

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN BARANG VIA ONLINE DI KOTA MAKASSAR

DESI RASARI



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN BARANG VIA ONLINE DI KOTA MAKASSAR

sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh:

**DESI RASARI
A011171017**



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2021**

SKRIPSI

ANALISIS PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN BARANG VIA ONLINE DI KOTA MAKASSAR

disusun dan diajukan oleh:

DESI RASARI
A011171017

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 19 Agustus 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Anas Iswanto Anwar, SE.,MA.,CWM®
NIP. 19600516 199003 1 001



Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si.,CWM®
NIP. 19770119 200801 2 008

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Santisi Fattah, S.E., M.Si.,CSF.,CWM®
NIP. 19690413 199403 1 003

SKRIPSI

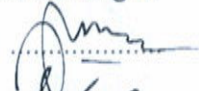
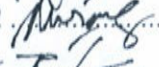


ANALISIS PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN BARANG VIA ONLINE DI KOTAMAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

DESI RASARI
A011171017

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal **14 September 2021** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji,

No.	Nama Penguji	Jabatan	TandaTangan
1.	Dr. Anas Iswanto Anwar, SE.,MA.,CWM®	Ketua	1 
2.	Nur Dwiana Sari Saudi, SE.,M.Si.,CWM®	Sekretaris	2 
3.	Dr. Hamrullah, SE.,M.Si.,CSF	Anggota	3 
4.	Dr. Amanus Khalifah Fil'Ardy Yunus, SE.,M.Si	Anggota	4 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Sanusi Fattah, SE.,M.Si.,CSF.,CWM®
NIP. 19690413 199403 1 003



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : **Desi Rasari**
Nomor Pokok : A011171017
Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
dan Bisnis UNHAS
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul **ANALISIS PERMINTAAN JASA PENGIRIMAN BARANG ONLINE DI KOTA MAKASSAR** adalah karya saya sendiri dan tidak melanggar hak Cipta pihak lain. Apabila dikemudian hari Skripsi karya saya ini terbukti bahwa sebagian atau keseluruhannya adalah hasil karya orang lain yang saya pergunakan dengan cara melanggar hak cipta pihak lain, maka saya bersedia menerima sanksi

Makassar, 14 September 2021
Yang Menyatakan



(Desi Rasari)
No. Pokok: A011171017

PRAKATA



-assalamu alaikum warahmatullahi wabarakatuh-

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan. Salam serta Sholawat selalu terkirimkan kepada Nabi Muhammad SAW. sebagai Suri Tuladan dalam kehidupan dan sebagai *Uswatun Hasanah* yang telah membawa manusia dari alam gelap gulita menuju alam yang terang-menderang.

Skripsi ini berjudul “Analisis Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via Online Di Kota Makassar” merupakan tugas akhir penulis sebagai syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan tingkat Strata 1 (S1) pada Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis menyampaikan secara khusus dan dengan segala kerendahan hati terima kasih yang sebesar-besarnya yang tidak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada kedua orang tua penulis yang sangat saya hormati dan sangat saya cintai yaitu ayahanda Laming dan Ibunda Rabi yang selalu mendoakan, mencintai, mendidik, membesarkan dan mendukung dengan sangat tulus baik secara moral maupun material selama ini. Terima kasih juga kepada Saudara-saudariku kakak Nanni, kak Yuli, kak dayu yang selalu memberikan cinta dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

Selain kepada kedua orang tua, penulis juga merasa wajib untuk menyampaikan ungkapan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah berjasa kepada penulis, yaitu kepada

- 1) Bapak Dr. Anas Iswanto Anwar, SE.,MA.,CWM® selaku pembimbing 1 yang telah banyak membantu dengan memberikan masukan dan kemudahan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 2) Ibu Dr. Nur Dwiana Sari Saudi, S.E., M.Si.,CWM® selaku pembimbing 2 dan Sekretariat Departemen Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin yang

telah memberikan banyak saran dan masukan yang tentunya sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

- 3) Bapak Dr. Hamrullah, SE.,M.Si.,CSF selaku penguji 1 yang telah memberikan banyak saran yang tentunya sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 4) Bapak Dr. Amanus Khalifa Fil'Ardy Yunus, SE.,M.Si selaku penguji 2 yang telah memberikan banyak saran dan masukan yang tentunya sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
- 5) Ibu Prof. Dwia Aries Tina Pulubuhu, M.A, selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
- 6) Bapak Prof Abd. Rahman Kadir, SE.,M.Si., CIPM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
- 7) Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE.,M.,Si.,CSF.,CWM® selaku ketua Departemen Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin.
- 8) Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah membimbing dan memberikan ilmunya kepada penulis.
- 9) Segenap pegawai Akademik, Kemahasiswaan dan Perpustakaan E-Library Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu penulis selama menjadi mahasiswa, terkhusus kepada Pak Asfar yang telah sangat sabar membantu penulis dalam proses baik perkuliahan maupun dalam proses penyelesaian skripsi.

Selain kepada pihak yang telah disebutkan penulis juga sangat berterima kasih kepada:

- 1) Kepada para Responden telah bersedia untuk mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti yang tentunya sangat membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
- 2) Saudaraku "Ceribel" Wafiqah Ulya SE, Ita Dahlia, Nur Eka Fitriani, Indah Eka Safitri, Nur Fadillah Burhanuddin, Irma, Ibunya Faas Asnuryati, Indah Mahsunatul Wardah dan Ulsifah (Mia) yang selalu sabar mendengar keluh kesah penulis, yang selalu ada baik suka maupun duka yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penulis.
- 3) Saudaraku Ade Nurul Azizah SE, Arnida, Dea yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.

- 4) Kepada teman seperjuangan Abd. Rahman Haris SE, Annisya Amaliah Wirani yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penulis.
- 5) Saudaraku Ismi yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir
- 6) Kepada teman-teman seperjuangan angkatan 2017 ERUDITE atas segala motivasi dan bantuannya baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 7) Kepada teman-teman kelas COFELDENT alumni SMAN 1 Bantaeng yang telah memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
- 8) Kepada Himpunan Mahasiswa Ilmu Ekonomi (HIMAJIE) dimana selama peneliti menjalani pendidikan menjadi tempat berbagi cerita dan pengetahuan.
- 9) Seluruh peneliti terdahulu beserta lembaga-lembaga peneliti yang telah menulis yang disebutkan dalam daftar pustaka yang telah memberikan informasi dalam menyusun tugas akhir ini.
- 10) Seluruh pihak lain yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Akhir kata, penulis sebagai manusia biasa menyadari bahwa skripsi ini pastinya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis minta maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang ada. Namun, penulis berharap agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi kita semua.

Makassar, 20 September 2021

Penulis,

Desi Rasari

ABSTRAK

Analisis Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via Online di Kota Makassar

Analysis Of Demand For Goods Delivery Services Via Online In The City Of Makassar

Desi Rasari

Anas Iswanto Anwar

Nur Dwiana Sari Saudi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, tarif pengiriman, waktu pengiriman, jarak, jaminan keamanan barang dan metode pembayaran terhadap permintaan jasa pengiriman barang via online di Kota Makassar. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif pengiriman, jarak dan metode pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman barang via online di Kota Makassar. Sedangkan variabel pendapatan, waktu pengiriman dan jaminan keamanan barang tidak berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang via online di Kota Makassar.

