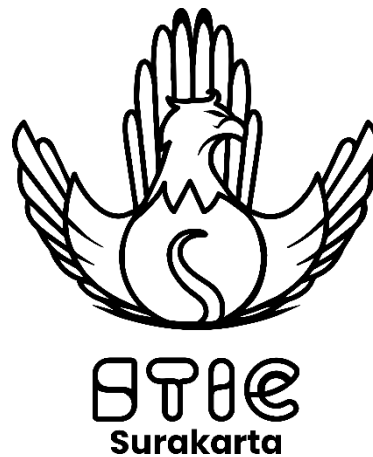


**PENGARUH *KECEPATAN PELAYANAN, HARGA DAN CITRA*
PERUSAHAAN TERHADAP *KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA* PADA
KANTOR JASA PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN
CABANG SUKOHARJO**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Dwi Nugroho

22120033

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2026**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

TUGAS AKHIR

**PENGARUH *KECEPATAN PELAYANAN, HARGA* DAN *CITRA PERUSAHAAN*
TERHADAP *KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA* PADA KANTOR JASA
PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG
SUKOHARJO**

Oleh:

Dwi Nugroho

22120033

Disetujui dan dipertahankan di hadapan
Dewan Penguji Tugas Akhir Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 19 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NUPTK. 2557752653130143

PENGESAHAN PENGUJI

TUGAS AKHIR

PENGARUH KECEPATAN PELAYANAN, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA KANTOR JASA
PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG
SUKOHARJO

Oleh:
Dwi Nugroho
22120033

Telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Tugas Akhir
Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Sukoharjo, 04 Februari 2026

Dewan Penguji

Andri Nurtantiono, S.E., M.M.

Ketua

: 

Dr. Budi Istiyanto S.E., M.M., M.H.

Anggota

: 

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta


Aditya Liliyan, S.M.B., M.M.
NUPTK. 5438767668131040

Kepala Program Studi S1 Manajemen


Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M.
NUPTK. 0256772673130313

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Nugroho

NIM : 22120033

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir yang berjudul:

PENGARUH KECEPATAN PELAYANAN, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG SUKOHARJO adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam Tugas Akhir ini diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan Tugas Akhir dan gelar yang saya peroleh dari Tugas Akhir ini.

Surakarta, 19 Januari 2026

Yang Membuat Pernyataan,



Dwi Nugroho

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan pertolongan, ridho dan petunjuk sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Terimakasih atas dukungan, motivasi dan do'a dari semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian penyusunan Skripsi. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Istri tercinta Ucik Mardini dan anak kesayangan Arvino Gafi Nigraha yang selalu memberikan do'a dan semangat dalam mengerjakan skripsi.
2. Kedua orangtua penulis, Bapak Nubroto dan Almarhumah Ibu Sri Sutarni, terimakasih sudah mengajarkan banyak hal dalam menjalani hidup, terimakasih sudah mengajarkan untuk tidak menyerah bahkan ketika dalam kondisi di titik terendah sekalipun. Terimakasih sudah memberikan pendidikan non formal terbaik.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. yang telah meluangkan waktu, membimbing, mendampingi, memberikan dukungan, tekanan yang positif, dan saran yang sangat bermanfaat sehingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
4. Seluruh keluarga besar dimanapun berada, terimakasih atas do'a dan dukungannya.
5. Semua sahabat, teman dan relasi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan dan dukungannya dalam mengerjakan skripsi.
6. Almamater Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
7. Terakhir, yang paling penting saya ingin mengucapkan banyak terimakasih pada diri saya sendiri karena sudah mampu bertahan sejauh ini, terimakasih untuk tetap percaya bahkan ketika semua orang meragukanmu. Karena suatu hari nanti, tidak peduli seberat apa perjalanannya, akan ada momen dimana kamu tersenyum dan berkata "It was hard, but I made it".

MOTTO

“Setiap orang punya start dan finishnya masing-masing, fokus pada apa yang sudah kita mulai kemudian selesaikan”

“Tantangan terbesarnya adalah untuk tetap percaya pada dirimu bahkan ketika semua orang meragukanmu”

(Jurgen Klopp)

“Everybody want to win, but not everybody want to work. They say they want success but they don't have discipline. Discipline is everything, it's not when you feel good, it's when you don't, when you tired, when you bored, when nobody watching, that's when it count. Everyday I wake up, I don't ask if I feel like train, I just do it. Because discipline don't care about feelings. Talent can make you shine one time, but discipline make you shine everytime, it's what keep you hungry, focused, ready, people think it's easy, they see the goals, the trophies, they don't see the sacrifice, the days I don't sleep, the moments I missed with family. Discipline is not a choice, it's a lifestyle. You do it because you must, because the day you stop, someone else working harder. So remember, discipline it's the difference between good and great. You want to be the best, then live like it every single day”

(Cristiano Ronaldo)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan Rahmat-Nya yang telah melindungi dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul “PENGARUH *KECEPATAN PELAYANAN, HARGA* DAN *CITRA PERUSAHAAN* TERHADAP *KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA* PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG SUKOHARJO”. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Aditya Liliyan, S.M.B., M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Muhammad Syihabuddin, S.Hum., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing, mendampingi, memberikan saran dan masukan positif selama masa bimbingan skripsi.
4. Seluruh Dosen dan Pengajar Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalamannya.
5. Bapak Agus Riyanto, S.T., MAPPI (Cert), selaku Partner / Pimpinan Cabang KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo yang telah memberikan izin penelitian kepada Penulis.
6. Seluruh karyawan dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo yang telah memberikan dukungan terbaik.
7. Untuk anak dan istri tercinta, terimakasih atas semangat dan cinta kasih yang sudah diberikan selama ini.
8. Untuk Bapak di Solo dan Almarhumah Ibu, terimakasih sudah memberikan doa dan dukungannya.

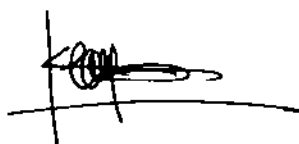
9. Teman seperjuangan R2 Manajemen secara umum, terimakasih atas semangat, dukungan, motivasi, dan do'a nya.
10. Secara khusus kepada Dwi Kristanto, Baihaqi Falah Amanullah, Alivia Wahyuningsih dan Allen Jessica Andrea Purnama, terimakasih sudah menjadi teman berbagi, teman berjuang dan sudah kebersamai dari mulai semester 1 (satu) sampai dengan hari ini, semoga pertemanan kita tidak berhenti sampai dengan berakhirnya kuliah ini, tapi sampai dengan nanti kita dipertemukan lagi pada kesempatan-kesempatan hebat berikutnya, angkat topi buat kalian, sukses selalu.
11. Klien dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan pendapat serta pengalamannya dalam menggunakan jasa dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun.

