

**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN SPACE KAPAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KEAGENAN
KAPAL KONTAINER PADA PT SAMUDERA AGENCIES
INDONESIA CABANG PALEMBANG**



Tesis Oleh:

Yudhy Afrianto

NIM. 01012682125016

Manajemen Pemasaran

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN SPACE KAPAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KEAGENAN
KAPAL KONTAINER PADA PT SAMUDERA AGENCIES
INDONESIA CABANG PALEMBANG**

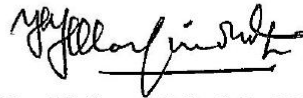
Di susun oleh :

Nama : Yudhy Afrianto
NIM : 01012682125016
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan Dosen Pembimbing

Tanggal : 20 – 06 – 2023 Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
NIP. 196703141993032001

Tanggal : 20 – 06 – 2023 Anggota



H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN SPACE KAPAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KEAGENAN
KAPAL KONTAINER PADA PT SAMUDERA AGENCIES
INDONESIA CABANG PALEMBANG**

Di susun oleh :

Nama : Yudhy Afrianto
NIM : 01012682125016
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 13 Juli 2023 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.



Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 15 Juli 2023

Ketua

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
NIP. 196703141993032001

Anggota

H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

Anggota

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M., Ak
NIP.197512252014041001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
NIP. 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yudhy Afrianto
NIM : 01012682125016
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul :
Pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan
pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies
Indonesia cabang Palembang

Pembimbing :

Ketua : Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
Anggota : H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D
Tanggal Ujian : 13 Juli 2023

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada kutipan hasil karya
orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan
saya tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan
gelar kesarjanaan.

Palembang, 13 Juli 2023

Pembuat Pernyataan



Yudhy Afrianto

NIM. 01012682125016

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Wahai orang-orang yang beriman !

Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan sholat.

Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar (QS Al Baqarah:153)

Sesungguhnya orang-orang yang berlaku adil berada di sisi Allah di atas

mimbar (panggung) yang terbuat dari cahaya, disebelah kanan

Ar-Rahman Azza wa Jalla-sedangkan kedua tangan Allah adalah kanan

semua, yaitu orang-orang yang berlaku adil dalam hukum, adil dalam

keluarga dan adil dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepada

mereka (HR. Muslim no:1212).

Tesis ini saya persembahkan untuk :

- **Ayahnda Budiyanto Sudirman bin Tjikman (yarhamuhallah) dan Ibunda Sriwahyu Ningsih serta Ayah mertua Anas Nasution bin Solehudin (yarhamuhallah) dan Ibu mertua Rohemmi Nasution**
- **Istri Marhamah Susanti Nasution serta anak-anak Fadhil Muhammad Raihan Basro, Muhammad Fikri Ikrimah, Aisyah Rizkia Azzahra dan Muhammad Fathur Arif.**
- **Kerabat Keluarga**

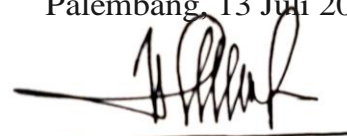
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Subhanahu wata'ala, atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian Tesis yang berjudul Pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang. Tesis ini guna memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat gelar Magister Manajemen Program Strata Dua (S2) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Tesis ini membahas mengenai bagaimana pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia Cabang Palembang. Harga dan Ketersediaan space kapal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer oleh Pelanggan. Atas kondisi tersebut disarankan kepada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang agar dilakukan review harga untuk bisa memberikan harga yang bisa lebih kompetitif serta review ketersediaan space kapal dengan mengganti dengan jenis kapal yang DWT nya lebih besar, kemampuan angkut kontainernya lebih banyak tetapi memiliki tipe kapal yang dapat beroperasi di perairan sungai dan laut, dimana kapalnya memiliki bagian lunas kapal yang dirancang untuk bisa berlayar didaerah perairan dangkal (*shallow water*). Diharapkan dari review yang dilakukan bisa memiliki daya Tarik yang lebih bagi konsumen existing dan calon konsumen nantinya untuk terus melakukan pembelian jasa keagenan kapal pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang.

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun di masa yang akan datang.

Palembang, 13 Juli 2023



Yudhy Afrianto

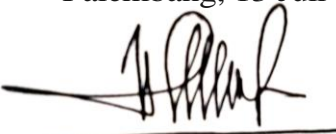
UCAPAN TERIMA KASIH

Selama penelitian dan penyusunan tesis ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. **Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing I sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dan Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini. Berkat bantuan Ibu, saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
2. **H. Muchsin Saggaf Shihab., M.B.A, Ph.D.** selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala bantuan Bapak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan tesis ini. Berkat bantuan Bapak, saya dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
3. **Dr. Ahmad Maulana., S.E., M.M., Ak.** selaku Dosen Penguji. Terima kasih banyak atas bantuan Bapak dalam proses ujian yang dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.
4. **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. **Prof. Dr. Ir. H. Anis Sagaff, MSCE., IPU., ASEAN, Eng.** Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
6. **Ricko Nosandry, S.E** selaku Komisaris PT Samudera Indonesia Cabang Palembang. Terima kasih banyak atas bantuan dan dukungan dari Bapak selama saya melakukan proses studi S2 di Magister Manajemen Universitas Sriwijaya.
7. **Iwan Roswa M Simangunsong., S.T., M.M** selaku Kepala Cabang PT Samudera Indonesia Cabang Palembang serta para pejabat dan rekan-rekan di PT Samudera Indonesia Cabang Palembang yang telah memberikan dukungan dan menyediakan data dalam proses penyusunan tesis ini.
8. **Bapak/ Ibu Dosen Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya**, terima kasih banyak atas segala waktu, ilmu dan pengetahuan bermanfaat yang telah diberikan selama masa perkuliahan untuk dapat menyelesaikan Pendidikan dengan baik.