Kata kunci : Permintaan jasa pengiriman, pendapatan, tarif pengiriman, waktu pengiriman, jarak, jaminan keamanan barang, metode pembayaran

This study aims to analyze the effect of income, shipping rates, delivery time, distance, goods security guarantees and payment methods on the demand for online delivery services in Makassar City. The analytical method used in this research is multiple linear regression. The data used in this study are primary data and secondary data. The results of this study indicate that the variables of shipping rates, distance and payment methods have a positive and significant effect on the demand for online goods delivery services in Makassar City. While the income variables, delivery time and goods security guarantees have no effect on the demand for online goods delivery services in Makassar City.

Keywords : *Delivery service requests, revenue, shipping rates, delivery times, distances, goods safety guarantees, payment methods*

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	ix
PRAKATA.....	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Permintaan	12
2.1.2 Elastisitas Permintaan	14
2.1.3 Teori Ekonomi Transportasi	15
2.2 Hubungan Antar Variabel	17
2.2.1 Hubungan Pendapatan dengan Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	17
2.2.2 Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Via Barang <i>Online</i>	18
2.2.3 Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Via Barang <i>Online</i>	19
2.2.4 Pengaruh Jarak Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Baranag Via online di Kota Makassar	20
2.2.5 Pengaruh Jaminan Keamanan Barang Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	21

2.2.6 Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	22
2.3 Studi Empiris	23
2.4 Kerangka Pikir Penelitian	27
2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Lokasi Penelitian	33
3.2 Jenis Dan Sumber Data.....	33
3.3 Populasi dan Smpel	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis Data.....	36
3.6 Definisi Operasional	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	39
4.1.1 Letak dan Keadaan Geografis.....	39
4.1.2 Aspek Kependudukan	42
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan	43
4.2.2 Karakteristik Responden Menurut Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	44
4.2.3 Karakteristik Responden Menurut Tarif Pengiriman	45
4.2.4 Karakteristik Responden Menurut Waktu Pengiriman	46
4.2.5 Karakteristik Responden Menurut Jarak	46
4.2.6 Karakteristik Responden Menurut Jaminan Keamanan Barang	47
4.2.7 Karakteristik Responden Menurut Metode Pembayaran	48
4.3 Analisis Data	49
4.4 Hasil Analisis Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i> di Kota Makassar.....	52
4.4.1 Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	53
4.4.2 Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Permintaan Jasa pengiriman Barang Via <i>Online</i>	54
4.4.3 Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap Jasa Pengiriman Barang Via <i>online</i>	55
4.4.4 Pengaruh Jarak Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via <i>Online</i>	56

4.4.5 Pengaruh Jaminan Keamanan Barang Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang <i>Via Online</i>	57
4.4.6 Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang <i>Via Online</i>	58
BAB V PENUTUP	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	7
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Kota Makassar Menurut Kecamatan tahun 2019.....	34
Tabel 4.1 Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kota Makassar.....	40
Tabel 4.2 Persentase Terhadap Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Makassar.....	41
Tabel 4.3 Jumlah Penduduk Kota Makassar Menurut Kecamatan 2019.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Permintaan Jasa Pengiriman Barang Online.....	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Menurut Tarif Pengiriman.....	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Menurut Waktu Pengiriman.....	46
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Menurut Jarak.....	47
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Menurut Jaminan Keamanan Barang.....	47
Tabel 4.10 Karakteristik Responden Menurut Metode Pembayaran.....	48
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik F.....	51

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Persentase Usaha <i>E-Commerce</i> Menurut Metode Pengiriman Barang/Jasa Di Sulawesi Selatan.....	3
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian.....	68
2. Data Kuesioner Masyarakat Kota Makassar Yang Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Online.....	71
3. Hasil Regresi SPSS.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi *covid-19* yang sedang terjadi saat ini mempengaruhi perekonomian dari segala sisi. Hampir semua sektor dalam perekonomian merasakan dampak yang timbul akibat kondisi saat ini, tidak terkecuali pada sektor jasa pengiriman barang. Kondisi ini cukup mengkuatirkan karena dapat mengganggu stabilitas perekonomian Sulawesi Selatan. Produksi barang menurun seiring dengan perlambatan konsumsi rumah tangga. Gelombang pemutusan hubungan kerja pun tak terhindarkan hingga penurunan daya beli. Akhirnya, pertumbuhan ekonomi akan menurun drastis disebabkan oleh penurunan kinerja sektor produksi dan sektor pengeluaran. Untuk itu, upaya seluruh pihak diperlukan untuk mengoptimalkan penanganan masalah pandemi ini agar menjadi sentimen positif bagi ekonomi Sulawesi Selatan.

Masalah pada saat ini adalah bagaimana cara memajukan transportasi yang dapat menghasilkan jasa produksi angkutan yang baik, murah, dapat ditawarkan dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat, dengan dapat menyamaratakan baik harga, mutu pelayanan dan waktu dibutuhkan dapat dipenuhi dan bagaimanakah cara fasilitas angkut ini tersedia dalam jumlah yang memadai pada masyarakat (Soegijatna, 1996)

Meningkatnya kebutuhan akan jasa pengangkutan menyebabkan banyak bermunculan perusahaan pengangkutan. Pada tahun 2010 di Indonesia muncul model transportasi baru yaitu transportasi *online*. Sebenarnya model transportasi ini bisa dibilang model transportasi baru tetap rasa lama artinya model transportasi ini hampir mirip dengan ojek pangkalan. Perbedaanya hanya terletak pada penggunaan aplikasi dari *smartponhe*. Transportasi *online* ini telah

tumbuh menjadi *on-demand mobile platform* dan aplikasi terdepan yang menyediakan berbagai layanan lengkap mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan lainnya.

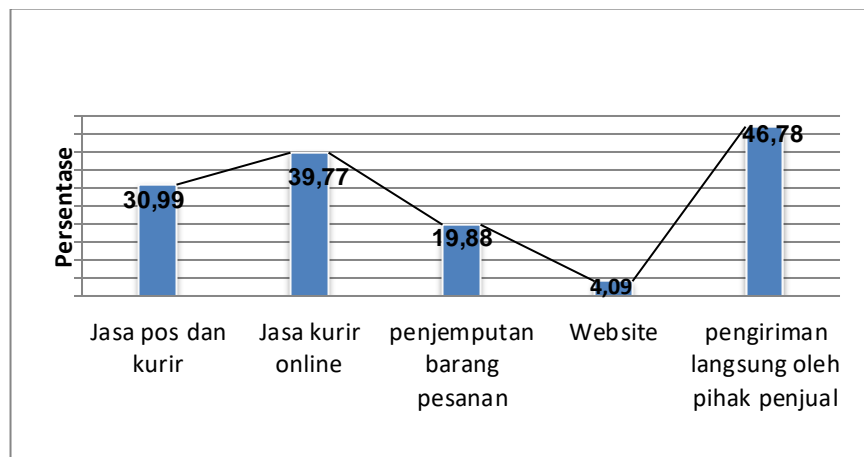
Transportasi *online* adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan diberbagai sektor informal Indonesia. Salah satu layanan yang ditawarkan transportasi *online* adalah Go-Send yang merupakan layanan yang akan mengantarkan barang dari pelanggan ketempat tujuan sesuai dengan pemesanan diaplikasi. Dengan adanya layanan ini dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari, apalagi melihat keadaa pandemi yang mengharuskan masyarakat untuk tetap di rumah saja atau tidak diperbolehkan untuk melakukan aktivitas berlebihan diluar ruangan. Layanan ini dapat mengantarkan barang atau dokumen dalam waktu yang lebih cepat dibandingkan dengan perusahaan pengangkutan lain yang harus membutuhkan waktu yang lama (Effendy, 2019).