Semoga skripsi ini dapat berguna bagi para pembaca pada khususnya dan dunia Pendidikan pada umumnya.

Surakarta, 19 Januari 2026

Penulis,



Dwi Nugroho

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>KECEPATAN PELAYANAN, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN</i> TERHADAP <i>KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA</i> PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG SUKOHARJO	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Teori Yang Relevan	13
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	39
A. Objek Penelitian	39
B. Pendekatan Penilaian Dan Sumber Data	39
C. Variabel Penelitian	40
D. Definisi Operasional Variabel.....	43
E. Populasi Dan Sampel	45
F. Metode Dan Teknik Analisa Data.....	48
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56

B. Deskripsi Data Responden	57
C. Tanggapan Responden.....	59
D. Uji Instrumen Data	66
E. Uji Asumsi Klasik	68
F. Analisis Regresi Linear Berganda	70
G. Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Kantor Jasa Penilai Publik di Soloraya	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Lokasi Perusahaan atau Tempat Bekerja Responden	57
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Bidang Perusahaan Responden	58
Tabel 6. Tanggapan Responden pada Variabel Kecepatan Pelayanan	59
Tabel 7. Tanggapan Responden pada Variabel Harga.....	61
Tabel 8. Tanggapan Responden pada Variabel Citra Perusahaan.....	63
Tabel 9. Tanggapan Responden pada Variabel Keputusan Penggunaan Jasa.....	64
Tabel 10. Hasil Uji Validitas	66
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 12. Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 13. Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 14. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	70
Tabel 15. Analisis Regresi Linear Berganda.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Laporan Penilaian Tahun 2022 – 2024	6
Gambar 2. Data Tujuan Penilaian Tahun 2022 – 2024	7
Gambar 3. Kerangka Pikir.....	33

ABSTRAK

PENGARUH *KECEPATAN PELAYANAN*, *HARGA* DAN *CITRA PERUSAHAAN*
TERHADAP *KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA* PADA KANTOR JASA
PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG
SUKOHARJO

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Kecepatan Pelayanan*, *Harga* dan *Citra Perusahaan* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, menggunakan rumus Hair et al. Pada penelitian ini jumlah sampel 102 orang yang berasal dari klien yang pernah menggunakan jasa dari Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didasarkan pada kriteria Skala Likert. Analisis data melalui uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan uji t dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ditemukan bahwa kecepatan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo. Sedangkan harga dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

Kata kunci: *Kecepatan Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan, Keputusan Penggunaan Jasa*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE SPEED, PRICE AND COMPANY IMAGE ON THE DECISION TO USE SERVICES AT THE SUGIANTO PRASODJO AND ASSOCIATES PUBLIC APPRAISAL SERVICES OFFICE, SUKOHARJO BRANCH

This research aims to analyze the influence of Service Speed, Price and Company Image on the Decision to Use Services at the Public Appraisal Office of Sugianto Prasodjo and Partners, Sukoharjo Branch. The sampling technique uses non-probability sampling, using the formula of Hair et al. In this research, the number of samples is 102 people who come from clients who have used the services of the Public Appraisal Office of Sugianto Prasodjo and Partners, Sukoharjo Branch. Data collection uses a questionnaire based on Likert Scale criteria. Data analysis through validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests with t-tests and coefficients of determination (R^2) using SPSS version 25. The research results found that service speed did not significantly influence the decision to use services at the Public Appraisal Services Office of Sugianto Prasodjo and Partners, Sukoharjo Branch. Meanwhile, price and company image had a positive and significant influence on the decision to use services at the Public Appraisal Services Office of Sugianto Prasodjo and Partners, Sukoharjo Branch.

Keywords: Speed Of Service, Price, Company Image, Service Use Decisions

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Badan usaha jasa profesional yang beroperasi di Indonesia terus menghadapi tantangan yang substansial seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Ini berkembang menjadi industri ekonomi yang menyediakan layanan yang mengacu pada pemahaman, kapabilitas dan keahlian yang bermaksud untuk memenuhi kepentingan klien secara efisien dan efektif (Lupiyoadi, 2014). Pertumbuhan industri ini juga tercermin dalam meningkatnya jumlah perusahaan yang bekerja dalam industri ini.

Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) adalah sebuah lembaga atau kantor yang menyediakan jasa penilaian aset, baik berupa properti, bisnis, maupun aset lainnya, yang dilakukan oleh seorang Penilai Publik yang telah memiliki sertifikasi dan izin resmi dari pemerintah Indonesia. Kantor Jasa Penilai Publik berperan penting dalam memberikan penilaian yang objektif, independen dan profesional untuk berbagai keperluan bisnis, hukum dan keuangan.

Appraisal atau penilai belum dikenal secara umum di Indonesia, hal ini karena appraisal masih dalam tahap pertumbuhan. Tidak heran jika masyarakat umum masih banyak yang belum mengetahui apa itu Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP). Hal ini dikarenakan keberadaannya belum diatur dalam suatu undang-undang tersendiri. Saat ini KJPP baru memiliki

peraturan yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan yaitu PMK No. 101/PMK.01/2014.

Penilai didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki kualifikasi, kemampuan dan pengalaman dalam melakukan kegiatan penilaian yang sekurang-kurangnya telah lulus Pendidikan awal Penilaian yaitu PDP 1, PDP 2 dan PDS.

Profesi penilai mempunyai peranan yang cukup penting dan strategis dalam bidang pembangunan di Indonesia, baik dalam sektor pengelolaan kekayaan negara, perpajakan, perbankan, pasar modal, pembangunan infrastruktur dan lain sebagainya. Dalam Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK), perusahaan jasa penilaian merupakan organisasi atau entitas yang menyediakan layanan profesional untuk menentukan nilai dari suatu aset, properti, atau entitas lainnya. Penilaian dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip penilaian, kode etik dan Standar Penilaian Indonesia (SPI). Perkembangan industri jasa penilaian dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pertumbuhan ekonomi, aktifitas investasi, regulasi pemerintah dan perkembangan teknologi. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, permintaan akan jasa penilaian properti juga semakin meningkat.