9. **Ayah dan ibu Kandung serta ayah dan ibu Mertua**, terima kasih atas semua kasih sayang dan perhatian, yang senantiasa memberi dukungan dan do'a dalam penyelesaian Pendidikan selama ini.
10. **Marhamah Susanti Nasution, S.Pi., S.Pd.** terima kasih istriku yang selalu memberikan dukungan dan pikiran untuk dapat menyelesaikan perkuliahan dan tesis ini serta selalu siap untuk menjadi bagian dari rencana dalam hidupku. Terima kasih juga kepada keempat anak-anakku yang selalu memberikan tawa dan senyum sebagai motivasi dan dukungan untuk dapat menyelesaikan Pendidikan dengan baik.
11. **Seluruh teman-teman Magister Manajemen Angkatan 51**, terima kasih atas Kerjasama, semangat dan motivasinya dalam proses belajar-mengajar selama ini. Semoga Allah Subhanahu wata'ala senantiasa melimpahkan berkah dan Rahmat-Nya, membalas budi baik kalian dan memberkahi kita semua. Aamiin
12. **Seluruh staff Magister Manajemen Universitas Sriwijaya**, yang telah membantu selama masa perkuliahan baik dalam pengurusan dokumen maupun proses belajar-mengajar selama ini.

Palembang, 13 Juli 2023



Yudhy Afrianto

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN KETERSEDIAAN SPACE KAPAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KEAGENAN KAPAL KONTAINER PADA PT SAMUDERA AGENCIES INDONESIA CABANG PALEMBANG

Oleh :
Yudhy Afrianto

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian atau penggunaan jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang pada tahun 2022 sebanyak 74 perusahaan. Maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan beberapa kriteria pengambilan sampel. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga dan ketersediaan space kapal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang. Harga pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang dapat melakukan review harga agar bisa lebih kompetitif dan bisa lebih terjangkau oleh para konsumen dengan tetap mempertahankan kualitas layanan. Ketersediaan space kapal, PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang dapat melakukan review ketersediaan space kapal dengan mengganti dengan jenis kapal yang DWT nya lebih besar, kemampuan angkut kontainernya lebih banyak tetapi memiliki tipe kapal yang dapat beroperasi di perairan sungai dan laut, dimana kapalnya memiliki bagian *lunas* kapal yang dirancang untuk bisa berlayar di daerah perairan dangkal (*shallow water*). PT Samudera Agencies Indonesia harus menciptakan pelayanan terbaik bagi konsumen dan membuat kebijakan untuk meningkatkan keputusan pembelian oleh pelanggan.

Kata Kunci: Harga, Ketersediaan Space Kapal, Keputusan Pembelian

Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D.
NIP. 196703141993032001

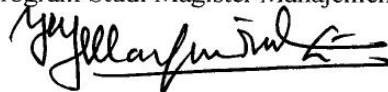
Anggota



H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
NIP. 196703141993032001

ABSTRACT

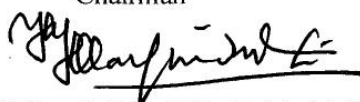
THE INFLUENCE OF PRICE AND SHIP SPACE AVAILABILITY ON THE PURCHASE DECISION OF AGENCY SERVICES CONTAINER SHIP AT PT SAMUDERA AGENCY INDONESIA PALEMBANG BRANCH

By :
Yudhy Afrianto

This study aims to determine the effect of price and availability of ship space on purchasing decisions for container ship agency services at PT Samudera Agencies Indonesia Palembang branch. The population in this study are all consumers who purchase or use container ship agency services at PT Samudera Agencies Indonesia Palembang branch in 2022 as many as 74 companies. So the sample in this study was 100 respondents with several sampling criteria. The results of the multiple linear analysis show that the price and availability of ship space have a positive and significant effect on the decision to purchase container ship agency services at PT Samudera Agencies Indonesia Palembang branch. Prices at the Palembang branch of PT Samudera Agencies Indonesia can review prices so they can be more competitive and more affordable for consumers while maintaining service quality. Availability of ship space, PT Samudera Agencies Indonesia Palembang branch can review the availability of ship space by replacing it with a type of ship that has a larger DWT, has more container transport capabilities but has a type of ship that can operate in river and sea waters, where the ship has a keel section ships designed to be able to sail in shallow water areas (shallow water). PT Samudera Agencies Indonesia must create the best service for consumers and make policies to increase purchasing decisions by customers.

Keywords: Price, Ship Space Availability, Purchasing Decision

Chairman



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D.
NIP. 196703141993032001

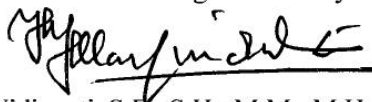
Member



H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A.,Ph.D
NIDN. 0417086002

Known by,

Coordinator of the Master of Management Study Program



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D
NIP. 196703141993032001


SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Tesis menyatakan bahwa abstrak tesis dari mahasiswa :

Nama : Yudhy Afrianto
NIM : 01012682125016
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang.

Telah kami periksa cara penulisan grammar maupun susunan tenses dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H, Ph.D.
NIP. 196703141993032001

Anggota



H. Muchsin Saggaf Shihab, M.B.A., Ph.D
NIDN. 0417086002

RIWAYAT HIDUP

Nama : Yudhy Afrianto
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 8 April 1978
Agama : Islam
Status : Menikah
Alamat Rumah : Griya Damai Asri, Jl. Sukabangun 1,
No.2905, Palembang.
Alamat email : yudhyafrianto@gmail.com
Riwayat Pendidikan
SD : SDN Karawaci V, Tangerang (1984 s.d 1990)
SMP : SMPN 1, Pagar Alam (1990 s.d 1993)
SMA : SMAN 1, Pagar Alam (1993 s.d 1996)
Universitas (S1) : Universitas Diponegoro (1996 s.d 2001)

Riwayat Pekerjaan :

1. Staff Operasional Divisi Hapag Lloyd (2001 s.d 2009)
2. Manager Operasional dan Marketing, PT Samudera Indonesia,
Pekanbaru (2009 s.d. 2013)
3. Manager Operasional PT Samudera Indonesia, Palembang (2013
s.d. sekarang).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH ...	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Praktis.....	14
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	14

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN

2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Keputusan Pembelian	15
2.1.1.1. Pengertian keputusan Pembelian	15
2.1.1.2. Dimensi Keputusan Pembelian	15
2.1.2. Harga	16