Jasa pengiriman merupakan bagian bisnis yang memiliki peran penting dalam rantai distribusi, banyak perusahaan membutuhkan jasa pengiriman khususnya untuk kegiatan logistik dan pendistribusian barang. keberadaan jasa pengiriman dapat memperlancar arus barang secara efisien dengan kecepatan dan ketepatan dalam kegiatan ekspor dan impor di perdagangan nasional maupun Internasional (Rusly dan Indriyani, 2013)

Jumlah penduduk Indonesia dan wilayah Indonesia yang luas merupakan tantangan dan kendala sekaligus peluang bagi usaha jasa komunikasi dan usaha jasa pengiriman untuk meningkatkan usahanya. Sektor jasa pengiriman mengalami peningkatan yang drastis dibandingkan dekade sebelumnya, sehingga sektor ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian dunia. Kontribusi ini dapat dilihat dari segi laba maupun kemampuannya menyerap

sebagian besar tenaga kerja. Seiring dengan meningkatnya kesejahteraan masyarakat, maka konsumsi atau kebutuhan barang juga meningkat baik kebutuhan untuk mengkonsumsi produk-produk jasa yang timbul dari kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan (Nasution, 2009).

Meningkatnya usaha pada sektor pengangkutan menunjukkan tingginya persaingan bisnis yang terjadi pada industri jasa pengiriman. Hal tersebut menuntut setiap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa pengiriman untuk memiliki keunggulan bersaing agar dapat menjaga eksistensinya pada persaingan industri pengangkutan yang semakin kompetitif (Samapaty, 2015).



Sumber: Statistik *E-commerce* BPS, 2019

Gambar 1.1 Persentase Usaha *E-commerce* Menurut Metode Pengiriman Barang/Jasa di Sulawesi Selatan

Berdasarkan **Gambar 1.1** persentase usaha *E-commerce* menurut Provinsi dan metode pengiriman barang/jasa di Sulawesi Selatan pengiriman langsung ke pembeli dengan menggunakan jasa pos dan kurir sebesar 30,99 persen, sedangkan pengiriman langsung ke pembeli dengan jasa kurir online sebesar 39,77 persen, kemudian pengambilan barang pesanan pada titik/toko penjemputan sebesar 19,88 persen, dan yang *download* dari *website* atau

aplikasi sebesar 4,09 persen, pengiriman langsung oleh pihak penjual sebesar 46,78 persen (Statistik *e-commerce BPS*, 2019).

Kota Makassar disamping sebagai salah satu gerbang pendistribusian barang dari berbagai daerah, seperti dari Jakarta, Surabaya dan Kalimantan juga merupakan wilayah dengan dominasi industri yang mengelolah bahan baku i. Sebagai pusat kota, Makassar dengan jumlah kepadatan penduduk, merupakan salah satu kota yang sangat padat. Oleh karena itu Kota Makassar menjadi tempat tujuan masuk bahan baku industri dan pengiriman produk industri yang mencakup pemasaran skala Nasional bahkan Internasional. Peranan ini menuntut penyediaan jasa pengiriman Makassar yang memadai dan lancar dapat diandalkan sebagai pendukung pembangunan ekonomi sosial di daerah perkotaan dengan mengurangi gangguan yang terkait dengan angkutan barang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah harga jasa angkutan, tingkat pendapatan dan citra atau image terhadap perusahaan atau moda transportasi tertentu (Nasution, 2004).

Permintaan atas barang dan jasa tidak hanya ditentukan oleh harga atas barang tersebut, tetapi ada juga faktor-faktor lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah barang yang diminta oleh rumah tangga, yaitu harga barang atau jasa itu sendiri, harga dari barang yang berkaitan erat dengan barang atau jasa yang diminta (substitusi maupun komplementer), pendapatan rumah tangga, akuntansi kekayaan rumah tangga, selera, kenyamanan, dan juga ekspektasi pendapatan dimasa yang akan datang (Case dan Fair, 2012),

Pengaruh pendapatan perkapita terhadap permintaan jasa pengiriman telah dibuktikan oleh penelitian Alesandro Theo Talinusa, Een N. Walewangko, dan Patrick C. Wauran (2019), bahwa pendapatan perkapita berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos. Hasil penelitiannya sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Parhusip (2018), yang menunjukkan bahwa pendapatan perkapita terpengaruh positif terhadap jasa pengiriman paket pos. Artinya semakin banyak pendapatan perkapita menyebabkan jasa pengiriman paket pos meningkat.

Tarif pengiriman juga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Parhusip (2012), bahwa harga atau tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos. Penelitian oleh Aisyah Nasution (2009), bahwa variabel tarif pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman barang

Ketepatan waktu dalam dunia bisnis jasa pengiriman tidak dipungkiri oleh banyaknya pelaku usaha ini bahwa hal ini menjadi salah satu keutamaan yang harus diperhatikan. Karena dengan tepatnya waktu yang dijanjikan membentuk suatu persepsi harapan terhadap konsumen yang memakai jasa pengiriman agar proses pengiriman yang dilakukan bisa berjalan secara efektif dan efisien. Oleh karena itu dalam dunia bisnis pengiriman barang sebagai perusahaan jasa perusahaan harus mampu mengelolah bagaimana harapan yang dibentuk kepada konsumen bisa terealisasi secara estimasi dan kenyataan yang terjadi. Pengiriman adalah bagian penting dari suatu rantai persediaan yang berfungsi untuk menyiapkan dan mengirimkan barang ke konsumen. Transportasi apa yang dipakai agar efektif dan efisien, baik dari sisi biaya, kecepatan waktu pengiriman dan ketepatan waktu (Yuranto, 2006).

Lokasi merupakan letak atau tempat pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Konsumen seringkali memilih lokasi jasa pengiriman yang strategis dan mudah dijangkau. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis dan mudah dilihat di jalan raya,

aman serta nyaman bagi pelanggan. Serta memiliki fasilitas seperti ruang tunggu yang dapat digunakan konsumen selama menunggu atau mengantri.

Jaminan keamanan barang juga merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam jasa pengiriman. Salah satu peristiwa merugikan yang kerap terjadi yaitu barang kiriman sampai di tujuan dengan kondisi rusak atau diterima dalam kondisi tidak utuh sesuai pada saat barang tersebut dikirimkan. Mengacu pada Pasal 7 huruf F Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen maka perusahaan jasa ekspedisi memiliki tanggung jawab atas kejadian rusaknya barang milik konsumen saat proses pengiriman yang dilaksanakan.

Dengan adanya peristiwa tersebut pengguna jasa akan dirugikan karena pihaknya telah membayarkan sejumlah uang untuk mendapatkan pelayanan yang diinginkan yaitu agar barang kiriman sampai ditujuan dengan kondisi utuh seperti saat barang dikirimkan (Sagita, 2019). Sehingga perjanjian untuk jaminan keamanan dalam pengiriman barang sangat penting.