Berdasarkan data dari Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) per 31 Mei 2025, daftar izin usaha Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) terdapat 134 perusahaan, dengan jumlah kantor cabang sebanyak 454

perusahaan yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia. Dengan jumlah perusahaan yang ada saat ini akan menimbulkan persaingan yang sangat ketat, sehingga membuat perusahaan termotivasi untuk selalu memberikan pelayanan yang maksimal kepada klien. Kepuasan klien menggunakan jasa menjadi faktor krusial dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan operasional dari Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP). Selain itu, dalam konteks industri jasa penilaian, dimana proses penilaian membutuhkan keahlian dan keterampilan khusus, faktor pelayanan menjadi sangat krusial. Terdapat aspek-aspek tertentu dalam pelayanan Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) yang harus selalu dievaluasi, seperti kualitas pelayanan dan akurasi hasil penilaian.

Tabel 1. Daftar Kantor Jasa Penilai Publik di Soloraya

No.	Nama	Alamat
1	Jimmy Prasetyo & Rekan (Cabang)	Perum Griya Retama Blok C.6 RT 07 RW 09, Gedongan, Colomadu, Karanganyar
2	Hari Utomo dan Rekan (Cabang)	Jl. Raya Samben Parangjoro No. 4 RT 01 / RW 01, Gunting, Wonosari, Klaten
3	Agus, Firdaus & Rekan (Cabang)	Jl. Melati III Nomor AA 120, RT 003 / 012, Baturan, Colomadu, Karanganyar
4	Andang Kosasih, Maman Firmansyah, Agus Prihatanto & Rekan (Cabang)	Jl. Pandan V No 7, Perum Baturan Asri, Baturan, Colomadu, Karanganyar
5	Sugianto Prasodjo dan Rekan (Cabang)	Perumahan Safira Waru Kav. G-11, Waru, Baki, Sukoharjo
6	Dasa'at, Yudistira dan Rekan (Cabang)	Kp. Norowangsari, Jl. Temulawak No 20 RT 02 RW 13, Pajang, Laweyan, Surakarta
7	Benedictus Darmapuspita dan Rekan (Cabang)	Perumahan Warubumi Aria Graha No. 14, Waru, Baki, Sukoharjo

8	Kusno Raharjo dan Rekan (Cabang)	Jl. Jenderal Basuki Rahmat RT 01 RW 05, Suruhkalang, Jaten, Karanganyar
9	Felix Sutandar & Rekan (Cabang)	Perumahan Queen Garden 6 Blok K No. 23, Waru, Baki, Sukoharjo
10	Satria Setiawan dan Rekan (Cabang)	Perumahan Fajar Permata Blok E Nomor 5 RT 006 RW 003, Baturan, Colomandu, Karanganyar
11	Ova Mustopa Soleh dan Rekan (Cabang)	Perumahan Josroyo Indah No. 1930 RT 012 RW 015, Jaten, Jaten, Karanganyar
12	Patuh Ansori Rahman dan Rekan (Cabang)	Perum Solo Valley No. 60, RT 002 RW 002, Mayang, Gatak, Sukoharjo
13	Ruddy Barus Yenny dan Rekan (Pusat)	Jl. DI Panjaitan No. 39, Rejosari RT 005 RW 013, Gilingan, Banjasari, Surakarta
14	Sih Wiryadi dan Rekan (Pusat)	Jl. Ki Mangun Sarkoro No. 55, Nusukan, Banjarsari, Surakarta

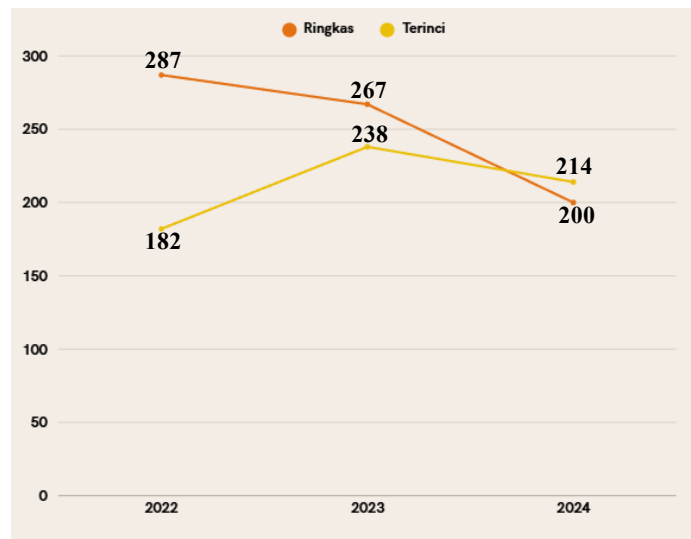
Sumber: Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK)

Berdasarkan tabel 1 diatas, perkembangan Kantor Jasa Penilai Publik khususnya di wilayah Soloraya semakin banyak. Data dari Pusat Pembinaan Profesi Keuangan (PPPK) per 31 Mei 2025, terdapat 12 kantor cabang dan 2 kantor pusat di wilayah Soloraya. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Kantor Jasa Penilai Publik menilai pangsa pasar di wilayah Soloraya cukup menjanjikan. Dengan jumlah Kantor Jasa Penilai Publik sebanyak itu, persaingan untuk mendapatkan klien akan semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat antar Kantor Jasa Penilai Publik menuntut perusahaan untuk dapat menggunakan sumber daya yang dimilikinya secara efektif dan efisien sehingga mendapatkan keunggulan kompetitif.

KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan memiliki kantor pusat di 18 Office Park Lantai 3 Unit 3E, Jalan TB Simatupang No. 18, Kebagusan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, dengan surat Izin Usaha No. 2.15.0131 yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan No. 722/KM.1/2015 tanggal 09 September 2015. Perusahaan ini menawarkan jasa penilaian yang independen, profesional dan berpengalaman di dalam berbagai sektor industri dimana didukung oleh para tenaga ahli yang sangat berpengalaman di bidangnya. Adapun jasa penilaian yang ditawarkan meliputi :

1. Penilaian real property berupa tanah kosong dan tanah bangunan.
2. Penilaian personal property berupa kendaraan, mesin / peralatan dan kapal.
3. Penilaian bisnis (Entitas bisnis, surat berharga, aset tak berwujud, opini kewajaran).
4. Pengawasan Proyek.

