

Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pengguna Jasa pada Ekspedisi JNE Merauke

Leonora Puspa

Universitas Musamus, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Jun 23, 2025

Revised Jun 30, 2025

Accepted Jul 16, 2025

Kata Kunci:

Gaya hidup,
Sikap konsumen,
Keputusan pengguna

ABSTRACT

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk mengetahui gaya hidup dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pengguna jasa ekspedisi JNE baik secara parsial maupun secara simultan. Jenis pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan sikap konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspedisi JNE. Gaya Hidup dan Sikap Konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Keputusan Pengguna pada jasa Ekspedisi JNE Merauke

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Leonora Puspa,

Universitas Musamus, Indonesia,

Jl. Kamizaun, Mopah Lama, Rimba Jaya, Kec. Merauke, Kabupaten Merauke, Indonesia.

Email: puspa_febunmus@ac.id

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam perilaku konsumen, khususnya dalam hal berbelanja secara daring. Pergeseran preferensi dari belanja konvensional ke e-commerce didorong oleh kebutuhan akan efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kecepatan layanan (Putri & Riyadi, 2021). Fenomena ini tidak hanya terjadi di kota-kota besar, tetapi juga mulai menjangkau daerah pinggiran dan perbatasan, termasuk Kabupaten Merauke. Sebagai salah satu wilayah paling timur Indonesia, Merauke kini menjadi bagian dari perluasan ekosistem logistik nasional. Dalam hal ini, JNE sebagai salah satu perusahaan ekspedisi terkemuka di Indonesia memainkan peran penting dalam memastikan ketersediaan layanan pengiriman yang adaptif terhadap kebutuhan konsumen digital.

Dalam konteks perilaku konsumen, gaya hidup dan sikap telah diidentifikasi sebagai dua variabel psikografis utama yang memengaruhi keputusan pembelian maupun penggunaan jasa (Kotler & Keller, 2016). Gaya hidup merefleksikan pola konsumsi, aktivitas, minat, dan opini yang membentuk cara individu berinteraksi dengan produk atau layanan (Solomon, 2018). Sementara itu, sikap konsumen mencerminkan evaluasi internal terhadap objek atau situasi tertentu, yang meliputi dimensi kognitif, afektif, dan konatif (Schiffman & Wisenblit, 2015). Studi oleh Kaharu dan Budiarti (2016) menunjukkan bahwa sikap konsumen memiliki peran signifikan dalam membentuk keputusan pembelian jasa, sedangkan Sangadji dan Sopiah (2013) menegaskan bahwa respon emosional dan evaluatif terhadap produk atau layanan dapat memengaruhi loyalitas dan intensi penggunaan.

Untuk mendukung relevansi penelitian ini, peneliti melakukan survei awal terhadap 75 pengguna jasa ekspedisi di Merauke. Hasil survei menunjukkan bahwa 94,6% responden sering melakukan pembelian secara daring, mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen adalah digital buyer aktif yang memerlukan layanan logistik cepat dan andal. Sebanyak 90,6% responden menyatakan puas terhadap pelayanan jasa ekspedisi, dan 86,6% menunjukkan minat untuk

menggunakan kembali layanan tersebut. Namun demikian, hanya 78,6% yang tertarik menggunakan metode pembayaran Cash on Delivery (COD), dan bahkan hanya 68% yang pernah menggunakan jasa lebih dari satu kali. Tingkat keyakinan terhadap keamanan pengiriman juga masih tergolong rendah, yakni 61,3%. Temuan ini menjadi sinyal penting bagi penyedia jasa seperti JNE untuk memperkuat jaminan keamanan, transparansi, dan strategi retensi konsumen (Yulianti & Fatmawati, 2022).