Selain itu, kemudahan transaksi juga berpengaruh. kemudahan transaksi mencakup kejelasan tujuan penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pemakai. Jika penggunaan situs ternyata lebih rumit dibandingkan manfaat yang diperoleh dari belanja online, maka pembeli berpotensi lebih memilih berbelanja secara konvensional. Namun jika situs lebih mudah digunakan dan memberikan manfaat, calon pembeli akan menggunakan situs tersebut untuk berbelanja online. Selain itu terdapat beberapa faktor lain yang mempengaruhi seperti, ribetnya pembelian yang harus dilakukan menggunakan transfer via bank (Davis, 1989)

Melihat layanan yang diberikan oleh jasa transportasi *online*, Konsumen tidak perlu takut di tipu karena lebih banyak manfaat yang dirasakan konsumen

menggunakan aplikasi ini. Semakin sering konsumen menggunakan jasa *online shop* yang telah terbukti memberikan kredibilitas kepada konsumen maka semakin tinggi pula minat konsumen dalam melakukan transaksi, hal ini juga dipengaruhi oleh pengalaman yang dirasakan konsumen, konsumen merasa puas dan nyaman. Banyak manfaat yang dirasakan baik dari segi tenaga, waktu, dan mengurangi kemacetan serta polusi udara akibat kepadatan kendaraan di jalan raya dan dapat mematuhi protokol kesehatan.

Tabel 1.1

Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Penelitian Sekarang

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Marlina Paruship(2018)	analisis permintaan terhadap jasa pengiriman pada PT.Tiki Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) tujuan Pekanbaru- Jakarta di Pekanbaru.	*.Variabel Bebas -Harga -Pendapatan *.Variabel Terikat -Permintaan Jasa Pengiriman *Metode analisis - regresi linear berganda	-.Variabel bebas -Jumlah Penduduk
2	Nita Asriani(2020)	Analisis determinan permintaan masyarakat Kota Makassar terhadap permintaan jasa pengiriman paket pada PT.Pos Indonesia (Persero).	*.Variabel Bebas -Tarif pengiriman -pendapatan *.Variabel Terikat -Permintaan Jasa Pengiriman *Metode analisis - regresi linear berganda	*.Variabel Bebas -Tingkat pelayanan
3	Salma, Dkk (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express (Studi kasus: J&T Sumbawa Besar)	*.Variabel Bebas -Tarif Pengiriman -ketepatan waktu *Metode analisis -regresi linear berganda	*.Variabel Bebas -kualitas pelayanan -fasilitas *.variabel terikat -kepuasan pelanggan

1. Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Paruship (2018)

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlina Paruship yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas yang terdiri dari Harga dan pendapatan kemudian variabel terikatnya permintaan jasa pengiriman barang. Selain itu terdapat pula persamaan pada metode analisis yaitu sama-sama menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada penambahan variabel bebas pada penelitian ini yaitu waktu pengiriman, jarak, jaminan keamanan barang dan metode pembayaran. Hal ini dikarenakan peneliti ingin melihat apakah variabel bebas yang ditambahkan memiliki pengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang.

2. Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Nita Asriani (2020)

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nita Asriani yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas tarif pengiriman dan pendapatan. Selain itu terdapat pula persamaan pada variabel terikat yaitu sama-sama menganalisis tentang permintaan jasa pengiriman. Kemudian sama-sama menggunakan metode analisis linear berganda.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada penambahan variabel bebas pada penelitian ini yaitu waktu pengiriman, jarak, jaminan keamanan barang dan metode pembayaran. Penelitian yang dilakukan oleh Nita Asriani menambahkan variabel bebas yaitu tingkat pelayanan sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan variabel tingkat pelayanan. Hal ini dikarenakan

peneliti ingin melihat apakah ada variabel lain yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman barang selain variabel tingkat pelayanan.

3. Persamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Salma, Dkk.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salma,Dkk yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas tarif pengiriman dan ketepatan waktu. Selain itu sama-sama menggunakan metode analisis linear berganda.

Sedangkan perbedaan antara keduanya terletak pada variabel terikat dimana penelitian yang dilakukan oleh Salma,Dkk menganalisis tentang kepuasan konsumen sedangkan penelitian ini menganalisis tentang permintaan jasa pengiriman barang. Selain itu pada penelitian ini menambahkan variabel bebas yaitu pendapatan, jarak, jaminan keamanan barang dan metode pembayaran. Kemudian penelitian oleh Salma,Dkk menambahkan variabel bebas kualitas pelayanan dan fasilitas sedangkan pada penelitian ini tidak memasukkan variabel tersebut. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini yang dianalisis mengenai permintaan bukan untuk mengukur kepuasan konsumen pada pengguna jasa pengiriman barang.

Melihat perkembangan perekonomian yang semakin maju terutama ekonomi digital, jasa pengiriman barang tentunya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan keterbatasan masyarakat untuk beraktivitas berlebihan diluar ruangan pada masa pandemi saat ini, sehingga masyarakat tetap dapat melakukan aktivitas namun tetap mematuhi protokol kesehatan. Oleh

karena itu, penulis tertarik untuk meneliti analisis permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota makassar
2. Apakah tarif pengiriman berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.
3. Apakah waktu pengiriman berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.
4. Apakah jarak berpengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.
5. Apakah terdapat perbedaan pengaruh jaminan keamanan barang antara (0, tidak ada cacat) dan (1, ada cacat) terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.
6. Apakah terdapat pengaruh metode pembayaran antara (0, transfer) dan (1, COD) terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh pendapatan terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.
2. Pengaruh tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman barang *via online* di Kota Makassar.

3. Pengaruh waktu pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
4. Pengaruh jarak terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
5. Perbedaan pengaruh jaminan keamanan barang pada (0, tanpa cacat) dan (0, ada cacat) terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
6. Perbedaan pengaruh metode pembayaran pada (1, transfer) dan (0,COD) terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh pendapatan, tarif pengiriman, waktu pengiriman, jarak, jaminan keamanan barang dan metode pembayaran terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar kemudian sebagai penambah, pelengkap, sekaligus pembanding hasil-hasil penelitian yang sudah ada terkait topik yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Permintaan

Permintaan adalah keinginan konsumen membeli suatu barang pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Singkatnya permintaan adalah banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang dan jasa. Faktor-faktor tersebut adalah harga, pendapatan rata-rata, harga barang lain, harga barang yang akan datang (Samuelson 2001).

Seseorang dalam usaha memenuhi kebutuhannya, pertama kali yang akan dipilih adalah pemilihan atas berbagai barang dan jasa yang dibutuhkan. Selain itu apakah harganya sesuai dengan kemampuan yang dimiliki. Jika harganya sesuai, maka konsumen tersebut akan memilih barang dan jasa yang sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya. Perilaku tersebut sesuai dengan hukum permintaan Samuelson (1992), yang mengatakan bahwa bila harga suatu barang atau jasa naik, maka jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen akan mengalami penurunan dan sebaliknya jika harga suatu barang atau jasa turun, maka jumlah barang dan jasa yang diminta konsumen akan mengalami kenaikan (*ceteris paribus*).