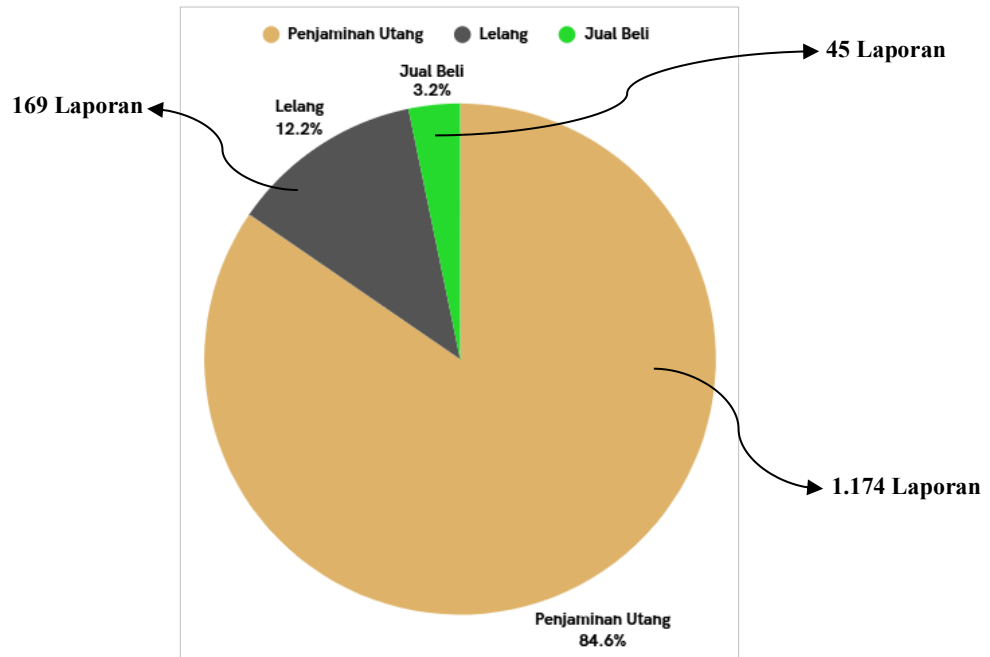
Gambar 1. Data Laporan Penilaian Tahun 2022 – 2024



Sumber: admin KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo

Berdasarkan gambar 1 diatas, jumlah laporan penilaian ringkas (short report) tahun 2022 adalah 287 laporan, tahun 2023 adalah 267 laporan dan tahun 2024 adalah 200 laporan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam kurun waktu tersebut jumlah laporan selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Sedangkan untuk jumlah laporan penilaian terinci (full report), jumlah laporan penilaian tahun 2022 adalah 182 laporan, tahun 2023 adalah 238 laporan dan tahun 2024 adalah 214 laporan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam kurun waktu tersebut jumlah laporan cukup stabil, dengan jumlah laporan penilaian terbanyak terjadi pada tahun 2023.

Gambar 2. Data Tujuan Penilaian Tahun 2022 – 2024



Sumber: admin KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo

Berdasarkan gambar 2 diatas mulai tahun 2022 sampai dengan tahun 2024, tujuan penilaian penjaminan utang (perbankan) mendominasi dengan 1.174 laporan (84,6%), Lelang 169 laporan (12,2%) dan Jual Beli 45 laporan (3,2%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, jumlah pengguna jasa / klien terbanyak dari Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) adalah perbankan. Dengan kondisi tersebut, Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP) dituntut untuk memberikan pelayanan terbaik dalam hal kualitas teknis dan akurasi hasil penilaian agar selalu menjadi rekanan dari pemberi tugas (dalam hal ini perbankan).

Menurut Amir Solihin, ST., MAPPI (Cert.), Media Penilai (2024), Porsi market share penilai publik berpotensi berkurang dan hal ini berdampak pada kompetisi di tingkat Kantor Jasa Penilai Publik (KJPP)

menjadi semakin terasa. Kompetisi terbaik dalam profesi penilai adalah kompetisi dalam hal baiknya kualitas teknis dan pelayanan. Namun, karena persaingan begitu ketat, persaingan hargapun ikut mendominasi. Tidak jarang di lapangan ada KJPP yang menawarkan harga di bawah Pedoman Standar Imbalan Jasa (SIJ) yang telah disusun IKJPP (Ikatan Kantor Jasa Penilai Publik) MAPPI. Persaingan dalam industri yang sudah ada sangatlah tinggi sehingga sering kali mengakibatkan penurunan harga dan laba. Kondisi tersebut ditambah dengan saat ini perbankan sudah mulai menggunakan penilai internal bank untuk melakukan penilaian aset untuk tujuan penjaminan utang. Sehingga mengakibatkan KJPP tidak hanya bersaing dengan KJPP lainnya, akan tetapi bersaing dengan penilai internal bank.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Nuri Lestari & Widyaningsih, 2024), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel service excellent, keamanan dan kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim menggunakan jasa Pegadaian CP Kartasura. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hatmah, 2023), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kecepatan pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman di Usaha Expedisi H. Atu Kapuas.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Marissa Grace Haque, 2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Mongisidi et al., 2019), hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial lifestyle tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike, secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike dan secara simultan atau bersama-sama lifestyle dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Nike.

Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Sinambela et al., 2020), hasil penelitian ditemukan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wings Food di Kota Mojokerto. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wings Food di Kota Mojokerto. Harga dan citra perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wings Food di Kota Mojokerto. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Siti Lam'ah Nasution, 2019), hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan pelayanan

dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Master Cash & Credit Kota Pinang.

Berdasarkan research gap dari beberapa penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda-beda, maka penulis menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *kecepatan pelayanan* terhadap keputusan penggunaan jasa penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo?
2. Bagaimana pengaruh *harga* terhadap keputusan penggunaan jasa dalam menggunakan jasa penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo?
3. Bagaimana pengaruh *citra perusahaan* terhadap keputusan penggunaan jasa dalam menggunakan jasa penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *kecepatan pelayanan* terhadap keputusan penggunaan jasa penilaian pada KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh *harga* terhadap keputusan keputusan penggunaan jasa penilaian pada KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh *citra perusahaan* terhadap keputusan penggunaan jasa penilaian pada KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti maupun pembaca untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan dan pengalaman yaitu bahwa ada berbagai faktor yang dapat mempertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan positif bagi perusahaan yang bersangkutan untuk mengevaluasi dan

membuat standar kualitas pelayanan yang baik kepada klien dari Kantor
Jasa Penilai Publik dan Rekan Cabang Sukoharjo.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Teori Yang Relevan

1. Kecepatan Pelayanan

a. Pengertian Kecepatan Pelayanan

Kecepatan pelayanan secara umum adalah kemampuan suatu organisasi atau perusahaan dalam memberikan layanan secara cepat kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu terlalu lama untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan. Kecepatan pelayanan merupakan salah satu dimensi penting dalam kualitas pelayanan yang sangat menentukan persepsi dan kepuasan pelanggan.