2.1.2.1. Pengertian Harga	16
2.1.2.2. Dimensi Harga	17
2.1.3. Ketersediaan Space Kapal	18
2.1.3.1. Pengertian Ketersediaan Space Kapal	18
2.1.3.2. Dimensi ketersediaan space kapal	22
2.2. Hubungan antara variabel dan pengembangan hipotesis	26
2.2.1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian	26
2.2.2. Pengaruh ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian	27
2.3. Penelitian terdahulu	28
2.4. Kerangka konseptual penelitian	45
2.5. Hipotesis penelitian.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan penelitian	49
3.2. Definisi operasional Variabel.....	49
3.3. Jenis dan Sumber Data	51
3.3.1. Jenis Data	51
3.3.2. Sumber Data	51
3.4. Populasi dan sampel penelitian	52
3.4.1. Populasi Penelitian	52
3.4.2. Sampel Penelitian	54
3.5. Metode pengumpulan data.....	55
3.6. Uji instrumen penelitian.....	56
3.6.1. Uji Validitas	57
3.6.2. Uji Reliabilitas	57
3.7. Analisis data penelitian.....	58
3.7.1. Metode transformasi data	58
3.7.2. Uji Asumsi klasik	59
3.7.2.1. Uji Normalitas	59
3.7.2.2. Uji Multikolinieritas	60
3.7.2.3. Uji Heterokedastisitas	60

3.7.3. Analisis regresi linier berganda.....	61
3.7.4. Koefisien korelasi (r) dan koefisien determinasi (R^2) ..	61
3.8. Uji Hipotesis	62
3.8.1. Uji kesesuaian Model (Uji F)	62
3.8.2. Uji Signifikansi parameter individual (Uji t)	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran profil responden penelitian	64
4.2. Gambaran umum objek penelitian	65
4.2.1. Profil PT Samudera Agencies Indonesia.....	65
4.2.2. Visi, Misi dan Nilai PT Samudera Agencies Indonesia	66
4.2.3. Jejak langkah PT Samudera Agencies Indonesia	67
4.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian	70
4.3.1. Hasil Uji Validitas	72
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	73
4.4. Tanggapan responden terhadap variabel penelitian	74
4.4.1. Tanggapan responden terhadap variabel harga (X1)...	75
4.4.2. Tanggapan responden terhadap variabel ketersediaan space kapal (X2)	76
4.4.3. Tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian (Y)	78
4.5. Hasil Uji asumsi klasik	80
4.5.1. Hasil Uji Normalitas	80
4.5.2. Hasil Uji multikolinieritas	82
4.5.3. Hasil Uji heterokedastisitas	83
4.6. Hasil analisis regresi linier berganda.....	83
4.7. Hasil uji koefisien korelasi (r) dan koefisien determinasi (R^2)..	85
4.8. Hasil uji hipotesis	87
4.8.1. Hasil uji Kesesuaian model (Uji F).....	87
4.8.2. Hasil uji Signifikansi parameter individual (Uji t).....	88

4.9. Pembahasan Hasil penelitian	89
4.9.1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal Kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang	89
4.9.2. Pengaruh ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal Kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang.....	91
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	94
5.3. Keterbatasan penelitian	97
5.4. Implikasi penelitian	97
5.4.1. Implikasi Teoritis.....	97
5.4.2. Implikasi Praktis.....	98
 DAFTAR PUSTAKA	 99
LAMPIRAN	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Perbandingan uang tambang (<i>Freight</i>) kapal kontainer dari beberapa perusahaan pelayaran yang memberikan layanan dari Palembang ke Singapore	7
Gambar 1.2. Ketersediaan space kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia Tahun 2022 (dalam TEU'S)	9
Gambar 2.1. Pandangan ke palka kontainer yang dibagi dalam sel palka yang akan mempermudah bongkar muat kontainer....	19
Gambar 2.2. Petikemas (kontainer)	19
Gambar 2.3. Aktivitas bongkar muat kontainer dari atas <i>chassis head Truck</i> ke kapal kontainer yang sedang sandar didermaga Pelabuhan kontainer	20
Gambar 2.4. Kerangka konseptual penelitian	47
Gambar 4.1. Grafik Histogram.....	80
Gambar 4.2. Normal probability plot	81
Gambar 4.3. Hasil uji heterokedastisitas	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Item layanan yang diberikan Perusahaan Pelayaran (<i>Carrier Services</i>)..	6
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian terdahulu.....	30
Tabel 3.1. Tabel definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 3.2. Data Perusahaan konsumen yang menggunakan jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang Tahun 2022.....	52
Tabel 3.3. Interpretasi koefisien korelasi (r).....	61
Tabel 4.1. Profil responden penelitian.....	64
Tabel 4.2. Daftar armada kapal per 1 Desember 2022.	70
Tabel 4.3. Hasil kuesioner dari 30 responden.....	71
Tabel 4.4. Hasil uji validitas.....	73
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.6. Tanggapan responden pada variabel harga (X1).....	75
Tabel 4.7. Tanggapan responden pada variabel ketersediaan space kapal (X2)...	77
Tabel 4.8. Tanggapan responden pada variabel keputusan pembelian (Y)... .	79
Tabel 4.9. Hasil uji normalitas.....	82
Tabel 4.10. Hasil uji multikolinieritas.....	82
Tabel 4.11. Hasil analisis regresi linier berganda.....	84
Tabel 4.12. Hasil uji koefisien korelasi (r).....	85
Tabel 4.13. Hasil uji koefisien determinasi (R^2).....	86
Tabel 4.14. Hasil uji kesesuaian model (Uji F).....	87
Tabel 4.15. Hasil Uji signifikansi parameter individual (Uji t).....	88
Tabel 4.16. Rangkuman Hasil Uji hipotesis.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian	104
Lampiran 2. Hasil Kuesioner dari 100 responden	109
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	114
Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas	118
Lampiran 5. Hasil Analisis regresi linier berganda	119
Lampiran 6. Hasil Uji Koefisien korelasi (r)	120
Lampiran 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	120
Lampiran 8. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	121
Lampiran 9. Hasil Uji Signifikansi parameter Individual (Uji t)	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini, dunia usaha dalam bidang ekonomi di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kesuksesan finansial sering bergantung pada keberhasilan kemampuan pemasaran. Finansial, operasional, akuntansi dan fungsi bisnis lainnya tidak akan berarti jika tidak ada cukup permintaan akan produk dan jasa sehingga menyebabkan perusahaan bisa menghasilkan keuntungan. Para CEO diseluruh dunia Ketika menyatakan prioritas bisnis mereka mengungkapkan bahwa pertumbuhan pendapatan yang stabil dan berkelanjutan serta loyalitas/ retensi pelanggan adalah dua hal yang penting dan keduanya bergantung pada pemasaran. Mereka juga mengetahui pentingnya pemasaran untuk membangun merek dan basis pelanggan yang loyal, yang merupakan aset tak berwujud yang membentuk persentase nilai yang besar dari sebuah perusahaan.