Dalam ilmu ekonomi, permintaan (demand) mempunyai arti tertentu, yaitu selalu menunjuk pada suatu hubungan tertentu antara jumlah suatu barang atau jasa yang ingin dikonsumsi dan harga barang tersebut. Teori permintaan adalah teori yang menerangkan tentang ciri-ciri hubungan antara jumlah permintaan

dan harga. Berdasarkan ciri hubungan antara permintaan dan harga dapat dilihat dari kurva permintaan, melalui kurva permintaan dapat dijelaskan ketika terjadi perubahan permintaan maka harga keseimbangan pun akan berubah (Sadono, 2002).

Menurut Lipsey (1990), demand adalah jumlah yang diminta merupakan jumlah yang diinginkan. Jumlah ini adalah berapa banyak yang akan dibeli oleh rumah tangga pada harga tertentu suatu komoditas, harga komoditas lain, pendapatan, selera, dan lain-lain. Menurut Arsyad (1991), fungsi permintaan menunjukkan hubungan antara kualitas suatu barang yang diminta dengan semua faktor yang mempengaruhinya, yaitu faktor harga, pendapatan, selera dan harapan-harapan untuk masa mendatang. Nopirin (2003), menjelaskan bahwa permintaan adalah berbagai kombinasi harga dalam jumlah yang menunjukkan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu.

Teori permintaan menerangkan sifat dari permintaan pembeli pada suatu komoditas (barang dan jasa) dan juga menerangkan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga serta pembentukan kurva permintaan (Sugiarto, 2005). Hubungan antara satuan komoditas (barang dan jasa) yang mau dibayar pembeli dengan jumlah komoditas tersebut dapat disusun dalam suatu tabel yaitu daftar permintaan. Data yang diperoleh dari daftar permintaan tersebut dapat digunakan pula untuk menggambarkan sifat hubungan antara harga suatu komoditas dengan jumlah komoditas tersebut yang diminta dalam suatu kurva permintaan. Perlu dibedakan antara permintaan dan jumlah yang diminta (Sugiarto, 2005).

2.1.2 Elastisitas Permintaan

Elastisitas permintaan adalah suatu cara atau teknik untuk mengukur sejauh mana jumlah barang dan jasa yang diminta dan barang dan jasa yang diproduksi memberikan respon terhadap perubahan harga, pendapatan, dan faktor-faktor lainnya. Elastisitas harga terhadap suatu permintaan akan selalu berada pada posisi negatif atau nol karena perubahan harga selalu bertolak belakang dengan perubahan jumlah permintaan suatu barang. Lebih lanjut lagi, ada beberapa faktor yang menjadi penentu dari elastisitas harga terhadap suatu permintaan yaitu kemungkinan untuk melakukan substitusi, pengelompokan budget pada setiap komoditi, dan waktu. Elastisitas harga terhadap permintaan suatu barang atau jasa cenderung akan semakin besar jika tersedia barang yang akan disubstitusi, atau semakin besar anggaran yang akan disiapkan untuk membeli suatu barang, dan ketika konsumen mempunyai waktu untuk melakukan penyesuaian atas perubahan harga (Robert dan Bernanke, 2007).

Elastisitas merupakan suatu hubungan kuantitatif antar variabel-variabel misal antara jumlah yang diminta dengan harga barang tersebut. Sesuai dengan hukum permintaan komoditi tersebut. Besar perubahan permintaan akibat perubahan harga tersebut akan berbeda dari suatu keadaan ke keadaan lain. Secara teori ekonomi dikenal istilah elastisitas harga (*price elasticity of demand*) sebagai suatu konsep yang menghubungkan perubahan kualitas pembelian/permintaan optimal atas suatu komoditi dengan perubahan harga relatifnya (Miller, 2000).

Elastisitas permintaan terhadap harga, mengukur seberapa besar perubahan jumlah komoditas yang diminta apabila harganya berubah. Jadi elastisitas permintaan terhadap harga adalah ukuran kepekaan perubahan jumlah komoditas yang diminta terhadap perubahan harga komoditas tersebut

dengan asumsi *ceteris paribus*. Nilai elastisitas permintaan terhadap harga merupakan hasil bagi antara persentase perubahan harga. Nilai yang diperoleh tersebut merupakan suatu besaran yang menggambarkan sampai berapa besarkah perubahan jumlah komoditas yang diminta apabila dibandingkan dengan perubahan harga. Faktor-faktor yang mempengaruhi elastisitas permintaan yaitu tingkat kemampuan komoditas-komoditas lain untuk membeli komoditas tersebut, jangka waktu untuk menganalisis perminta, kategori suatu komoditas (komoditas kebutuhan pokok, komoditas mewah, dan sebagainya) (Sugiarto, 2005).

2.1.3 Teori Ekonomi Transportasi

Menurut Lyod (2002), ekonomi transportasi adalah salah satu cabang ilmu ekonomi tentang kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan transportasi untuk kebutuhan produksi, distribusi, dan konsumsi masyarakat. Oleh karena itu pemerintah perlu mengedepankan pentingnya transportasi sebagai salah satu penggerak perekonomian. Ekonomi transportasi meliputi prinsip-prinsip analisis dan penerapan konsep ekonomi teknik dalam penggunaan atau pengoperasian transportasi, optimalisasi lalu lintas serta investasi pada infrastruktur transportasi termasuk mengidentifikasi dan mengkuantifikasi parameter-parameter biaya dan manfaat, seperti biaya investasi, operasi dan pemeliharaan, nilai waktu, biaya operasi kendaraan, dan besaran ekonomi lainnya, memperhatikan aspek akuntansi yang perlu dilakukan dalam kajian infrastruktur transportasi, serta menerapkan beberapa metode kajian kelayakan investasi.

Pengiriman adalah kegiatan mendistribusikan produk barang dan jasa produsen kepada konsumen. Pengiriman adalah kegiatan pemasaran untuk memudahkan dalam penyampaian produk dari produsen kepada konsumen.

Manfaat pengiriman berdasarkan definisi sebelumnya adalah kegiatan pengalih pindah tangan kepemilikan suatu barang atau jasa. Kegiatan pengiriman menciptakan arus saluran pemasaran atau arus saluran pengiriman. Distributor adalah orang yang melaksanakan kegiatan pengiriman. Distributor bertugas menghubungkan antara kegiatan produksi dan konsumsi.

Ditambah lagi dengan kondisi saat ini dunia sedang dilanda pandemik Covid-19, yang berdampak salah satunya terhadap pemenuhan kebutuhan. Hal ini menyebabkan respon positif bagi penyedia jasa pengiriman barang. Dengan adanya jasa pengiriman ini membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dengan tetap mematuhi protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa jasa pengiriman dalam kondisi saat ini menjadi salah satu kebutuhan masyarakat.

Menurut Mikael (2016), kegiatan pengiriman secara tidak langsung secara actual sudah seringkali dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, dari kebanyakan pihak produsen sendiri tidak mampu untuk menangani masalah pengiriman tanpa dibantu oleh beberapa penyedia jasa pengiriman itu sendiri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut produsen tentunya membutuhkan mitra bisnis yang mumpuni untuk menangani penyaluran pengiriman yang baik agar produk dan jasa yang diberikan dapat dengan cepat dirasakan dampaknya oleh konsumen selaku target pasar dari produsen itu sendiri.