Menurut (Chandra, n.d.), Kecepatan pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam merespon kebutuhan pelanggan dengan segera, termasuk ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan sesuai janji.

Menurut Afandi Munief (2019), dalam Nanda Kusharawati (2022), kecepatan pelayanan terdapat dalam kualitas pelayanan. Kecepatan pelayanan merupakan keinginan peritel untuk dapat memberikan layanan kepada para pelanggannya dengan tepat dan cepat.

Dengan demikian kecepatan pelayanan merupakan durasi waktu yang dihabiskan oleh pelanggan sejak mereka menyampaikan permintaan jasa sampai dengan layanan tersebut selesai diberikan. Semakin singkat waktu tunggu yang dialami pelanggan, maka semakin tinggi persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diterima, karena pelanggan cenderung menginginkan pelayanan yang responsif, efisien dan minim hambatan.

b. Indikator Kecepatan Pelayanan

Menurut (Chandra, n.d.), Kecepatan pelayanan dapat diukur melalui beberapa indikator, di antaranya:

1. Waktu Tunggu : Mengukur berapa lama pelanggan harus menunggu untuk dilayani atau mendapatkan hasil dari layanan yang diminta.
2. Kesigapan dan Kecepatan Karyawan : Mengukur seberapa cepat karyawan merespons dan menyelesaikan tugasnya dalam melayani pelanggan.
3. Kecepatan Informasi : Seberapa cepat pelanggan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.
4. Kecepatan Penyelesaian : Mengukur waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi atau masalah pelanggan.

5. Ketepatan Waktu : Memastikan layanan, seperti pengiriman barang, sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan kepada pelanggan.

2. Harga

a. Pengertian Harga

Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh pelanggan.

Menurut Kotler & Armstrong (2016), dalam Muhammad Haikal Aliftian Nantigiri, dkk (2021), harga adalah sejumlah uang yang dikeluarkan untuk suatu produk atau jasa atau sejumlah nilai yang dituturkan oleh pelanggan untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan maupun penggunaan dari sebuah produk atau jasa.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) dalam Muhammad Haikal Aliftian Nantigiri, dkk (2021), harga merupakan jumlah uang (satuan moneter) atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.

Dengan demikian harga dapat diartikan sebagai nilai dari suatu barang atau jasa yang telah ditetapkan dan dinyatakan dalam

bentuk uang atau alat tukar lain yang memiliki nilai setara. Dalam kondisi pasar tertentu, harga bisa berubah dalam waktu yang relatif singkat. Apabila suplay tinggi sedangkan demand rendah, harga masih normal atau cenderung lebih murah. Sebaliknya apabila demand tinggi sedangkan suplay rendah, harga akan menjadi lebih mahal. Harga juga memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen, karena persepsi pelanggan terhadap harga akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas mereka terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:278) dalam Geo Vanny Maruli Tua, dkk (2022), indikator harga meliputi:

1. Keterjangkauan Harga

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.

3. Daya Saing Harga

Penawaran harga yang diberikan oleh produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain dengan produk yang sejenis.

4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

3. Citra Perusahaan

a. Pengertian Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah persepsi publik berupa kesan, gambaran, atau respon psikologis terhadap perusahaan, yang terbentuk dari akumulasi pengalaman, pengetahuan dan komunikasi.

Menurut Kumadji dan Kusumawati (2017) dalam Herlina Efrilia Seke, dkk (2023), Citra Perusahaan adalah sebuah gambaran, kesan, keyakinan dan pandangan seseorang yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya tentang citra perusahaan secara keseluruhan dari elemen-elemen perusahaan tidak hanya produk atau pelayanan dari sebuah perusahaan.

Menurut Rosa Lesmana & Yustriani (2017) dalam Rachmat Tri Yuli Yanto, Sri Djireh Anggraini (2023), Citra Perusahaan adalah citra yang berkaitan dengan institusi sebagai tujuan utamanya yang berkaitan dengan bagaimana citra institusi yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publik.

Dengan demikian publik melihat citra perusahaan sebagai hal yang perlu dipertimbangkan, apabila persepsi publik terhadap

suatu perusahaan baik, hal tersebut dapat membuat publik menilai bahwa perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain.

b. Indikator Citra Perusahaan

Adapaun indikator citra perusahaan menurut Rosa Lesmana & Yustriani (2017), dalam Rachmat Tri Yuli Yanto, Sri Djireh Anggraini (2023) sebagai berikut:

1. Personality (Kepribadian) : Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh publik / sasaran.
2. Reputation (Reputasi) : Dalam hal ini, reputasi dapat tercipta dalam benak publik berdasarkan pengalaman pribadi yang berkaitan dengan hal yang telah dilakukan perusahaan seperti kinerja pada saat melakukan transaksi.
3. Value (Nilai) : Nilai nilai yang dimiliki suatu perusahaan (budaya perusahaan) dalam hal cepat tanggap karyawan terhadap permintaan atau keluhan pelanggan, sikap peduli manajemen terhadap pelanggannya.
4. Corporate Identity (Identitas Perusahaan) : Merupakan komponen-komponen Perusahaan yang dapat dikenal publik dengan mudah seperti logo, warna dan slogan perusahaan.

4. Keputusan Penggunaan Jasa

a. Pengertian Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan penggunaan jasa adalah alasan menggunakan layanan, juga dikenal sebagai alasan pembelian, merupakan komponen dari pengalaman konsumen. Keputusan pembelian atau keputusan penggunaan jasa merupakan langkah yang diambil oleh konsumen dalam melaksanakan transaksi pembelian atau penggunaan layanan. Dalam konteks ini, konsumen berada dalam tahap di mana mereka harus membuat keputusan yang mempengaruhi bagaimana mereka akan berinteraksi dengan produk atau layanan tertentu. Ini mencakup pemilihan barang atau jasa yang akan dibeli, kapan akan membelinya, dari mana akan membelinya, dan bagaimana mereka akan menggunakannya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 177) keputusan penggunaan jasa merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Alma (2013: 96), keputusan penggunaan jasa adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga

membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul pada produk apa yang akan dibeli.

