

ABSTRAK

Yuliana Deran Bali, Nim:2013410201(2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pengiriman Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Unit Waiwerang Flores Timur. Pembimbing I: Gabriel Tanusi, SE.,M.Si dan Pembimbing II: Lambertus Langga, SE.,M.Sc. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores, Ende.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan konsumen pada pengguna jasa Kantor Pos Unit Waiwerang Flores Timur dan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada pengguna jasa Kantor Pos Unit Waiwerang Flores Timur.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berarti data berupa angka dan sumber data berupa data primer dan data sekunder, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, observasi dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini seluruh pengguna jasa Kantor Pos Unit Waiwerang Flores Timur sampel dalam penelitian ini berjumlah 94 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji kualitas data dan teknik analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa besarnya pengaruh faktor kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen pada pengguna jasa Kantor Pos Unit Waiwerang Flores Timur sebesar 77,20% dan faktor yang paling dominan berpengaruh adalah kualitas pelayanan sebesar 5.400. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji hipotesis pertama diterima karena dari hasil ANOVA terlihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $28.751 > 2,71$ dan hipotesis kedua diterima karena dari hasil uji ANOVA terlihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $28.751 > 2,71$. Faktor kualitas pelayanan paling dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen pada pengguna jasa Kantor Pos Unit Waiwerang Flores Timur sebesar 5.400 sedangkan faktor harga mempunyai pengaruh sebesar 1.706 dan lokasi mempunyai pengaruh sebesar 4.675.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi, Keputusan Konsumen