Menurut Morlok E.K (1998) transportasi manusia pada dasarnya bukanlah merupakan tujuan akhir, melainkan dilakukan dalam rangka mencapai suatu tujuan lain. Oleh karena itu permintaan atau jasa transportasi merupakan permintaan turunan (*Derived Demand*) yang timbul akibat adanya permintaan komoditas atau jasa lain. Pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi ini diturunkan dari dua hal yaitu, (1), kebutuhan seseorang untuk berjalan dari satu

lokasi ke lokasi lainnya untuk melakukan kegiatan (seperti bekerja, sekolah, ibadah, belanja, dll), (2), permintaan akan barang tertentu agar tersedia ditempat yang diinginkan.

2.2 Hubungan Antar Variabel

Pada bagian ini akan menjelaskan tentang teori dan hubungan antara variabel independen (pendapatan, tarif pengiriman, dan waktu pengiriman dan lokasi) terhadap variabel dependen (permintaan jasa pengiriman barang di Kota Makassar masa pandemi *Covid-19*).

2.2.1 Hubungan Pendapatan dengan Permintaan Jasa Pengiriman Barang Via Online

Dalam mengukur kondisi ekonomi seseorang atau rumah tangga, salah satu konsep pokok yang paling sering digunakan yaitu melalui tingkat pendapatannya. Pendapatan menunjukkan seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi. Dengan kata lain pendapatan juga dapat diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja atau buruh, baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu perusahaan, instansi atau pendapatan ia bekerja. Setiap orang bekerja berusaha memperoleh pendapatan dengan jumlah yang maksimal agar bisa memenuhi kebutuhan hidupnya.

Penelitian yang menemukan bahwa motivasi masyarakat dalam menggunakan jasa pengiriman sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan masyarakat Manado (Talinusa, dkk, 2019). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pendapatan perkapita memiliki pengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman (Nasution, 2009).

Penelitian dengan judul pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat Whdah Islamiyah Makassar yang mana hasilnya menunjukkan bahwa semakin besar pendapatan maka semakin besar pula konsumsi dan semakin tinggi kesejahteraannya. Dimana teori ini secara umum masyarakat mengakui tolak ukur kesahtraan adalah tingkat pendapatan. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman. (Hasmirah, 2017).

2.2.2 Pengaruh Tarif Pengiriman Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang *Via Online*

Harga adalah satu-satunya unsur pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan. Unsur lainnya jelas mengakibatkan keluarnya biaya. Jika seseorang ingin mengkonsumsi barang atau jasa, maka orang tersebut mengeluarkan sejumlah tertentu sebagai pengganti barang atau jasa. Menurut Lupiyoadi (2001:86), harga jasa merupakan penetapan yang penting karena terkait dengan *revenue*, citra, distribusi dan lain-lain.

Tarif pengiriman adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Menurut Tjiptono (2014), tarif merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, tempat, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran (Kotler dan Keller, 2013).

Hubungan antara tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman dibuktikan oleh penelitian Nasution (2009), bahwa tarif pengiriman memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (persero) Medan. Penelitian lainnya oleh Nita

(2020), menemukan bahwa tingkat harga memiliki pengaruh terhadap permintaan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Makassar.

Penelitian tentang analisis determinan permintaan masyarakat Sulawesi Utara terhadap permintaan pengiriman paket pos pada PT. Pos Indonesia (Persero) di Manado dengan kesimpulan yang berbeda dan menyatakan bahwa tarif pengiriman berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di Manado (Talinusa, dkk, 2019).

2.2.3 Pengaruh Waktu Pengiriman Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang *Via Online*

Ketepatan waktu pengiriman adalah jangka waktu pelanggan memesan produk sehingga produk tersebut tiba di pelanggan. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para pelanggan untuk mengetahui apakah pelayanan antar tersebut baik atau tidak. Ada tiga dimensi ketepatan waktu pengiriman yaitu, Ketepatan dalam jasa pengiriman barang, ketepatan dalam menentukan harga, ketepatan dalam menentukan waktu (Handoko, 2010).

Penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T di Kota Sumbawa. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T Kota Sumbawa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tepat waktu perusahaan dalam melakukan pengiriman barang terhadap pelanggannya, maka semakin baik juga kepuasan pelanggan sehingga mengakibatkan peningkatan terhadap permintaan jasa pengiriman dalam menggunakan jasa J&T Kota Sumbawa (Salma, dkk, 2019).

2.2.4 Pengaruh Jarak Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Baranag *Via online* di Kota Makassar

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemasar, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ketempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan bada usaha. Lokasi lebih tegas berarti tempat secara fisik (Sriyadi, 1999). Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang stategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Busu Swasta dan Irawan, 2003). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001), mendefinisikan lokasi sebagai tempat di mana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lakasi yaitu, (1) konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), apabila keadannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau dengan kata lain harus stategis. (2) pemberi jasa mendatangi konsumen, dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas. (3) pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu langsung, berarti penyedia layanan dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu seperti telepon, komputer, dan surat.

Teori permintaan yang dikemukakan oleh August Losch (1954), Losch mengatakan bahwa lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen yang dapat digarapnya. Makin jauh dari tempat penjual, konsumen

semakin enggan untuk membeli karena biaya transportasi untuk mendatangi tempat penjual semakin mahal. Losch cenderung menyarankan agar lokasi produksi berada di pasar atau di dekat pasar.

Penelitian tentang pengaruh harga, lokasi, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian jasa PT. Pos Indonesia (persero) tanjungpinang. Pengaruh harga, lokasi kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian jasa Pt.Pos Indonesia (persero) Tanjungpinang. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa. Secara tidak langsung jika lokasi suatu perusahaan jasa mudah untuk dijangkau maka akan meningkat permintaannya. Sedangkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian jasa.

2.2.5 Pengaruh Jaminan Keamanan Barang Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang *Via Online*

Perjanjian merupakan perbuatan yang dilakukan antara satu orang atau lebih untuk bersepakat mengikatkan diri satu dengan yang lain. Pengiriman barang oleh pihak pengirim kepada pihak penerima bisa dikategorikan sebagai suatu perjanjian pengangkutan. Pengangkutan yaitu perjanjian yang dilakukan secara timbal-balik antara pengangkut dan pengirim, pengangkut berkewajiban melakukan kegiatan pengangkutan dari tempat pengirim hingga tiba di tujuan yang telah disepakati dengan utuh sesuai perjanjian sedangkan pihak pengirim wajib untuk membayar sejumlah uang sebagai biaya angkutan. Perjanjian yang baik harus dibuat secara sadar oleh para pihak serta tanpa ada tekanan apapun dan wajib memenuhi syarat sahnya perjanjian yang telah ditentukan, yaitu: 1. Anya kata sepakat dari parapihak; 2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan; 3. suatu hal tertentu; 4. suatu sebab yang tidak dilarang (Sari, 2018).

Penelitian oleh Pangudi (2012), tentang Analisis Ketepatan Waktu, Pelayanan, dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Temas Line Surabaya. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel keamanan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.2.6 Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Permintaan Jasa Pengiriman Barang *Via Online*

Menurut Davis (1989), mengemukakan bahwa kemudahan merupakan persepsi seseorang yang tidak direpotkan dengan berbagai kegiatan lain dalam melakukan transaksi. Persepsi transaksi online mengacu pada persepsi individu akan mudahnya transaksi belanja *online* yang dilakukan. Dalam melakukan transaksi, calon konsumen hanya melakukan sedikit usaha, tidak terlalu ribet sehingga memudahkan calon konsumen tersebut melakukan keputusan pembelian produk melalui internet. Persepsi kemudahan transaksi tersebut dapat berupa prosedur pemesanan yang sederhana, prosedur pembayaran yang variatif dan mudah dilakukan, proses pembelian yang informatif dan menyenangkan serta proses pengiriman produk yang cepat dan tepat. Selain kemudahan dioperasionalkan juga berkaitan dapat dikurangi usaha seseorang (baik dari segi biaya, waktu dan tenaga) dalam melakukan transaksi. Kemudahan dalam berbelanja online akan menyebabkan calon konsumen tidak mengalami kesulitan dalam berbelanja *online*.