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2018) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Definisi singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya. Dengan kondisi

tersebut, perusahaan harus melakukan inovasi agar bisa menarik minat konsumen. Proses psikologis mempunyai peran yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Secara umum konsumen akan mengalami lima tahapan proses sebelum melakukan pengambilan keputusan pembelian; pemahaman masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif yang mungkin, pengambilan keputusan pembelian dan perilaku setelah melakukan pembelian walaupun kadang kala konsumen melewati beberapa tahap secara tidak sadar (Kotler & Keller, 2018). Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan menurut Lovelock (2011), keputusan pembelian merupakan hasil dari tahap prapembelian yang sebagian besar diambil berdasarkan ekspektasi kinerja dan persepsi resiko dari berbagai alternatif solusi. Banyak keputusan yang melibatkan pertukaran yang kompleks diantara beberapa atribut, biasanya termasuk juga dengan harga.

Pengiriman kargo melalui lintas laut merupakan moda yang sangat penting bagi Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar yang 2/3 daerahnya terdiri dari lautan. Selain itu struktur perekonomian di Indonesia masih terpusat di pulau Jawa. Perdagangan antar daerah dan antar pulau merupakan kunci logistik dalam roda perekonomian. Kenaikan biaya yang terjadi di pasar internasional terutama semenjak masa pandemi Covid-19, juga mendorong kenaikan biaya transportasi laut di dalam negeri Indonesia (<https://ifgprogress.id>, 2022).

Struktur *oligopolistic* dari industri maritim yang melakukan pengiriman kargo melalui laut baik domestik dan internasional berdampak terhadap struktur ekonomi berbiaya tinggi dan *inefisiensi*. Jika skenario terburuk terjadi dan peningkatan harga bersifat *persistent/sticky*, maka Indonesia akan mengalami *domestic supply chain bottleneck* yang bersifat lebih struktural. Menurut Martono (2015), filosofi dan konsep dasar *bottleneck* adalah titik dengan tingkat output terkecil didalam sistem sehingga menjadi penentu tingkat output seluruh sistem. Penanganannya harus melihat keseluruhan sistem, berorientasi pada tingkat output dan fokus pada *bottleneck*. Kondisi ini bisa muncul karena *bottleneck* input, proses dan output.

Rata-rata global freight rate mengalami kenaikan harga lebih dari tujuh kali lipat antara bulan Maret 2020 dan bulan Desember 2021 pada saat periode pandemi Covid-19. *Price transmission* dari mahalnya biaya logistik di tingkat global mulai berdampak di Indonesia, terutama sejak kuartal ke-4 tahun 2021. Beberapa faktor termasuk terpusatnya perdagangan di beberapa lokasi di Indonesia. Keseimbangan arus perdagangan “*outbond*” dan “*inbound*” serta struktur industri pengiriman melalui laut yang bersifat *oligopolistic* berdampak pada kenaikan struktur biaya yang relative permanen yang pada akhirnya akan berdampak terhadap laju inflasi dan kinerja ekonomi makro (<https://ifgprogress.id>, 2022).

Oligopoli adalah struktur pasar yang mana hanya ada beberapa perusahaan yang masing-masing relative besar untuk total industri (Baye & Prince, 2016). Dalam pasar *oligopolistik* ada sedikit perusahaan besar cenderung mendominasi pasar. Ketika satu perusahaan dalam pasar *oligopolistik* mengubah harga atau strategi pemasarannya, tidak hanya labanya tetapi laba perusahaan lain dalam industri juga terpengaruh. Fitur pembeda dari pasar *oligopolistik* adalah saling ketergantungan mutual antara perusahaan-perusahaan dalam industri (Baye & Prince, 2016).

PT Samudera Indonesia, Tbk merupakan perusahaan transportasi kargo dan logistik terpadu yang didirikan pada tahun 1964. Awal mula perusahaan dimulai dari tahun 1950-an dengan bisnis keagenan kapal yang dirintis oleh pendiri perusahaan, Bapak Soedarpo Sastrosotomo. Sejak tahun 1999, PT Samudera Indonesia, Tbk telah mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia. PT Samudera Indonesia, Tbk telah tumbuh dan memperluas bisnisnya dari agen pengiriman kapal laut dan menjadi transportasi kargo terpadu untuk melayani pelanggan domestik dan internasional. Bisnis PT Samudera Indonesia Tbk telah berkembang seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berkembangnya bisnis yang semakin maju dari waktu ke waktu harus diiringi dengan perkembangan sistem manajemen strategis pemasaran pada PT Samudera Indonesia, Palembang. Semakin berkembangnya kemajuan zaman di era Digital ini akan semakin besar juga tantangan yang harus dihadapi oleh Perusahaan.

Berdasarkan hasil survey kepuasan pelanggan yang dilakukan pada Mei 2020 oleh Drewry dan European Shipper's Council (ESC) terhadap 227 *shipper* (pengirim barang/ pemilik) (Martono, 2015). Perusahaan jasa layanan logistik (*forwarder*) yang bersedia untuk berpartisipasi dalam menilai layanan perusahaan pelayaran petikemas. Kepuasan terhadap ketersediaan ruang kargo (*availability of cargo space*) yang disediakan pada tahun 2019 mendapat peringkat lebih tinggi yaitu nilai 3,3 dan meningkat dari 3,2 pada tahun 2018 yang mana menduduki urutan kepuasan nomor empat dari 16 layanan operator pelayaran petikemas. Sedangkan ketersediaan ruang kargo (*availability of cargo space*) dan harga di nilai oleh pemilik barang (*shippers*) dan perusahaan jasa layanan logistik (*forwarder*) sebagai kriteria terpenting dengan urutan pertama dan kedua dari 16 layanan yang diberikan oleh operator pelayaran petikemas (<https://safety4sea.com>, 2020).

