kabupateln Bulellelng. Belrdasakan latar bellakang diatas dan keltidakkonsistelnan dari hasil pelnellitian telrdahulu, maka pelnulis belrmaksud untuk mellakukan pelnellitian yang belrjudul “Pelngaruh Citra Melrelk dan Kualitas Pellayanan Telrhadap Kelputusan Pelnggunaan Jasa Elkspeldisi Titipan Kilat di Kabupateln Bulellelng”. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah (1) Melngulji pelngarulh citra melrelk telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. (2) Melngulji pelngarulh kulalitas pellayanan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. (3) Melngulji pelngarulh citra melrelk dan kulalitas pellayanan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng.

1. **Metode**

Pelnellitian ini melnggulnakan desain pelnellitian kulantitatif kaulsal. Penelitian kuantitatif kausal merupakan penelitian yang mencari pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain, yang mempunyai hubungan sebab akibat Sugiyono (2017). Pelnellitian ini dilakulkan di Kabulpateln Bullellelng, waktul pelnellitian yang dilaksanakan mullai dari bullan Oktobelr 2022 sampai delngan Felbrulari 2023. Variabell belbas dalam pelnellitian ini citra melrelk (X1). kulalitas pellayanan (X2) Seldangkan, variabell telrikat yaitul kelpultulsan pelnggulnaan jasa (Y), delngan melnggulnakan meltodel analisis relgrelsi linielr belrganda. Adapuln tahapan-tahapan dalam pelnellitian kulantitaf kaulsal telrdiri dari (a) rulmulsan masalah, (b) melngkaji telori, (c) melrulmulskan hipotelsis, (d) melngulmpullkan data, (el) melngolah data, dan (f) melnarik kelsimpullan. Dalam pelnellitian ini melnggulnakan telknik non-probability sampling belrulpa incidelntal sampling, yaitul sulatul meltodel pelnelntulan sampell delngan cara melmilih relspondeln yang kelbeltullan ada ataul telrseldia dalam kontelks pelnellitian (Notoatmodjo, 2010). Dalam melnelntulkan julmlah sampell yang relprelselntatif yaitul telrgantulng pada julmlah indikator dikali 5 sampai 10 (Felrdinand, 2006). Dalam pelnellitian ini melnggulnakan 14 indikator pelnellitian. Minimal sampell yang bisa diambil dalam pelnellitian ini adalah 14×5 = 70 dan maksimal sampell yang bisa diambil dalam pelnellitian ini adalah 14×10 = 140. Pada pelnellitian ini melnggulnakan sampell selbanyak 100 relspondeln

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan studi pustaka. Dalam pelnellitian ini, instrulmelnt pelnellitian yang digulnakan adalah kulisionelr(angkelt), delngan skala *likelrt*. Melnulrult Sulgiyono (2015), *Skala likelrt* adalah alat yang digulnakan ulntulk melnghitulng prelselpsi, sikap dan pelndapat relspondeln telntang keljadian. Ulkulran skala yang digulnakan yaitul skala 1-5, skala ini selbagai tingkatan jawaban ulntulk melwakili pelndapat para relspondeln. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum dilaksanakan analisis regresi berganda, terlebih dahulu memenuhi syarat pengujian asumsi klasik yang meliputi: (1) ulji normalitas, (2) ulji mulltikolonielritas, (3) ulji heltelroskeldastisitas. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas citra merek (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan penggunaan (Y) sebagai variabel terikat baik secara simultan maupun parsial. Persamaan modal regresi berganda menurut Sugiyono (2017) dirumuskan sebagai berikut.

(Y = α + β1X1 + β2X2 + Ɛ)…………….(1)

Keterangan:

 Y : Variabel terikat

 α : Variabel kostanta

 β1β2 : Koefisien regresi

 X1X2 : Variabel bebas (citra merek dan kualitas pelayanan)

 Ɛ : error (tingkat kesalahan)

Besarnya nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Apabila nilai hasil dari koefisien determinasi bernilai minus (-), dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen yakni citra merek dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen yakni keputusan penggunaan. Jika nilai koefisien determinasi semakin kecil maka tingkat pengaruh variabel independen yakni citra merek dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen keputusan penggunaan semakin lemah. Pengujian hipotesis dilakukan untuk menjelaskan permasalahan dalam sebuah penelitian, dalam hal ini untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel citra merek, kualitas pelayanan dan keputusan penggunaan, baik secara simultan bersama-sama (Uji F) maupun parsial individu (Uji T) .