Penelitian oleh Helena (2017), tentang pengaruh kepercayaan konsumen, pengalaman berbelanja, dan kemudahan transaksi terhadap minat belanja online di kalangan mahasiswa program studi manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Mengemukakan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat belanja *online* mahasiswa program studi manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

2.3 Studi Empiris

Penelitian oleh Chen, dkk, (2018), dengan judul niat konsumen untuk menggunakan layanan pengiriman parcel swalayan dalam ritel online sebuah studi empiris. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah pengecer online banyak menggunakan pengiriman paket swalayan sebagai solusi untuk masalah logistik jarak jauh. Penelitian ini berfokus untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan paket mandiri. Metodologi penelitian yang digunakan adalah mengintegrasikan penelitian sebelumnya dan mengusulkan model tiga faktor yang komprehensif. Studi yang digunakan menggabungkan faktor individu dan situasional dan mengusulkan faktor yang disosialisasikan. Adapun hasil penelitiannya bahwa variabel kenyamanan lokasi, optimisme, inovasi, dan kebutuhan interaksi manusia berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat konsumen untuk memanfaatkan layanan pengiriman paket swalayan. Hal ini juga mengidentifikasi bahwa faktor sosialisasi berpengaruh positif terhadap niat konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman parcel swalayan.

Marlina paruship (2018), meneliti tentang analisis permintaan terhadap jasa pengiriman pada PT.Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) tujuan Pekanbaru-Jakarta di Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, pendapatan perkapita, dan jumlah penduduk terhadap permintaan jasa pengiriman barang pada PT.JNE tujuan Pekanbaru-Jakarta. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun hasil penelitiannya

menunjukkan bahwa harga, pendapatan perkapita dan jumlah penduduk berpengaruh secara signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman JNE.

Penelitian lainnya oleh Nita Asriani (2020), meneliti tentang analisis determinan permintaan masyarakat Kota Makassar terhadap permintaan jasa pengiriman paket pada Pos Indonesia (Persero). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pendapatan, tingkat pelayanan dan tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman paket Pos Indonesia (Persero) di Makassar. Model analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendapatan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket Pos Indonesia di Makassar. Sedangkan tingkat pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket Pos Indonesia (Persero) di Makassar.

Aisyah Nsution (2009), melakukan penelitian analisis determinan permintaan masyarakat Kota Medan terhadap jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia (Persero) (studi kasus: kantor pos besar Medan). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pendapatan, tingkat pelayanan dan tarif pengiriman terhadap permintaan jasa pengiriman paket. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Squer*) dan data yang digunakan adalah data sekunder dan data primer. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendapatan dan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pada PT. Pos Indonesia di Medan. Sedangkan tingkat pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman palet Pos Indonesia di Medan.

Talinusa, Dkk (2019), melakukan penelitian analisis determinan permintaan masyarakat Sulawesi Utara terhadap jasa pengiriman paket pos pada PT.Pos Indonesia (persero) (studi kasus: kantor pos Manado). Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh pendapatan perkapita, harga, dan jumlah penduduk terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di Manado. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pendapatan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di Medan. Sedangkan jumlah penduduk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa pengiriman paket pos di Medan.

Salma, dkk (2019), meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, arif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T Express (studi kasus : J&T cabang Sumbawa Besar). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, ketepatan waktu, tarif pengiriman, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan J&T di Sumbawa. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan waktu pengiriman, tarif pengiriman, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan J&T di Sumbawa. Sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan permintaan jasa pengiriman barang J&T di Sumbawa.

Nurlina, dkk (2019), melakukan penelitian dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga dan lokasi

terhadap keputusan penggunaan pada PT. Citra Van Titipan Kilat Langsa. Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 96 responden. Metode analisis data menggunakan persamaan regresi linear berganda. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang pada PT. Citra Van TitipanKilat Langsa.

Penelitian oleh Pangudi (2012), dengan judul Analisis Ketepatan Waktu, Pelayanan, dan Keamanan Barang Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Temas Line Surabaya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada PT Temas Line Surabaya. Populasi. Model analisis yang digunakan analisis regresi berganda. Adapun hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketepatan waktu, pelayanan, dan keamanan barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian lainnya oleh Helena (2017), dengan judul penelitian pengaruh kepercayaan konsumen, pengalaman berbelanja, dan kemudahan transaksi terhadap minat belanja online di kalangan mahasiswa program studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Tujuan penelitiannya adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen, pengalaman berbelanja, dan kemudahan transaksi terhadap minat belanja online di kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat belanja *online*, sedangkan variabel pengalaman belanja

dan kemudahan transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja *online*.

2.4 Kerangka Pikir Penelitian

Kerangka pikir dalam penelitian analisis permintaan jasa pengiriman barang *online* Kota Makassar, dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah (1) pendapatan, (2) tarif pengiriman, (3) waktu pengiriman (4) jarak, (5) Jaminan keamanan barang, (6) metode pembayaran. Variabel-variabel tersebut dimaksud akan lebih mengarahkan peneliti untuk mendapatkan informasi dalam menyelesaikan penelitian.

Teori permintaan menerangkan tentang hubungan antara kombinasi harga dan jumlah suatu barang yang ingin dan dapat dibeli oleh konsumen pada berbagai tingkat harga untuk suatu periode tertentu. Sehingga permintaan jasa dapat dikatakan suatu tindakan yang didukung oleh daya beli (Nopirin, 2010). Daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli atau membayar sejumlah jasa yang telah digunakan, yang biasanya dinyatakan dalam bentuk uang. Namun demikian daya beli tersebut juga relatif terbatas seperti halnya sumber-sumber ekonomi lainnya (Noor Aziz, 2003).

Pendapatan adalah hasil berupa uang atau hasil materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa manusia bebas (perusahaan atau individu) didalam produksi (Winardi, 2001). Pendapatan adalah semua penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pendapatan tersebut dapat berupa pendapatan tetap dan pendapatan sampingan.

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang jika mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swasta, 1996).

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2008).

penelitian oleh Subarka dan Susanti (2019), meneliti tentang analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T Express (studi kasus pada konsumen J&T Express DP Driyorejo Gresik). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa ekspedisi J&T ekspres (studi kasus pada konsumen J&T ekspres DP Driyorejo Gresik).

Lama pengiriman juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman barang hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Attamimi, dkk (2020), bahwa ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang secara tidak langsung akan mempengaruhi permintaan jasa pengiriman.

Ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga produk tersebut tiba ditangan konsumen (Handoko, 2010). Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak. Adapun indikator dari ketetapan waktu adalah (1) ketepatan waktu kedatangan, kedatangan paket yang diantar sesuai dengan jadwal yang telah tertera sebelumnya, (2) ketepatan waktu pengiriman, yaitu ketepatan waktu pengiriman paket sampe ketempat tujuan, (3) ketepatan waktu yang terstruktur, (4) efektifitas waktu yang telah ditentukan.