Berdasarkan hasil survey pelanggan yang dilakukan oleh lembaga internasional (Drewry dan European Shipper's Council/ESC) dan hasilnya diterbitkan secara terbuka untuk umum di internet, maka dalam hal ini penelitian yang dilakukan adalah menggunakan 2 tipe variabel sebagai variabel independen (variable bebas) yaitu harga dan ketersediaan space kapal (ruang kargo/ruang muatan) terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer yang dioperasikan oleh PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang. Menurut Salim (2016), *container* adalah sistem pengangkutan barang yang menggunakan peti kemas. Penelitian ini menggunakan 2 variabel yang dianggap sebagai faktor terpenting dari 16 layanan yang dilakukan oleh perusahaan pelayaran yang mana

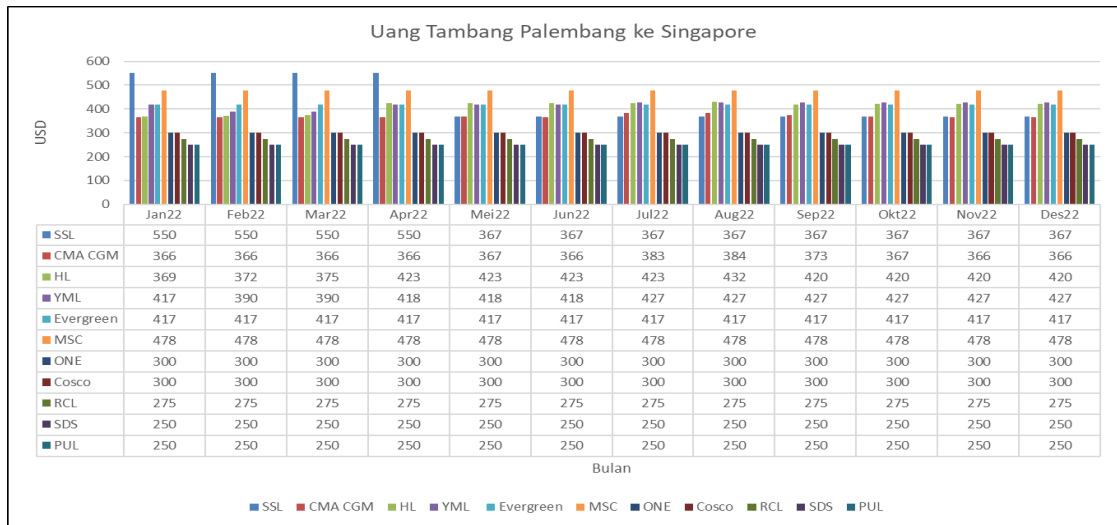
dalam penelitian ini perusahaan pelayaran yang dimaksud adalah PT Samudera Agencies Indonesia Cabang Palembang.

Tabel 1.1. Item Layanan yang Diberikan Perusahaan Pelayaran (*Carrier Services*)

No	Jenis Layanan	Skor
1	Availability of cargo space	4.5
2	Price of service	4.7
3	Availability of equipment (containers)	6.0
4	Reliability of booking/ cargo shipped as booked	7.0
5	Price stability during the contract period	7.4
6	Accurate booking confirmations/ arrival notice	7.6
7	Transit time	8.0
8	Clarity of price and surcharges	8.2
9	Quality of customer service	8.4
10	Accurate documentation	9.2
11	Degree of adherence to contract by the carrier	9.5
12	Accurate billing	9.6
13	Quality of equipment (containers)	9.8
14	Carrier financial stability	10.2
15	Tracking and tracing	10.8
16	Sustainability/ green	12.8

Sumber: Drewry-ESC Shipper satisfaction survey 2020, <https://safety4sea.com>

Pada Tabel 1.1 terdapat 16 jenis item layanan yang diberikan perusahaan pelayaran dan berbagai kriteria biaya dari nomor 1 (yang terpenting) sampai dengan 16 (paling tidak penting) dengan menggunakan nilai (1 sampai dengan 16). Pada Tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa jenis layanan price of service menunjukkan skor yang paling kecil sebesar 4,7 yang artinya semakin kecil nomor skor yang diberikan bahwa skor tersebut merupakan jenis pelayanan yang paling penting diberikan. Pada kategori jenis layanan sustainability/ green menunjukkan skor yang paling besar sebesar 12,8 yang artinya pada jenis layanan ini merupakan jenis layanan yang masuk dalam kategori yang tidak terlalu penting.



Sumber: Manifest dari PT Samudera Agencies Indonesia, cabang Palembang (2022).

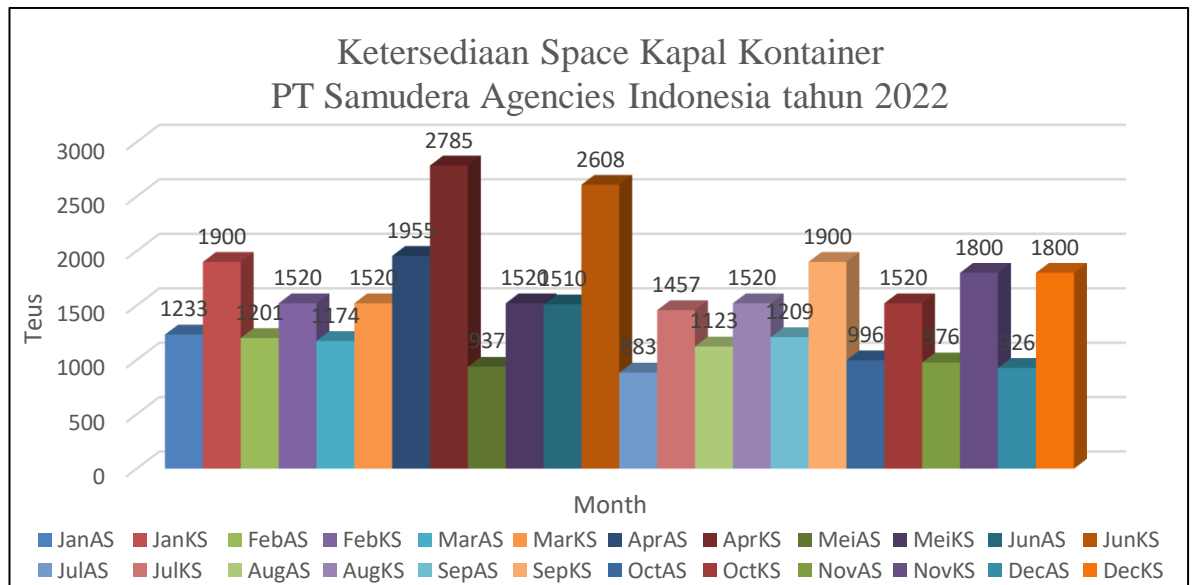
Gambar 1.1.
Perbandingan Uang Tambang (Freight) Kapal Kontainer dari Beberapa perusahaan Pelayaran yang Memberikan Layanan dari Palembang ke Singapore