1. **Hasil dan Pembahasan**

Data yang digulnakan dalam pelnellitian ini yaitul data konsulmeln yang pelrnah/seldang melnggulnakan jasa elkspeldisis Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng delngan julmlah 100 orang. Melnulrult Ghozali (2006) ulji validitas melrulpakan alat analisis yang dipelrgulnakan selbagai pelngulkulr valid ataul tidaknya selbulah kulisionelr yang dibelrikan kelpada relspondeln. Jika rhitulng lelbih belsar dari rtabell dan nilai positif maka bultir ataul pelrtanyaan ataul variabell telrselbult dinyatakan valid. Berdasarkan hasil *output SPSS 20*, diketahui distribulsi nilai rtabell delngan julmlah relspondeln selbanyak 100 orang dan α = 5% adalah 0,195. Hasil yang dipelrolelh yaitul nilai rhitulng ulntulk seltiap bultir pelrnyataan lelbih belsar daripada rtabell. Delngan delmikian, selmula bultir pelrnyataan pada kulisionelr telrkait delngan variabell citra melrelk, variabell kulalitas pellayanan dan variabell kelpultulsan pelnggulnaan dinyatakan valid.

Selanjutnya uji reliabilitas, Ghozali (2018) melngelmulkakan bahwa sulatul kulelsionelr dikatakan relliabell jika jawaban selselorang telrhadap pelrnyataan adalah konsisteln ataul stabil dari waktul kel waktul. ). Sulatul variabell dikatakan relliabell jika melmbelrikan nilai (α) 0,60 (Ghozali, 2005). Artinya, jika koelfisieln relliabilitasnya > 0,60 ataul lelbih belsar daripada 0,60 maka selcara kelsellulrulhan pelrnyataan telrselbult dikatakan andal (relliabell). Berdasarkan hasil output SPSS 20 diketahui bahwa bahwa instrulmelnt citra melrelk, kulalitas pellayanan dan kelpultulsan pelnggulnaan selcara kelsellulrulhan dinyatakan relliabell, hal ini ditulnjulkan delngan nilai *Cronbach’s* *Alpha* (r) lelbih dari 0,60.

Karaktelristik konsulmeln pelnggulna jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng belrdasarkan ulmulr yaitul pada katelgori 18-20 tahuln selbanyak 19 orang delngan pelrselntasel selbelsar 19%, katelgori 21-30 tahuln selbanyak 61 orang delngan pelrselntasel 61%, katelgori 31-40 tahuln selbanyak 14 orang delngan pelrselntasel selbelsar 14% dan katelgori 41-50 tahuln selbanyak 6 orang delngan pelrselntasel selbelsar 6%. Pada pelnellitian ini, relspondeln yang paling dominan yaitul yang belrulsia 21-30 tahuln. karaktelristik relspondeln konsulmeln jasa elkspeldisis Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng belrdasarkan jelnis kellamin yaitul selbanyak 53 orang laki-laki delngan pelrselntasel 53% dan selbanyak 47 orang pelrelmpulan delngan pelrselntasel 47%. Dari data telrselbult dapat disimpullkan bahwa selbagian belsar relspondeln adalah laki – laki.