Faktor lain juga yang mempengaruhi permintaan jasa pengiriman yaitu lokasi. Hai ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniati (2018),

dimana penelitiannya tentang pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pengiriman barang di agen Tiki Sudimoro Sewon Bantul. Hasil penelitiannya mengatakan bahwa harga dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Pemilihan letak, tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan cermat terhadap beberapa faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan lokasi tersebut. (Tjiptono dan Candra dalam Mundir, 2015). (1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum, (2) Visibilitas, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal dan lokasi yang sering dilalui konsumen, (3) lalu lintas, dalam hal ini berkaitan dengan banyaknya orang yang lalu-lalang, bisa memberikan peluang besar untuk menarik perhatian konsumen dan terjadinya *impulse buying*, yaitu keputusan pembelian yang seringkali terjadi spontan, tanpa perencanaan, dan atau tanpa melalui usaha-usaha khusus.

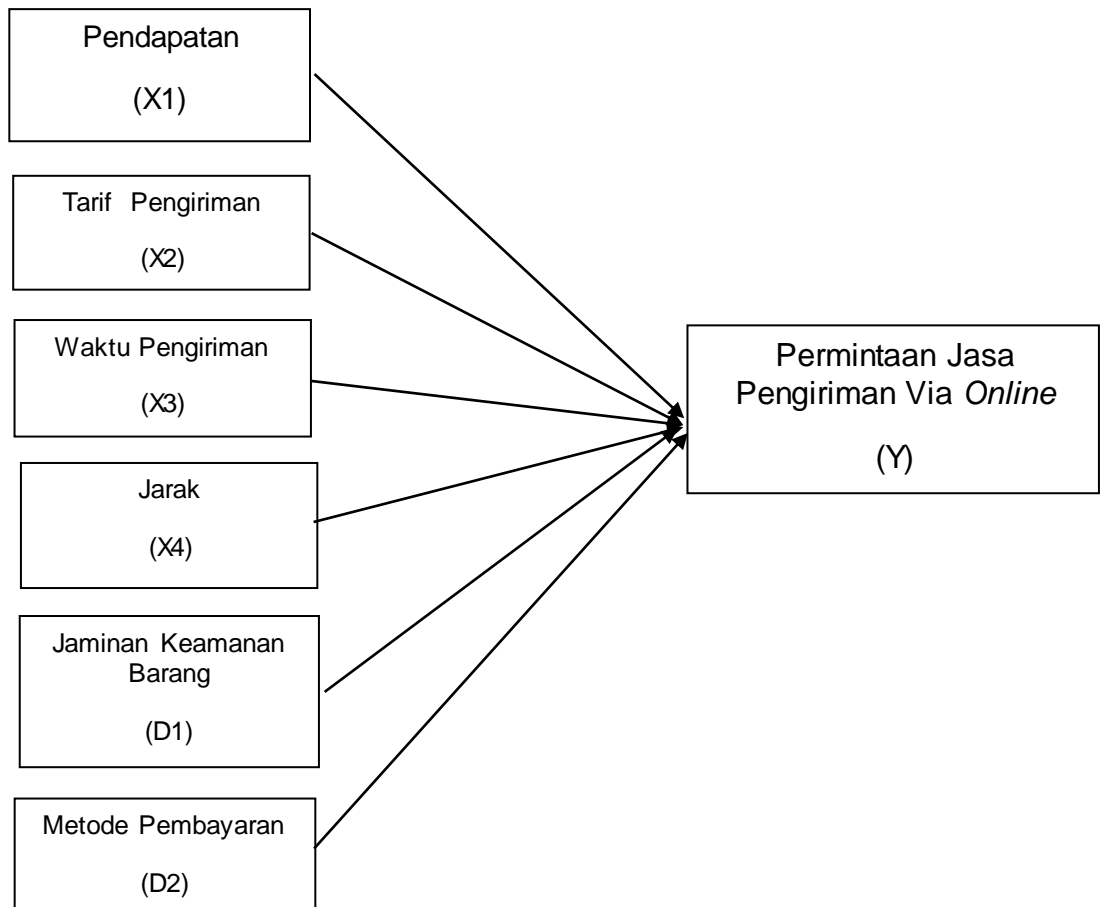
Faktor keamanan barang merupakan faktor yang penting dalam jasa pengiriman hal ini menyangkut kepercayaan konsumen. Pengangkut wajib menjaga keamanan barang milik konsumen agar tetap utuh dimulai ketika barang diserahkan hingga pada saat barang diserahkan di tujuan. Tidak dapat dipungkiri juga bahwa ada kendala-kendala yang dialami selama proses pengiriman yang dapat menimbulkan kerusakan, keterlambatan pengiriman, bahkan sampai terjadi kehilangan barang milik konsumen. Perusahaan jasa berkewajiban untuk bertanggung jawab terhadap kerugian yang diderita konsumen. Ada beberapa prinsip tanggung jawab dalam pengangkutan, yaitu : 1. Prinsip tanggung jawab berdasarkan atas dasar unsur kesalahan (*fault liability principle*); 2. Prinsip

tanggung jawab berdasarkan atas praduga (presumption of liability principle);
3. Prinsip tanggungjawab mutlak (absolute liability principle) (Prihartini, 2019).

Faktor kemudahan dalam transaksi merupakan faktor yang penting. Hal ini mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja online. Semakin mudah metode transaksi yang ditawarkan perusahaan maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen.

Dalam model penerimaan teknologi, faktor persepsi terhadap kemudahan untuk menggunakan teknologi dan persepsi terhadap daya guna sebuah teknologi berhubungan dengan sikap seseorang pada penggunaan teknologi tersebut. Sikap pada penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidak suka terhadap penggunaan suatu produk. Sikap suka atau tidak suka terhadap suatu produk ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku minat seseorang untuk menggunakan suatu produk atau tidak menggunakannya (minat atau tidak). Dimensi persepsi kemudahan, Davis (1989) membagi dimensi persepsi kemudahan penggunaan menjadi beberapa bagian yaitu : 1. Mudah dipelajari, dengan indikator tidak ada kesulitan dalam mempelajari dan mudah mendapatkan yang diinginkan. 2. Mudah dioperasikan, dengan indikator interaksi jelas dan dapat dimengerti, interaksi bersifat fleksibel. 3. Mudah menjadi mahir, dengan indikator semakin sering mengakses akan menjadi semakin mahir menggunakan dan objek mudah digunakan

Berdasarkan tinjauan teori dan hasil-hasil studi empiris yang telah diuraikan sebelumnya maka pada bagan ini akan diuraikan mengenai kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir Penelitian

2.5 Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Diduga pendapatan berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
2. Diduga tarif pengiriman berpengaruh negatif terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
3. Diduga waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
4. Diduga Jarak berpengaruh positif terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.

5. Diduga terdapat perbedaan pengaruh jaminan keamanan barang pada (0, tidak ada cacat) dan (1, ada cacat) terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar.
6. Diduga terdapat perbedaan pengaruh metode pembayaran pada (0, transfer) dan (1, COD) terhadap permintaan jasa pengiriman barang via *online* di Kota Makassar .