Dengan demikian dapat diartikan bahwa keputusan penggunaan jasa merupakan suatu tindakan yang diambil oleh pelanggan setelah melewati semua proses dari awal pengenalan produk atau jasa sampai dengan keputusan pembelian dan perilaku klien setelah melakukan pembelian produk atau jasa.

b. Tahapan Proses Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2016), tahapan proses keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan ini bisa dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencarian Informasi

Konsumen yang mengetahui akan kebutuhannya, terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Besarnya pencarian yang dilakukan tergantung kekuatan dorongannya, jumlah informasi yang telah dimilikinya, kemudahan mendapatkan dan nilai yang diberikan pada informasi tambahan, serta kepuasan

dalam pencarian informasi tersebut. Sumber informasi konsumen dibagi dalam empat kelompok, sebagai berikut:

- a. Sumber Pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan)
- b. Sumber Komersial (iklan, tenaga penjual, dealer, kemasan, tayangan)
- c. Sumber Umum (media massa, organisasi pemeringkat produk)
- d. Sumber Pengalaman (menangani, memeriksa, memakai produk)

3. Evaluasi Alternatif

Ada beberapa proses evaluasi keputusan, model yang terbaru memandang proses ini sebagai proses yang berorientasi pemikiran atau kognitif. Dalam hal ini, konsumen dipandang sebagai pembentuk pertimbangan sebagian besar atas dasar kesadaran yang rasional. Beberapa konsep dasar dalam memahami proses evaluasi oleh konsumen:

- a. Konsumen mencoba untuk memenuhi suatu kebutuhan.
- b. Konsumen mencari manfaat tertentu dari produk.
- c. Konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut yang memiliki kemampuan yang berbeda-beda untuk memberikan manfaat yang dicari untuk memenuhi kebutuhan.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi alternatif, konsumen membentuk preferensi atas merek di dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga membentuk suatu maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Dalam melaksanakan maksud atau keputusan pembelian, konsumen bisa mengambil lima sub keputusan: merek, dealer, kualitas, waktu dan metode pembayaran.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan atas barang atau jasa yang telah dikonsumsi dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Kepuasan Pasca Pembelian

Kepuasan pembelian adalah hasil dari kedekatan antara harapan pembeli dengan persepsi yang didapat terhadap kinerja produk atau jasa. Jika kinerja tidak memenuhi harapan, pelanggan akan kecewa, jika memenuhi harapan, pelanggan akan merasa puas, jika melampaui harapan, pelanggan akan senang. Perasaan ini membuat perbedaan: apakah pelanggan akan membeli produk itu lagi dan berbicara yang menguntungkan (atau tidak) mengenai produk tersebut kepada orang lain.

b. Tindakan Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya. Jika puas, konsumen akan menunjukkan kemungkinan lebih tinggi untuk membeli atau menggunakan produk itu lagi. Pelanggan yang tidak puas akan bertindak sebaliknya. Mereka memungkinkan mengembalikan atau bahkan membuang produk tersebut atau mengambil tindakan publik seperti mengajukan keluhan ke perusahaan, pengacara atau kelompok lain.

c. Indikator Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut Kotler & Keller (2012) dalam Dwi Nanda Sukma Prihantini (2023), terdapat beberapa indikator yang digunakan dalam menentukan keputusan penggunaan:

1. Keyakinan

Pada proses penentuan keputusan penggunaan suatu aplikasi, pengguna telah melakukan pencarian informasi terkait dengan aplikasi yang dimaksud dengan berbagai macam informasi yang telah didapat, pengguna kemudian akan membuat keputusan untuk melakukan tindakan penggunaan yang disebabkan oleh rasa yakin untuk melakukan penggunaan pada aplikasi tersebut.

2. Kecepatan Dalam Memutuskan Penggunaan

Sering kali pengguna menentukan keputusannya dalam kurun waktu yang sangat cepat yang didasari pada pilihan yang sangat sederhana dan dengan menggunakan pedoman-pedoman umum dengan dasar dari sebagian informasi yang dimilikinya saja. Misalnya seperti setelah mengetahui tentang fitur layanan yang disediakan, kelebihan dan kekurangan secara singkat. Menemukan informasi mengenai hal-hal tersebut pada masa kini bukan lah sesuatu yang sulit. Hal inilah yang kemudian menyebabkan seorang pengguna dapat mengambil keputusan penggunaan dalam waktu yang sangat cepat.

3. Melakukan Penggunaan Ulang

Setelah menggunakan suatu aplikasi dan seorang pengguna merasakan manfaat positif atas apa yang telah dilakukannya akan membuat pengguna merasa yakin untuk menggunakan lagi aplikasi tersebut sehingga akan terjadi penggunaan ulang. Saat seorang pengguna merasakan hal ini, penggunaan cenderung kehilangan minat untuk melakukan penggunaan pada aplikasi sejenis.

4. Merekomendasikan Pada Orang Lain

Berdasarkan pada berbagai macam manfaat yang telah dirasakan oleh pengguna yang didapatkan pada pengalaman sebelumnya, seorang pengguna akan merekomendasikan aplikasi yang

digunakannya kepada orang lain. Hal ini kemudian akan menjadi sebuah informasi baru bagi orang yang mendapatkan rekomendasi tersebut, yang mana hal ini merupakan salah satu cara untuk memperkaya pengetahuan pengguna.

B. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai upaya untuk mencari perbandingan dan sebagai inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nuri Lestari & Meilana Widyarningsih (2024)	Pengaruh Service Excellent, Keamanan, Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Muslim Menggunakan Jasa Pegadaian CP Kartasura	Penelitian ini menggunakan metode uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji ketetapan model dan uji hipotesis	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel service excellent, keamanan dan kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim menggunakan jasa Pegadaian CP Kartasura
2.	Jarot Santosa & Denny Mahendra (2019)	Pengaruh Suku Bunga, Prosedur Pelayanan Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Keputusan Pengambilan	Penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji t, uji F, uji koefisien determinasi dan analisis jalur	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel suku bunga, prosedur pelayanan, kecepatan pelayanan dan kepercayaan