Freight (uang tambang) adalah jumlah uang untuk penyewaan kapal, atau pembayaran untuk mengangkut barang melalui perairan. Harga atau ongkos yang dibayar kepada pemilik kapal untuk pengangkutan barang melalui laut dari satu Pelabuhan ke Pelabuhan lain (Hoesien dan Manuputty, 2009). Pada Gambar 1.1 terlihat beberapa perusahaan pelayaran kontainer sebagai *carrier* (pihak yang membawa barang) (Martono (2015), yang mengoperasikan layanan kapal yang mengangkut kontainer dengan rute Palembang ke Singapore (pp) yaitu pelayaran Samudera Shipping Line (SSL/ PT Samudera Agencies Indonesia) dan pelayaran Regional Container Lines (RCL) yang menggunakan dan mengoperasikan kapal kontainer. Sedangkan Pelayaran Sindo Damai Shipping Pte Ltd (SDS) dan PT Maskapai Pelayaran Pulau Laut (PUL), kedua perusahaan ini menggunakan dan mengoperasikan tongkang yang ditarik dengan kapal Tunda (*Tugboat*).

Untuk 7 perusahaan pelayaran lainnya yaitu CMA CGM, Hapag Lloyd (HL), Yang Ming Line (YML), Evergreen, Mediterranean Shipping Company (MSC), Ocean Network Express (ONE) dan China Ocean Shipping Company (COSCO), semuanya tidak mengoperasikan kapal dengan rute Palembang ke Singapore, tetapi mereka membeli space kapal (ruang kargo/ruang muatan) kepada 4 perusahaan yang mengoperasikan kapal dan Tongkang. Dalam hal ini 7 perusahaan pelayaran membeli space di kapal/ tongkang kontainer milik 4 perusahaan pelayaran agar kontainer mereka bisa dimuat dan mendapatkan jaminan ketersediaan space di kapal/ tongkang kontainer untuk membawa muatan kontainer mereka dari Palembang ke Singapore dan sebaliknya.

Gambar 1.1 terlihat bahwa SSL (PT Samudera Agencies Indonesia) memberikan harga termahal nomor 2 (rata rata USD 428 untuk kontainer 20'feet Laden) diantara 10 perusahaan pelayaran kontainer lainnya yang memberikan jasa pelayanan dengan rute dari Palembang ke Singapore. Meskipun demikian, pemberian layanan yang dilakukan dengan menggunakan dan mengoperasikan kapal milik sendiri, hal ini bisa memberikan harapan bahwa pelanggan akan menggunakan jasa layanan kapal kontainer yang dimiliki oleh SSL. Dimana kapal yang melayani rute Palembang ke Singapore memiliki kelebihan berupa kecepatan waktu tempuh sekitar 1,5 hari. Jika dibandingkan pelanggan perusahaan pelayaran lainnya yang menggunakan jasa perusahaan pelayaran yang mengoperasikan tongkang ditarik dengan kapal Tunda. Tongkang tersebut membutuhkan waktu tempuh dari Palembang ke Singapore yang jauh lebih lama yaitu sekitar 4 hari. Di lain pihak perusahaan yang mengoperasikan dan menggunakan tongkang ini bisa

memberikan strategi pemasaran alternatif untuk menarik minat pelanggan yaitu dengan menawarkan harga uang tambang (*freight*) yang jauh lebih murah (rata-rata USD 250 untuk kontainer 20' feet Laden) dibandingkan dengan SSL (PT Samudera Agencies Indonesia).



Sumber: PT Samudera Agencies Indonesia, cabang Palembang (2022)

Gambar 1.2.
Ketersediaan Space Kapal Kontainer Pada PT Samudera Agencies Indonesia Tahun 2022 (dalam TEU'S)

Pada Gambar 1.2, terlihat bahwa aktual penggunaan space kapal kontainer yang dioperasikan oleh PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang pada bulan Januari 2022 adalah sebanyak 1233 TEU'S, sedangkan ketersediaan space dikapal pada bulan Januari 2022 adalah sebanyak 1900 TEU'S. Pada bulan Februari sampai dengan Desember 2022 juga terlihat bahwa aktual penggunaan space dikapal kontainer adalah lebih sedikit dibandingkan dengan ketersediaan space kapal kontainer yang tersedia. Total aktual penggunaan space kapal kontainer bulan Januari sampai dengan Desember 2022 adalah 14.123 TEU'S dibandingkan dengan

total ketersediaan space kapal yang disediakan adalah sebanyak 21.850 TEU'S. Hal ini menggambarkan bahwa faktor keterisian (*load factor*) space kapal kontainer PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang adalah sebesar 64,64%, berarti suplai ketersediaan space kapal masih lebih banyak dibandingkan dengan aktual penggunaan space kapal yang digunakan oleh konsumen itu sendiri. Menurut Martono (2015), *twenty-foot equivalent unit* (TEU) adalah ukuran kapasitas kontainer (*a ship's cargo-carrying capacity*) dengan dimensi 1 TEU adalah 20 kaki x 8 kaki x 8 kaki, 1 meter = 3,28 kaki. *Forty-foot equivalent unit* (FEU) adalah ukuran kapasitas kontainer (*a ship's cargo-carrying capacity*). Dimensi 1 FEU adalah 40 kaki x 8 kaki x 8 kaki, 1 FEU = 2 TEU. Menurut Salim (2016), ukuran 40 feet berarti 2 (dua) TEU'S.

Terdapat beberapa variabel penting yang digunakan dalam penelitian ini dan variabel tersebut merupakan strategi pemasaran yang mampu mempengaruhi sikap keputusan pembelian konsumen terhadap suatu jasa layanan transportasi laut, yaitu harga dan ketersediaan space kapal. Menurut Susdiarto (2018), harga dan ketersediaan produk berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk/ jasa. Harga dan ketersediaan produk merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam pembelian. Seringkali semakin tinggi harga sebuah produk maka semakin banyak ketersediaan produk tersebut. Konsumen bersedia mengeluarkan biaya yang lebih jika kualitas, pengorbanan konsumen dan ketersediaan sebuah produk sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.