Meskipun sejumlah penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh gaya hidup dan sikap terhadap keputusan konsumen, sebagian besar fokusnya berada pada konteks wilayah urban dan produk konsumsi (Ardhianti et al., 2022; Rahayu, 2023). Kajian yang secara spesifik menelaah dinamika psikografis konsumen dalam menggunakan layanan ekspedisi di wilayah perbatasan seperti Merauke masih sangat terbatas. Inilah yang menjadi dasar argumentasi kesenjangan literatur (literature gap) yang ingin dijawab oleh penelitian ini.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan pertanyaan utama: Bagaimana pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan penggunaan jasa ekspedisi JNE di Merauke? Penelitian ini menawarkan kontribusi konseptual melalui pendekatan psikografis dalam konteks layanan ekspedisi, serta kontribusi praktis dalam membantu JNE merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan berbasis karakteristik konsumen di wilayah berkembang. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman terhadap perilaku konsumen logistik sekaligus memberikan nilai tambah dalam perumusan kebijakan strategis di sektor jasa ekspedisi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta mengidentifikasi hubungan antarvariabel secara objektif, terukur, dan sistematis. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2017), pendekatan penelitian merupakan landasan metodologis yang digunakan untuk memperoleh jawaban ilmiah atas rumusan masalah yang diajukan. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya bertujuan mengkonfirmasi teori yang telah ada, tetapi juga memungkinkan penguatan atau penolakan terhadap hipotesis yang didasarkan pada kondisi empiris di lapangan. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode survei, menggunakan kuesioner tertutup sebagai alat ukur utama. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental, yaitu teknik non-probability sampling di mana responden dipilih berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan bersedia mengisi kuesioner, selama memenuhi kriteria sebagai pengguna layanan ekspedisi JNE. Teknik ini dinilai relevan karena mampu menjangkau responden secara praktis di lokasi operasional JNE, khususnya dalam konteks interaksi langsung antara perusahaan dan pelanggannya.

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 91 orang, yang seluruhnya merupakan pengguna layanan ekspedisi JNE di Kota Merauke. Lokasi ini dipilih karena JNE Merauke merupakan salah satu titik layanan logistik utama di kawasan perbatasan timur Indonesia, yang mencerminkan dinamika konsumen di wilayah geografis yang berbeda dari pusat-pusat urban lainnya. Pelaksanaan survei dilakukan selama bulan Oktober hingga November 2024, pada jam operasional layanan JNE Merauke, guna memperoleh respons dari konsumen aktif yang datang untuk mengirim, menerima, atau menanyakan status pengiriman barang. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator yang telah diadopsi dari penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan, guna menjamin validitas dan reliabilitas konstruk yang diukur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis

Tabel 1. Analisis Regresi

Sumber : Olahan data primer SPSS (2025)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.796	3.012		1.260	.211		
	Gaya Hidup	.675	.127	.502	5.315	.000	.583	1.714
	Sikap Konsumen	.489	.152	.304	3.212	.002	.583	1.714

a. Dependent Variable: Keputusan Pengguna

Tabel 2. Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2043.981	2	1021.991	51.954	.000 ^b
	Residual	1731.052	88	19.671		
	Total	3775.033	90			

a. Dependent Variable: Keputusan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Gaya Hidup

Sumber : Olahan data primer SPSS (2025)

Dari table 1 dapat diketahui bahwa:

1. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS v.26 diperoleh nilai thitung untuk variabel Gaya hidup adalah 5,315 dan nilai ttabel yaitu 1.66216. Sehingga nilai thitung 5,315 > ttabel 1.66216 dan nilai signifikansinya 0,002 < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna pada jasa ekspedisi JNE.
2. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS v.26 diperoleh nilai thitung untuk variabel Sikap konsumen adalah 3,212 dan nilai ttabel yaitu 1.66216 Sehingga nilai thitung 3,212 > ttabel 1.66216 dan nilai signifikansinya 0,000 < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna pada jasa ekspedisi JNE.
3. Berdasarkan tabel 2 (tabel anova) menyatakan bahwa Fhitung sebesar 51.954 untuk menentukan Ftabel dapat memakai tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, diketahui Ftabel dengan persamaan $df_1 = k - 1$ atau $2 - 1 = 1$, $df_2 = k : n - k$ atau $2 : 91 - 2 = 89$ (3,10). Hasil yang diperoleh untuk nilai Ftabel sebesar 3,10. Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS versi 26 menyatakan bahwa Fhitung ialah sebesar 51.954 > Ftabel sebesar 3,10. Dapat juga dilihat dari sig probabiliti yaitu 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05, maka menunjukkan bahwa variabel Gaya hidup dan Sikap konsumen Bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pengguna. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dinyatakan Gaya hidup dan Sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna jasa pada ekspedisi JNE.