		Kredit Pada BRI Di Wilayah Surakarta		berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di BRI wilayah Surakarta
3.	Aan Kurnia Irman (2024)	Pengaruh Promosi Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Online Sakinah Mart	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode kualitatif (mixed methods)	Hasil penelitian menemukan bahwa promosi dan kecepatan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko online sakinah mart
4.	Aprilia Sukwandari (2024)	Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Kelengkapan Peralatan Medis, Dan Komunikasi Terhadap Keputusan Pasien Menggunakan (Studi Pada Customer Care RS PHC Surabaya)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan uji instrument, uji asumsi klasik dan uji hipotesis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, kelengkapan alat medis dan komunikasi berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam menggunakan jasa RS PHC Surabaya
5.	Marisa Eka Salfira (2024)	Analisis Minat, Kecepatan Dan Kualitas Layanan Dalam Memilih BSI Smart Agent Sebagai Media Transaksi Keuangan (Studi Pada UMKM di Bank Syariah Indonesia KCP Bandar Lampung Teluk Betung)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel minat, kecepatan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dalam memilih BSI Smart Agent sebagai media transaksi keuangan
6.	Marissa Grace Haque (2020)	Pengaruh Kualitas Produk	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan

		Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama di Jakarta	metode explanatory research dengan teknik analisis menggunakan analisis statistic dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis	bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta
7.	Abdul Mukti & Kartin Aprianti (2021) (Mukti, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien kolerasi berganda, uji determinasi dan uji t (parsial) dan uji F	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee
8.	Asrizal Efendy Nasution et al., (2019)	Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan	Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif deskriptif dengan uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f) dan uji koefisien determinasi	Hasil penelitian menyatakan bahwa secara parsial variabel harga dan promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di 212 Mart Medan. Sedangkan variabel kepercayaan dan karakteristik konsumen berpengaruh positif dan signifikan

9.	Budi Istiyanto & Lailatan Nugroho (2016)	Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan uji instrumen, uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Brand Image tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
10.	Wico Jontarudi Tarigan et al., (2022)	Bauran Produk dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Salon Tanta di Pematangsiantar	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan Uji validitas, uji reliabilitas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Autokorelasi Normalitas, Multikolinearitas, dan Koefisien Determinasi	Hasil penelitian ini adalah bauran produk dan harga diskon pada Tanta Salon Pematangsiantar memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap pengambilan keputusan
11.	Ella Anastasya Sinambela et al., (2020)	Pengaruh Variabel Harga dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wingsfood	Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wingsfood di kota Mojokerto. Sedangkan secara simultan harga dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk

				Wingsfood di kota Mojokerto
12.	Salas Ayala et al., (2022) (Pembelian & Pendahuluan, 2022)	Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan, pengetahuan dan citra perusahaan memiliki hubungan parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi. Sedangkan secara simultan kepercayaan, pengetahuan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi
13.	Jainudin Lagautu et al., (2019)	Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Matahari Department Store Mantos	Penilaian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dilengkapi pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t, dan secara simultan dengan uji F	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra, kualitas pelayanan dan persepsi konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari Department Store Mantos
14.	Kamaruddin et al., (2021)	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepercayaan Konsumen	Penelitian ini menggunakan metode The Structural Equation Model	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan dan

		Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Online Di Marketplace Shopee Di Kabupaten Bireuen	(SEM) dengan analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji outlier data, uji multikolinearitas dan singularitas, uji full model	positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian online pada marketplace Shopee di Kabupaten Bireuen. Selanjutnya Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian online pada marketplace Shopee di Kabupaten Bireuen
15.	Devi Diana Safitri et al., (2020)	Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen di Surabaya)	Penelitian ini menggunakan Teknik snowball sampling. Teknik analisis datanya Regresi Linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, citra perusahaan dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
16.	Arif Rahman (2019)	Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Banjarmasin	Penelitian ini menggunakan metode Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Merek, Kepercayaan Merek, Promosi, dan Nilai Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan jasa oleh konsumen GOJEK
17.	I K.A.W. Purnawan &	Pengaruh Word Of Mouth Dan	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa word of

	I N. Suarmanayasa (2021)	Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Gojek Di Kota Denpasar	kausal dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda	mouth dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa Gojek di Kota Denpasar
18.	R. Ananda Irhasr Maha Adiprayitno et al., (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Di Agen Putro Agung Wetan Surabaya	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Kualitas Layanan dan Harga berpengaruh secara positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan Penggunaan
19.	Herlinda Putri Wuryantari et al., (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT. Pos Indonesia Cabang Kediri	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa
20.	Kuni Anisata Aini (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Online Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Studi Kasus di R.A Wedding Lamongan)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan promosi online berpengaruh positif terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

			dengan rumus regresi linier berganda	
--	--	--	--	--

Sumber: data sekunder yang diolah peneliti, 2025

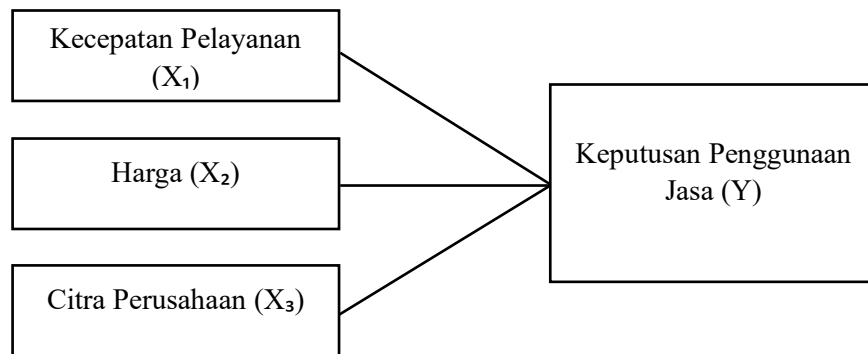
Berdasarkan penjelasan tabel 2 penelitian terdahulu tersebut sangat memberikan kontribusi bagi peneliti dalam mengembangkan variabel variabel yang dikaji dalam penelitian ini yaitu Kecepatan Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan dan Keputusan Penggunaan Jasa.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran adalah alur pikir yang logis dengan tujuan menjelaskan secara garis besar pola penelitian yang akan dilaksanakan. Kerangka pemikiran dibuat dalam bentuk skema agar mempermudah memahami variabel-variabel yang akan diteliti. Kerangka pemikiran dalam suatu penelitian dikemukakan apabila dalam penelitian tersebut melibatkan dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas (Independen) yaitu, *Kecepatan Pelayanan* (X_1), *Harga* (X_2) dan *Citra Perusahaan* (X_3) yang akan mempengaruhi variabel terikat (Dependen) yaitu Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo (Y).