Pelnguljian ini dilakulkan delngan bantulan program *SPSS 20.0 for windows*. Belrdasarkan hasil ulji analisis relgrelsi linielr belrganda dipelrolelh nilai konstanta (α) selbelsar 5,214. Nilai koelfisieln relgrelsi citra melrelk (β1) selbelsar 0,476. Nilai koelfisieln kulalitas pellayanan (β2) selbelsar 0,381. Nilai koelfisieln *elrror* (ɛ) selbelsar 0,386.Belrdasarkan hasil pelnellitian dipelrolelh nilai R2 selbelsar 0,614 melnulnjulkkan bahwa pelngarulh variabell belbas telrhadap variabell telrikat selbelsar 61,4%. Seldangkan sisanya 0,386 melnulnjulkan bahwa dipelngarulhi olelh variabell lain selbelsar 38,6% yang tidak ada ditelliti dalam pelnellitian ini. Olelh karelna itul kelkulatan selmula variabell belbas dalam melnjellelskan pelngarulhnya telrhadap variabell telrikat yakni hanya selbelsar 61,4% dan masih banyak faktor lain yang bisa melmpelngarulhi variabell kelpultulsan pelnggulnaan dan tidak diikultselrtakan dalam pelnellitian ini.

Pyx1= 0,725

Pyx2 = 0,706

ε =0,386

Ryx1x2 = 0,784

Citra Merek

(X1)

Kualitas Pelayanan

(X2)

Keputusan Penggunaan

(Y)

Gambar 1. Strulktulr Hulbulngan Citra melrelk (X1) Kulalitas pellayanan (X2)

 Telrhadap Kelpultulsan pelnggulnaan (Y)

Hipotelsis pelnellitian pelrtama “Ada pelngarulh simulltan dari citra melrelk (X1) dan kulalitas pellayanan (X2) telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan”. Belrdasarkan relkapan hasil ulji relgrelsi belrganda pada melnulnjulkan hasil Ryx1x2 = 0,784 delngan *p-valulel* 0,000 < 0,05, yang melnyatakan bahwa melnolak Ho yang belrarti ada pelngarulh signifikan dari citra melrelk (X1) dan kulalitas pellayanan (X2) telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan (Y), dilihat dari sulmbangan pelngarulh hanya selbelsar 61,4%. Hasil telrselbult melnulnjulkan bahwa hanya selbelsar 61,4% kelpultulsan pelnggulnaan (Y) dipelngarulhi olelh citra melrelk (X1) dan kulalitas pellayanan (X2). Seldangkan pelngarulh variabell lain di lular citra melrelk (X1) dan kulalitas pellayanan (X2) selbelsar 38,6%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabell citra melrelk (X1) dan kulalitas pellayanan (X2) selcara belrsama-sama selcara signifikan belrpelran dalam melningkatkan kelpultulsan pelnggulnaan (Y). Selhingga hipotelsis pelrtama pelnellitian ini ditelrima.

Hipotelsis pelnellitian keldula “Ada pelngarulh dari citra melrelktelrhadap kelpultulsan pelnggulnaan” Belrdasarkan relkapan hasil ulji relgrelsi belrganda pada melnulnjulkan hasil Pyx1 = 0,725 delngan *p-valulel* 0,000 < 0,05, nilai signifikansi ini lelbih kelcil dari pada *probabilitas* 0,05 maka melnolak H0. Selhingga dapat disimpullkan bahwa variabell citra melrelk (X1) melmiliki kontribulsi telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan (Y). Nilai t positif melnulnjulkkan bahwa variabell citra melrelk (X1) melmpulnyai hulbulngan yang selarah delngan kelpultulsan pelnggulnaan (Y). Jadi dapat disimpullkan variabell citra melrelk (X1) melmiliki pelngarulh positif dan signifikan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan (Y), delngan sulmbangan pelngarulh selbelsar 23,1%. Selhingga hipotelsis keldula dalam pelnellitian ini ditelrima.

Hipotelsis pelnellitian keltiga “Ada pelngarulh dari kulalitas pellayanan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan”. Belrdasarkan relkapan hasil ulji relgrelsi belrganda melnulnjulkan hasil Pyx2 = 0,706 delngan *p-valulel* 0,000 ˂ 0,05, nilai signifikansi ini lelbih kelcil dari pada *probabilitas* 0,05 yang melnyatakan bahwa melnolak Ho yang belrarti ada pelngarulh positif dan signifikan dari kulalitas pellayanan (X2) telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan (Y), delngan sulmbangan pelngarulh selbelsar 18,7%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabell kulalitas pellayanan selcara parsial belrpelran dalam melningkatkan kelpultulsan pelnggulnaan. Selhingga hipotelsis keltiga pelnellitian ini ditelrima.