Pembahasan

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pengguna.

Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial Gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna jasa pada ekspedisi JNE Merauke.

Hasil ini didukung oleh pernyataan responden pada indikator Pernyataan (Opinion) dengan pernyataan "Belanja di aplikasi online tidak membutuhkan banyak waktu untuk berbelanja". Artinya jika konsumen berbelanja dalam sebuah aplikasi online, maka secara tidak langsung ketika konsumen berbelanja dengan aplikasi online konsumen tidak perlu lagi repot-repot untuk melakukan pembelian di toko atau pasar sehingga dapat menghemat waktu konsumen. Dan juga pada indikator yang kurang dominan terdapat pada pernyataan "Saya tertarik untuk melakukan pembelian online pada aplikasi dengan menggunakan jasa ekspedisi JNE". Hal ini dapat diartikan bahwa Sebagian dari masyarakat belum tertarik untuk melakukan pembelian barang dengan menggunakan jasa ekspedisi JNE. Hal tersebut menimbulkan rasa kurang ketertarikan konsumen terhadap ekspedisi jasa yang dilihatnya kemudian konsumen akan memiliki keinginan untuk mencoba jasa ekspedisi yang sama dan hal itu akan mempengaruhi keputusan pengguna pada jasa ekspedisi tersebut.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Ramayani (2013) Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan pengguna Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa/i Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP Sumatera Barat menggunakan metode analisis deskriptif asosiatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa/i prodi pendidikan ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat dari tahun angkatan 2010 sampai dengan 2013 10 yang berjumlah 1084 orang dan teknik menentukan sampelnya menggunakan rumus slovin sehingga mendapat sampel sebesar 92 orang. Hasil statistik dalam penelitian ini adalah ada pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pengguna produk kosmetik pond's dengan taraf signifikansi 76,70%.

Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Luthfianto dan Suprihhadi (2017) gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang.

Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pengguna.

Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa secara parsial Sikap konsumen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pengguna jasa pada ekspedisi JNE Merauke.

Hasil ini didukung oleh pernyataan responden pada indikator Sikap Konsumen "Klaim tentang kualitas jasa ekspedisi JNE bisa di pertanggung jawabkan". Artinya konsumen percaya bahwa jasa ekspedisi JNE mampu bertanggung jawab apabila sewaktu-waktu terjadi hal-hal yang bisa merugikan konsumen. Dan juga pada indikator yang kurang dominan terdapat pada pernyataan "Saya memiliki pengetahuan tentang ekspedisi JNE". Artinya konsumen masih kurang mengetahui apa itu ekspedisi JNE sehingga banyak calon konsumen yang masih ragu untuk menggunakan jasa ekspedisi JNE.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Lestari (2017) Pengaruh Atribut Produk, Sikap, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan pengguna Di Coffee Toffee Padang menggunakan metode purposive sampling. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengunjungi Coffee Toffee yang ada di kota Padang dengan ukuran sampel menggunakan kriteria konsumen yang mengunjungi Coffee Toffee lebih dari sekali dan berusia >17 tahun sehingga mendapatkan sebesar 100 responden kesimpulan dalam penelitian ini adalah ada pengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna di Coffee Toffee Padang.

Hal ini didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Saktiana & Miftahuddin (2021) sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari, ini berarti bahwa sikap yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung. Sikap mungkin dihasilkan dari perilaku tetapi sikap tidak sama dengan

perilaku. Sikap dapat mendorong konsumen ke arah perilaku tertentu atau menarik konsumen dari perilaku tertentu.