Harga dan ketersediaan space kapal adalah dua variabel yang menentukan keputusan pembelian konsumen dan faktor penting dalam pemasaran jasa layanan transportasi laut. Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2015). Harga merupakan faktor kendali yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan yang menyangkut penetapan harga. Dengan kata lain, pada tingkat harga tertentu yang telah dikeluarkan, konsumen dapat merasakan manfaat dari produk yang telah dibelinya (Lee & Lawson, 2011). Semakin banyak penjualan maka keuntungan yang diperoleh penjual juga akan semakin tinggi sehingga dalam hal ini penjual harus benar-benar mampu menetapkan nilai suatu produk yang terjangkau oleh konsumen sesuai dengan harga pasaran (Mullins & Walker, 2013).

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah ketersediaan produk. Ketersediaan produk merupakan serangkaian kegiatan pengendalian untuk menentukan tingkat persediaan produk yang harus dijaga dengan menentukan kapan sebaiknya pemesanan dilakukan untuk menambah persediaan produk sehingga kapanpun dan sebanyak apapun konsumen menginginkan produk tersebut, seorang pemasar selalu mampu memenuhinya (Kotler dan Keller, 2016). Konsumen membeli karena produk yang dicari memiliki ketersediaan yang banyak dan sangat mudah untuk dijangkau di banyak tempat. Menurut Tjiptono (2008) berpendapat bahwa untuk mengukur keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan mudah yaitu bagaimana kemudahan konsumen untuk

mendapatkan produk atau jasa. Oleh karena itu, ketersediaan produk adalah kunci yang akurat untuk menjaga perilaku repeat buying oleh konsumen terhadap suatu produk. Dalam menentukan pilihannya, konsumen tentu akan memilih produk atau jasa yang lengkap sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, didapat rumusan masalah penelitian yaitu harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal konteiner pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang. Hal ini ditunjukkan dari temuan-temuan mengenai adanya perbedaan pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Manyu, Saroh, & Zunaidah (2022); Othmana (2019); Saputra, Zakaria, Muchsin, & Marlina (2020); Rachmawati, Barokah & Nahar (2017); Beskovnik (2020); Fanam, Nguyen and Cahoon (2016); Qoniah & Moddilani (2022); Rizki, Hidayat, & Devita (2019); Amron (2018) menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan dari Ting and Tzeng (2004); Schramm and Munim (2021); Listighfaroh (2020); Nasution, Putri, & Lesmana (2019) yang menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Vinh V. Thai (2007); Puspitasari, Astuti, & Kurniani (2019) menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah ketersediaan space kapal. Hasil penelitian dari Ting and Tzeng (2004); Jung, Kim and Shin (2019); Beskovnik (2020); menunjukkan hasil bahwa ketersediaan space kapal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian dari Yusnidar & Isnaini (2021); Hakim (2020); Apriando, Soesanto, & Indriani (2019); Saragih, Shihab, & Purwanto (2018); Sawirudin (2016) menunjukkan hasil bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang berbeda juga ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Situngkir, Rahayu, & Zulkifli (2021) yang menunjukkan bahwa ketersediaan produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini akan dilakukan pengujian lebih lanjut terhadap temuan-temuan empiris sebagai variabel independen harga dan ketersediaan space kapal. Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Ketersediaan Space Kapal Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Keagenan Kapal Kontainer Pada PT Samudera Agencies Indonesia Cabang Palembang”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mencari bukti empiris dengan cara menganalisis pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian jasa keagenan kapal kontainer pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian yang ada diharapkan bisa menjadi masukan untuk perusahaan dalam memberikan rekomendasi mitigasi terhadap resiko yang ditemukan dalam proses evaluasi, memberikan informasi kepada perusahaan terhadap hasil analisis strategi pemasaran yang sudah dilakukan serta mengetahui efektivitas strategi pemasaran yang ada pada PT Samudera Agencies Indonesia cabang Palembang.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi, memperluas perspektif, menambah wawasan maupun pengetahuan di bidang manajemen pemasaran, khususnya tentang pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian ini juga ditujukan untuk dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya mengenai pengaruh harga dan ketersediaan space kapal terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Salim. (2016). *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 6 (2), 96–104.
- Amron. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Car. *European Scientific Journal*, Vol. 14(ISSN: 1857 – 7881).
- Anwar, M., & Andrian, D. (2020). The Effect of Perceived Quality, Brand Image and Price on Purchase Decision. *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation Accounting and Management*, Vol. 201.
- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol. 18, 166–183.
- Baye, Michael, R & Prince, Jeffrey, T. (2016,a). *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bisnis, Managerial Economics and Business Strategy Buku 1* (Edisi 8). McGraw-Hill, Education (Asia). Jakarta : Salemba Empat.
- Baye, Michael, R & Prince, Jeffrey, T. (2016,b). *Ekonomi Manajerial dan Strategi Bisnis, Managerial Economics and Business Strategy Buku 2* (Edisi 8). McGraw-Hill, Education (Asia). Jakarta : Salemba Empat.
- Beskovnik, B. (2020). *Investigation on spot booking and dynamic ocean freight modelling for higher space utilisation on ultra large container vessels*. university of Ljubljana, Volume 71 number 4, 2020 ISSN 0007-215X.
- Fadli, M., Heriyanto, M., & Othman, L. (2021). The Effect of Pricing and Promotion on Consumer Purchase Decisions of Suzuki Car at PT. Sejahtera Buana Trada Suzuki Mobil Pekanbaru. *Enrichment: Journal of Management*, Vol. 12(ISSN 2087-6327).
- Fanam, P.D, Nguyen, H.O & Cahoon, S. (2016). Competitiveness of the liner operators: Methodological Issues and Implications, *Journal of Traffic and transportation engineering 4* (2016), 231-241. DOI : 10. 17265/2328-2142/2016.05.001.
- Firmanto, Y. (2019). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Chicken KFC. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3 (1)(ISSN 2579-4892).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Pearson Prentice Hall.
- Hakim, M. A. (2020). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol. 4 (1)*(ISSN 2623-2634).
- Haqiqi, F., & Khuzaini. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Atmosfer Toko dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 9 (4)*(ISSN: 2461-0593).
- Hoesien, Rusman dan Manuputty, Daniel (2009). Kamus Pelayaran, Inggris - Indonesia. Jakarta : Citra Harta Prima.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Kapal_petikemas. *Kapal Peti kemas*, 2022. di akses pada 21 Desember 2022, jam 17.26 Wib.
- https://id.images.search.yahoo.com/search/images;_ylt=Awr1TfuU36JjEqAP1w7LQwx.;_ylu=Y29sbwNzZzMEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Nj?p=foto+petikemas+samudera+indonesia&fr=mcafee, 2022. di akses pada 21 Desember 2022, jam 17.32 Wib.
- <https://ifgprogress.id/pos-jurnal/domestic-value-chain-inflation-part-1-domestic-shipping-komponen-penting-supply-chain/>, *Domestic shipping : komponen penting supply-chain*. Indonesia financial group, 2022. di akses pada 21 Desember 2022, jam 15.32 Wib.
- <https://safety4sea.com/availability-of-cargo-space-number-one-requirement/>, Drewry-ESC Shipper satisfaction survey 2020, diakses pada 21 Desember 2022, 07:33 Wib.
- <https://www.lawinsider.com/dictionary/cargo-space>, diakses pada 21 Desember 2022, 07.15 Wib
- Irana, D., & Hidayat, D. L. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman, Vol. 5 (1)*(ISSN 2355-1488), 15–24.
- Juliany, E. (2021). *Analisis Pengaruh Ketersediaan Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite di Rantauprapat* (Studi Kasus SPBU PT. Kusuma Jaya Makmur 14.214.225). *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA), Vol. 2 (1)*(ISSN: 2746-2137).
- Jung, H., Kim, J & Shin, K, S. (2019). Importance analysis of decision making factors for selecting international freight transportation mode. *The Asian Journal of Shipping and Logistics 35 (1)* (2019) 055-062