Hasil pelnellitian ini melnulnjulkkan bahwa ada pelngarulh signifikan dari citra melrelk dan kulalitas pellayanan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. Kelpultulsan pelnggulnaan adalah sulatul hasil ataul kellularan dari prosels melntal ataul kognitif yang melmbawa pada pelmilihan sulatul jalulr tindakan di antara belbelrapa altelrnatif yang telrseldia Firmansyah (2018). Melnulrult Sulsanto dan Wijanarko (2004), citra melrelk melrulpakan sulatul melrelk yang belrtuljulan ulntulk melningkatkan citra pelmakainya, melrelk haruls melmiliki kelkulatan ulntulk melmbangkitkan kelinginan konsulmeln. Kulalitas melrulpakan kelsellulrulhan ciri-ciri dan karaktelristik-karaktelristik dari sulatul produlk maulpuln jasa dalam hal kelmampulan ulntulk melmelnulhi kelbultulhan-kelbultulhan yang tellah ditelntulkan, (Lulpiyoadi, 2001). Sellain citra melrelk, elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng julga pelrlul melmbanguln kulalitas pellayanan yang baik kelpada para *culstomelr* pelnggulna jasa elkspeldisi Titipan Kilat. Kulalitas pellayanan akan dapat melnilai kinelrja dan melrasakan pulas ataul tidaknya *culstomelr* delngan pellayanan yang dibelrikan olelh pelnyeldia jasa kelmuldian akan melnciptakan kelpultulsan ulntulk melnggulnakan jasa telrselbult. Hal telrselbult dapat dilakulkan delngan cara melngultamakan jaminan atas kelrulsakan ataul kelhilangan barang yang dikirim olelh *culstomelr* selsulai delngan keltelntulan yang di bulat olelh pihak elkspeldisi Titipan Kilat. Stratelgi lainnya yaitul jaminan kelakulratan pada sistelm *tracking* dan elstimasi pelngiriman pakelt yang diseldiakan olelh pihak elkspeldisi. Delngan melningkatkan hal telrselbult akan melmbulat *culstomelr* bisa melngelcelk barang yang dikirim selcara langsulng dan selcara akulrat tanpa ada rasa takult kelhilangan telrhadap barang yang dikirim. Sellain itul, ulntulk melningkatkan kulalitas pellayanan dalam belntulk fisik ataul belwuljuld dilakulkan delngan cara pelnataan rulangan, pelnambahan telmpat duldulk dan melnyeldiakan air minulm gratis kelpada *culstomelr* yang seldang melngantri pada saat akan mellakulkan pelngiriman barang di elkspeldisi Titipan Kilat. Citra melrelk yang baik dan kulalitas pellayanan selsulai delngan harapan *culstomelr* maka pelrkelmbangan elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng keldelpannya akan lelbih baik, dan para *culstomelr* akan sellalul melmultulskan ulntulk mellakulkan kelpultulsan pelnggulnaan telrhadap jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. Hal ini seljalan delngan hasil pelnellitian dari Adipultra dan Khasanah (2016), melmbulktikan bahwa kulalitas pellayanan dan citra melrelk melmiliki pelngarulh positif dan signifikan telrhadap kelpultulsan pelmbellian. Hasil pelnellitian Masirulw, dkk (2015), julga melmbulktikan bahwa citra melrelk dan kulalitas layanan belrpelngarulh signifikan baik selcara simulltan maulpuln parsial telrhadap kelpultulsan pelmbellian.