Pengaruh Gaya hidup Dan Sikap konsumen Terhadap Keputusan Pengguna

Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai dari koefisien determinasi yaitu sebesar 0,541 yang berarti hal ini menunjukkan bahwa Gaya hidup dan Sikap konsumen memiliki kontribusi yang memengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 54%, sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh faktor ataupun variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kapantouw dan Mandey (2015) Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pengguna Handphone Asus Di Gamezone Computer Mega Mall Manado menggunakan metode penelitian survei. Sedangkan populasi dari penelitian ini adalah seluruh pengunjung atau konsumen di gamezone computer manado yang berjumlah rata-rata 400 konsumen perbulan, dari populasi tersebut penelitian ini mengambil sampel menggunakan rumus slovin dan diketahui mendapat 80 responden. Dari hasil penelitian ini peneliti menarik kesimpulan bahwa: sikap, norma subyektif serta gaya hidup mempengaruhi keputusan pengguna.

Dalam hal ini Gaya Hidup memiliki peran penting dalam strategi Pengambilan keputusan pengguna. Pada dasarnya, tujuan utama dari sebuah pengambilan keputusan adalah. Dengan adanya kesan yang baik akan menumbuhkan rasa kepercayaan konsumen terhadap jasa yang dipasarkan. Selain Gaya hidup, Sikap konsumen juga sangat mempengaruhi keputusan pengguna. Sikap adalah respon seseorang untuk menanggapi, menilai, dan bertindak terhadap objek sosial yang meliputi symbol, kata-kata, slogan, orang, lembaga, ide, dan lain sebagainya dengan hasil yang positif atau negatif. jika konsumen mampu membangun sebuah sikap yang kuat dipikiran melalui strategi pemasaran yang tepat akan mampu meningkatkan volume penjualan dan mempertahankan citra positif dari sebuah jasa. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu produk/jasa lebih mungkin untuk membeli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya hidup dan Sikap konsumen mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pngguna.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan sikap konsumen memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna jasa ekspedisi JNEdi Merauke. Secara parsial, gaya hidup terbukti berkontribusi dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih layanan pengiriman, yang menunjukkan bahwa semakin aktif dan dinamis gaya hidup seseorang, maka kecenderungan untuk menggunakan jasa ekspedisi seperti JNE juga akan meningkat. Sikap konsumen pun menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi, perasaan, dan kecenderungan konsumen terhadap layanan yang diberikan menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan mereka. Secara simultan, gaya hidup dan sikap konsumen secara bersama-sama terbukti berpengaruh terhadap keputusan pengguna. Hal ini memperkuat bahwa kedua variabel tersebut memiliki peran penting dan saling melengkapi dalam membentuk preferensi konsumen terhadap layanan ekspedisi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan pemahaman terhadap karakteristik gaya hidup serta pengelolaan sikap positif konsumen menjadi strategi yang relevan dalam memperkuat posisi dan daya saing JNE di Merauke.

Daftar Pustaka

- Ardhianti, M. P., Suryadi, A., & Supriyanto, E. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan JNE Express. *Jurnal SIBATIK*.
- Fitriani, Desi, Citra Ramayani, and Desi Areva. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan pengguna Produk Kosmetik Pond's Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat." Skripsi: STKIP PGRI Sumatera Barat.
- Kaharu, A., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*.
- Kapantouw, Christian, and Silvy L Mandey. 2015. "Pengaruh Sikap, Norma Subyektif, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pengguna Handphone Asus Di Gamezone Computer Mega Mall Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3(2).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lestari, Andryani. 2017. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan pengguna Produk Secara Online Di Kota Makassar."
- Luthfianto, Dawud, and Heru Suprihadi. 2017. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan pengguna Cafe Jalan Korea." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(2): 1–18. ejurnal.gunadarma.ac.id.
- Putri, A. R., & Riyadi, S. (2021). *Transformasi Digital dan Perubahan Perilaku Belanja Masyarakat Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Rahayu, S. (2023). *Pengaruh Logistics Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan JNE*. Repository Universitas Surabaya.
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). *Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto)*. *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45-62.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Publisher.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV.Alphabet
- Yulianti, D., & Fatmawati, I. (2022). *Analisis Loyalitas Konsumen dalam Penggunaan Jasa Logistik di Era Digital*. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.