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing and Intoducing Prentice Hall* (12th ed.). England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Edisi 13). Pearson Education, Inc. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2019). *Manajemen Pemasaran Jilid 2* (Edisi 13). Pearson Education, Inc. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013a). *Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia* (Edisi 4). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2013b). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Edisi 4). Jakarta: Erlangga.
- Lee, S., & Lawson, B. A. (2011). Perceived Dynamic: Pricing. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, Vol. 9 (4)*(ISSN: 2461-0593).
- Lovelock Christopher, Wirtz Jochen, Mussry Jacky (2019). *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi, Perspektif Indonesia*, Jilid I (Edisi 7), Pearson Education, Inc. *Prentice Hall*. Jakarta : Erlangga.
- Martono Ricky (2015). *Manajemen Logistik Terintegrasi*. Jakarta : PPM Manajemen.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, Vol. 1 (1)*(ISSN: 2714-8785), 194–199.
- Novansa, H., & Ali, H. (2018). Purchase Decision Model: Analysis of Brand Image, Brand Awareness and Price (Case Study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, (ISSN: 2415-6256).
- Othmana, B. A., Harunb, A., Rashidc, W. N., Nazeerd, S., Kassimf, A. W. M., & Kadhing, K. G. (2019). The Influences of Service Marketing Mix on Customer Loyalty Towards Umrah Travel Agents: Evidence from Malaysia. *Management Science Letters, Vol. 9*, 865–876.
- Panggih, S., & Krisnadi, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Green Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merchandise di Starbucks Food Centrum Sunter Jakarta Utara. *Bogor Hospitality Journal, Vol. 5 (2)*(ISSN: 2621-3591), 102–122.

- Puspitasari, A., Astuti, R. D., & Kurniani. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Fumigasi (Studi Kasus PT Sucofindo Cabang Semarang). *Jurnal JOBS*, Vol. 3 (1)(ISSN: 2461-0704).
- Qoni'ah, R., & Moddilani.G (2022). Dampak kenaikan tarif kontainer terhadap kinerja perdagangan Indonesia. *JEMMA Jurnal of Economic, Management and accounting*, Vol. 5 No.1, Maret 2022, 70. DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v5il.991>.
- Rachmawati, D., Barokah, S. N., & Nahar.M (2017). Analysis of Influence of Price, Service quality, brand image to customers' purchase decision of Korean Marine Transport Co.,Ltd (A case study at PT. Samudera Indonesia Tbk, Semarang). *Jurnal JOBS*, Vol. 3 (1) 2017, (ISSN: 2461-0704).
- Rizki, A. G., Hidayat, K., & Devita, L. D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee Indonesia (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di Ecommerce). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 72.
- Santoso, Singgih. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23 (Jilid 1)*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Santoso, Singgih. (2016). *Panduan Lengkap SPSS Versi 23 (Jilid 2)*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Saputra, M. W., Zakaria, W., Muchsin, S. S., & Marlina, W. (2020). Pengaruh Atribut Produk Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis IOS dan Android. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 18.
- Saragih, C. V. B., Shihab, M. S., & Purwanto, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu di Jakarta. *Jurnal MIX*, Vol. 6 (2).
- Sawirudin, R. M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Schramm, H.J, Munim, Z.H (2021). Container Freight rate forecasting with improved accuracy by integrating soft facts from practitioners. *Research in Transportation Business & Management*. Elsevier.

- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter Cabang Medoho Semarang). *Proceeding SENDIU*, (ISBN: 978-979-3649-72-6).
- Situngkir, M. B., Rahayu, Y. I., & Zulkifli. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell di Jalan Gajayana Kota Malang). *The 2nd Widyagama National Conference on Economics and Business*.
- Sugiharto, S., & Renata, M. (2022). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Dalam Studi Kasus Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Cleo di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Pengaruh Ketersediaan Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*.
- Suwarno (2011). Manajemen Pemasaran jasa perusahaan pelayaran (era globalisasi). Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Suyono, R.P (2007). *Shipping, Pengangkutan Intermodal Ekspor Impor melalui Laut (edisi ke empat)*. Jakarta: Lembaga Manajemen PPM.
- Ting and Tzeng (2004). An Optimal containership slot allocation for liner shipping revenue management. *Maritime Policy and Management, Vol. 31 No.3, 199-211 ISSN 0308-8839 ISSN 1464-5254 © 2004 Taylor and Francis Ltd.* (<http://www.tandf.co.uk/journals> DOI: 10.1080/0308883032000209553).
- Vinh V, Thai (2008). Service Quality in Maritime Transport : conceptual model and empirical evidence. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 20 (4)* (www.emeraldinsight.com/1355-5855.htm, 493–518).
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2019). The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Journal of Business Management and Accounting, Vol. 1 (1)*(ISSN: 2655-786x), 18–26.
- Yusnidar, C., & Isnaini, T. (2021). Pengaruh Informasi Pasar dan Ketersediaan Suku Cadang Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Pada Dealer AHAS Meureudu Kabupaten Pidie Jaya. *Jurnal Real Riset, Vol. 3 (1)*.