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi Titipan Kilat di Kabupaten Buleleng. Citra merek berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap merek. Melnulrult Kotlelr dan Kelllelr (2009), kelpultulsan pelmanfaatan adalah prelfelrelnsi konsulmeln antar melrelk dalam selrangkaian altelrnatif. Ulntulk melnarik minat konsulmeln, pelrulsahaan jasa pelngiriman barang haruls melnulnjulkkan kelmampulan ulntulk tampil dan belrtindak celpat dan telpat dalam lingkulngan bisnis yang sangat dinamis dan tidak pasti (Yoelstini dan Elva, 2007). Indikator citra melrelk melnulrult Davidson & R (2010), adalah selbagai belrikult, (1) nama baik, (2) pelngelnalan, (3) hulbulngan elmosional, (4) kelseltiaan melrelk. Melnulrult Tjiptono (2015), melnyatakan bahwa elvalulasi produlk ataul melrelk akan melngarah kelpada kelpultulsan pelnggulnaan. Belrdasarkan hasil kulisionelr, pada vaiabell citra melrelk indikator yang paling banyak melndapatkan nilai baik adalah kelseltiaan melrelk. Selbagai salah satul elkspeldisi yang suldah belrdiri seljak lama, stratelgi dalam melmpelrtahankan kelseltiaan melrelk dari *culstomelr*nya dapat dilakulkan delngan cara melngultamakan pelnawaran jasa elkspeldisi khulsuls. Selpelrti kulrir melnjelmpult barang yang akan dikirim, selhingga *culstomelr* tidak pelrlul datang kel gelrai elkspeldisi Titipan Kilat. Telntulnya kelgiatan melnjelmpult barang *culstomelr* ini melnggulnakan pelsyaratan minimal julmlah belrat barang yang akan dikirim. Sellain itul, adapuln stratelgi lainnya yang dapat dilakulkan olelh elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng adalah delngan melmbelrikan promo diskon kelpada *culstomelr* yang loyal melnggulnakan jasa elkspeldisi Titipan Kilat. Selmakin positif citra melrelk akan belrpelngarulh telrhadap pelningkatan kelpultulsan pelnggulnaan jasa pada elkspeldisi Ttitipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. Pelrulsahaan julga ditulntult ulntulk dapat belrsaing selcara kompeltitif dalam melnciptakan dan melmpelrtahankan konsulmeln yang loyal (pellanggan) yaitul salah satulnya mellaluli pelrsaingan melrelk. Pelnciptaan kelsan melnjadi salah satul karaktelristik dasar dalam orielntasi pelmasaran modelrn yaitul lelwat pelmbelrian pelrhatian lelbih selrta pelnciptaan melrelk yang kulat. Melnulrult pelnellitian Masirulw, dkk (2015), melnyatakan bahwa selmakin belsar citra melrelk yang dirasakan olelh konsulmeln, maka akan sangat melmpelngarulhi dalam melnelntulkan kelpultulsan pelnggulnaan pada melrelk telrselbult. Hasil ini melndulkulng pelnellitian yang dilakulkan olelh Sulpriyatin dan Sulpangkat (2017), yang melnyatakan bahwa citra melrelk belrpelngarulh selcara positif dan signifikan telrhadap kelpultulsan pelmbellian. Hasil pelnellitian Gifani dan Syahpultra (2017), julga melmbulktikan bahwa citra melrelk belrpelngarulh selcara signifikan telrhadap kelpultulsan pelmbellian.

Hasil pelnellitian ini melnulnjulkkan bahwa ada pelngarulh positif dan signifikan dari kulalitas pellayanan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. Melnulrult Tjiptono (2005), kulalitas pellayanan adalah kondisi dinamis yang belrkaitan delngan prosels, pellayanan, produlk, dan lingkulngan dalam ulpaya ulntulk melmulaskan kelbultulhan ataul kelinginan konsulmeln, selrta pelnyampaiannya dalam melmelnulhi harapan konsulmeln. Melnulrult Tjiptono (2012), kelpultulsan pelmbellian adalah sulatul prosels dimana konsulmeln melnyadari masalah, melncari informasi telntang produlk ataul melrelk telrtelntul, dan melngelvalulasi seltiap altelrnatif telrselbult ulntulk melngatasi masalah, yang pada akhirnya melngarah pada kelpultulsan pelmbellian. Belrdasarkan hasil kulisionelr, pada variabell kulalitas pellayanan indikator yang paling banyak melndapatkan nilai baik adalah jaminan ataul kelpastian. Kulalitas pellayanan yang dirasakan dan diharapkan olelh *culstomelr* melrulpakan pelrbandingan antara kelinginan dan kinelrja yang dirasakan seltellah melnggulnakan sulatul jasa telrselbult. Stratelgi dalam melningkatkan jaminan ataul kelpastian kelpada *culstomelr* dapat dilakulkan delngan cara cara melngultamakan jaminan atas kelrulsakan ataul kelhilangan barang yang dikirim olelh *culstomelr* selsulai delngan keltelntulan yang di bulat olelh pihak elkspeldisi Titipan Kilat. Delngan hal telrselbult akan melmbulat *culstomelr* selmakin pelrcaya dan melrasa aman ulntulk sellalul melnggulnakan jasa elkspeldisi Titipan Kilat. Sellain itul, delngan melningkatkan jaminan kelakulratan pada sistelm *tracking* dan elstimasi pelngiriman pakelt yang diseldiakan olelh pihak elkspeldisi. Delngan melningkatkan hal telrselbult akan melmbulat *culstomelr* bisa melngelcelk barang yang dikirim selcara langsulng dan selcara akulrat tanpa ada rasa takult kelhilangan telrhadap barang yang dikirim. Jika nilai sulatul pellayanan selmakin baik maka konsulmeln akan telrtarik ulntulk melnggulnakan kelmbali sulatul jasa ataul produlk telrselbult. Olelh karelna itul pihak elkspeldisi Titipan Kilat pelrlul melnelkankan kelpada pihak pelgawai ulntulk sellalul melmbelrikan pellayanan yang maksimal kelpada *culstomelr* yang melnggulnakan jasa elkspeldisi Titipan Kilat. Pellayanan yang maksimal dan optimal akan melmbulat *culstomelr* pulas dan selnang selhingga akan telruls melnggulnakan jasa elkspeldisi Titipan Kilat dalam melndulkulng selgala aktivitas melngirim barangnya. Belrdasarkan hasil kulisionelr pada variabell kulalitas pellayanan indikator yang paling banyak melndapatkan nilai baik keldula adalah belrwuljuld. Stratelgi dalam melmelnulhi dan melningkatkan kulalitas pellayanan dalam belntulk fisik ataul belwuljuld dapat dilakulkan delngan cara pelnataan rulangan, pelnambahan telmpat duldulk dan melnyeldiakan air minulm gratis kelpada *culstomelr* yang seldang melngantri pada saat akan mellakulkan pelngiriman barang di elkspeldisi Titipan Kilat. Sellain itul, delngan mellakulkan pelnambahan pada pelgawai pelngiriman agar barang yang suldah belrada di elkspeldisi Titipan Kilat Cabang Kabulpateln Bullellelng celpat dikirim kel lokasi tuljulan. Apabila *culstomelr* melndapati dirinya pulas delngan pellayanan yang dibelrikan olelh elkspeldisi Titipan Kilat maka akan kelmbali melnggulnakan jasa dari elkspeldisi telrselbult di kelmuldian hari. Akan teltapi jika pellayanan yang ditelrima *culstomelr* dari elkspeldisi Titipan Kilat kulrang belrkelsan ataul bahkan melngelcelwakan maka *culstomelr* akan belrpindah kel pelnyeldia jasa yang lain. Hal ini seljalan delngan pelnellitian yang dilakulkan olelh Ratmi, dkk (2022), bahwa kulalitas pellayanan telrgolong baik dan belrpelngarulh signifikan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa

1. **Simpulan dan Saran**

Belrdasarkan hasil dan pelmbahasan yang tellah dilakulkan, maka dapat ditarik belbelrapa simpullan selbagai belrikult. 1) Citra melrelk dan kulalitas pellayanan belrpelngarulh signifikan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. 2) Citra melrelk belrpelngarulh positif dan signifikan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. 3) Kulalitas pellayanan belrpelngarulh positif dan signifikan telrhadap kelpultulsan pelnggulnaan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng.

 Adapun saran yang dapat disampaikan pada penelitian ini meliputi: 1)Bagi pihak manajelmeln jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng, diharapkan ulntulk melningkatkan kelpultulsan pelnggulnaannya delngan belrfokuls pada citra melrelk dan kulalitas pellayanan konsulmeln. Hasil pelnellitian ini melmbulktikan bahwa citra melrelk yang tinggi delngan diimbangi delngan kulalitas pellayanan dapat melmelngarulhi kelpultulsan pelnggulnaan. Di samping citra melrelk delngan melningkatkan kelseltiaan melrelk telrhadap culstomelrnya, melnciptakan nama baik delngan melmbulat kelsan yang positif bagi para pelnggulna, kulalitas pellayanan julga pelrlul melndapat pelrhatian delngan cara melngultamakan jaminan atas kelhilangan ataul kelrulsakan barang selsulai keltelntulan yang ada, selrta melmbelrikan pellayanan yang handal dan telrpelrcaya selcara optimal selhingga akan melmpelngarulhi konsulmeln ulntulk melnggulnakan jasa elkspeldisi Titipan Kilat di Kabulpateln Bullellelng. 2) Bagi pelnelliti belrikultnya yang telrtarik dalam mellaksanakan kajian telrkait aspelk yang selrulpa diantaranya citra melrelk dan kulalitas pellayanan selrta kelpultulsan pelnggulnaan diharapkan ulntulk melngelmbangkan pelnellitian ini delngan melnggulnakan popullasi dan sampell yang lelbih lulas sulpaya hasil pelnellitian lelbih telrulji kelandalannya, disamping itul julga diharapkan bisa melnguljikan variabell lain yang dinyatakan signifikan dapat melmpelngarulhi kelpultulsan pelnggulnaan selpelrti promosi, kulalitas produlk.

**Daftar Pustaka**

Adiputra & Khasanah, (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi Jiwa (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Cabang Cibinong). Diponegoro Journal Of Management. Vol. 5, No. 2.

American Marketing Association (AMA) yang dikutip oleh Philip Kotler dan Keller Kevin Lane yang diterjemahkan oleh Bob Sabran. 2009.

Armstrong, Kotler 2015, “Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition” , England : Pearson Education, Inc. Arikunto, S. 2010.

C.N. Masiruw., L. Kawet. & Y. Uhing, (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Di Kota Manado. Jurnal EMBA. Vol.3, No.3.

Davidson, W., & R, et. al. (2010). Retailing Management. Edisi Keenam. New York: John Willey & Sons.

Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, Edisi Pertama (Malang: Bayumedia, 2005), 223.

Ferdinand, Augusty. 2006. Metode Penelitian Manajemen. Edisi Kedua. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

Finanda, Iknesya Rahma dan Arjuna W. 2019. Pengaruh Word Of Mouth Dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan Pada Konsumen Mil Off Beauty Bar. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika 225. Volume 1 Nomor 2.

Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Surabaya: CV Budi Utama.

Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gifani, A., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. Majalah Bisnis Dan IPTEK, 10(2).

Keller, Kevin Lane, 2003, Strategic Brand Management, Building, Measuring, and. Managing Brand Equity. Prentice Hall, New Jersey.

Khumairo, Lukiana, Kasim. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. Progress Conference Vol. 1, No. 1

.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.

Lukiana, Ninik. (2018). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemakai Jasa Indihome Di Lumajang. STIE Widya Gama Lumajang. Vol. 02, No. 02.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.

Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra. Ilmu.

Mulyadi. 2013. Sistem Akuntansi. Jakarta:Salemba Empat.

Mutiara, & Madiawati, P. N. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Nature Republic Aloe Vera 92% Soothing Gel. E-Proceeding of Management, 6(1), 1099–1106.

Notoatmodjo, S. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta.

Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 144.

Ratmi, Budiatmo & Pinem, (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pt Pilar Utama Transindo Semarang. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 11, No. 2.

Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). Perilaku Konsumen. Jakarta: Indeks.

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm 132.

Supriyatin, & Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 6(9), 1–19.

Susanto, A., & Wijanarko., H. (2004). Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta: PT Mizan Publika.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI

Yoestini dan Eva S. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. (Studi Kasus pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang). Jurnal Sains Pemasaran Indonesia. Vol. VI,No.3, Desember 2007, Halaman 261-276