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat digambarkan kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Menurut Indrawati (2015:94), hipotesis adalah dugaan awal atau kesimpulan sementara mengenai adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, yang disusun sebelum penelitian dilakukan dan harus dibuktikan kebenarannya melalui analisis data empiris. Hipotesis bersifat tentatif yang perlu diuji kebenarannya untuk membuktikan hipotesis tersebut benar atau tidak.

1. Pengaruh *Kecepatan Pelayanan* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

Pada penelitian Nuri Lestari & Meilana Widyaningsih (2024) menunjukkan bahwa service excellent, keamanan dan kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah muslim menggunakan jasa Pegadaian CP Kartasura. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kecepatan pelayanan yang diberikan oleh

penyedia jasa menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih jasa desain.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jarot Santosa & Denny Mahendra (2019) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel suku bunga, prosedur pelayanan, kecepatan pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengambilan kredit di BRI wilayah Surakarta.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aan Kurnia Irman (2024) menunjukkan bahwa promosi dan kecepatan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di toko online sakinah mart.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Sukwandari (2024) menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, kelengkapan alat medis dan komunikasi berpengaruh terhadap keputusan pasien dalam menggunakan jasa RS PHC Surabaya.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marisa Eka Salfira (2024) dapat disimpulkan bahwa variabel minat, kecepatan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan dalam memilih BSI Smart Agent sebagai media transaksi keuangan.

Atas dasar beberapa penelitian yang ada, menjadikan alasan peneliti untuk membuktikan dengan membangun hipotesis sebagai berikut:

H1 : Variabel *Kecepatan Pelayanan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

2. Pengaruh *Harga* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

Pada penelitian Marissa Grace Haque (2020), menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Mukti & Kartini Aprianti (2021) menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee. Sedangkan secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kirani Coffee.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asrizal Efendy Nasution et al., (2019) menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga dan promosi tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di 212 Mart Medan. Sedangkan variabel kepercayaan dan karakteristik konsumen berpengaruh positif dan signifikan.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budi Istiyanto & Lailatan Nugroho (2016) menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Brand Image tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wico Jontarudi Tarigan et al., (2022) menunjukkan bahwa bauran produk dan harga diskon pada Tanta Salon Pematangsiantar memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap pengambilan keputusan.

Atas dasar beberapa penelitian yang ada, menjadikan alasan peneliti untuk membuktikan dengan membangun hipotesis sebagai berikut:

H2 : Variabel *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

3. Pengaruh *Citra Perusahaan* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

Pada penelitian Ella Anastasya Sinambela et al., (2020), menunjukkan bahwa secara parsial harga dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk

Wingsfood di kota Mojokerto. Sedangkan secara simultan harga dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wingsfood di kota Mojokerto.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salas Ayala et al., (2022) menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan, pengetahuan dan citra perusahaan memiliki hubungan parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi. Sedangkan secara simultan kepercayaan, pengetahuan dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk asuransi.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jainudin Lagautu et al., (2019) menunjukkan bahwa variabel citra, kualitas pelayanan dan persepsi konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Matahari Department Store Mantos.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamaruddin et al., (2021) menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian online pada marketplace Shopee di Kabupaten Bireuen. Selanjutnya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian online pada marketplace Shopee di Kabupaten Bireuen.

Hasil tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Diana Safitri et al., (2020) menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, citra perusahaan dan promosi penjualan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Atas dasar beberapa penelitian yang ada, menjadikan alasan peneliti untuk membuktikan dengan membangun hipotesis sebagai berikut:

H3 : Variabel *Citra Perusahaan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kecepatan Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.
2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.
3. Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo.

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu :

1. Harga merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan pengguna jasa dalam memilih penyedia layanan penilaian. Pimpinan cabang perlu melakukan analisis biaya secara mendalam serta didukung oleh nilai tambah seperti konsultasi gratis atau diskon untuk klien loyal, agar tetap kompetitif tanpa mengorbankan kualitas layanan.

2. Citra perusahaan berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna jasa di sektor penilaian publik, di mana persaingan semakin ketat. Pihak manajemen harus fokus pada penguatan reputasi melalui penerapan standar etika tinggi, akurasi hasil penilaian yang terjamin dan menekankan integritas dan profesionalisme untuk membedakan diri dari pesaing lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, K. A. (2020). *No Title*. 2, 185–199.
- Chandra, T. (n.d.). *No Title*.
- Denpasar, D. I. K. (2021). *Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan*. 7(2), 217–225.
- Ekonomika, J., & Bisnis, D. (2024). *Pengaruh Service Excellent , Keamanan , Dan Kecepatan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Muslim Menggunakan Jasa Pegadaian CP Kartasura*. 4(5), 931–937.
- Haikal, M., Nantigiri, A., & Handayani, S. (2021). *Pengaruh Brand Image , Harga , Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Keputusan Pembelian Pada Jasa Pengiriman J & T Express Cabang Bekasi Tahun 2021 Effect Of Brand Image , Price , And Timeliness Of Delivery On Purchase Decisions At J & T Express Delivery Services Bekasi Branch In 2021*. 7(2), 181–192.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P., Permadi, L. A., Novela, V., & Menulis, Y. K. (n.d.). *No Title*.
- Irman, A. K., Tinggi, S., Islam, A., & Surabaya, L. A. (n.d.). *Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Online Sakinah*. 7, 108–132.
- Issn, P. (2021). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 8 No . 2 September 2021 E - ISSN*. 8(2), 208–217.
- Istiyanto, B., Nugroho, L., Istiyanto, B., Nugroho, L., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. 12(1), 1–8.
- Keputusan, T., Menggunakan, P., Pada, S., Care, C., & Phc, R. S. (2001). *No Title*.
- Mahendra, D., Tinggi, S., Ekonomi, I., Unggul, A., & Surakarta, B. (2019). *Pengaruh Suku Bunga , Prosedur Pelayanan Dan Buletin Ekonomi*. 1.
- Manajemen, H., Jakarta, M. D. I., Haque, M. G., & Haque, M. G. (2020). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt . Berlian*. 21(1), 31–38.
- Memilih, D., Smart, B. S. I., Sebagai, A., Pada, S., Syariah, B., & Kcp, I. (2024). *Bandar Lampung Teluk Betung*).
- Mukti, A. (2021). *No Title*. 10(1).
- Nasution, A. E., Pratami, L., Muhammad, P., & Lesmana, T. (2019). *Analisis Pengaruh Harga , Promosi , Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan*.

I(1), 165–173.

- Pembelian, K., & Pendahuluan, I. (2022). *Pengaruh Kepercayaan , Pengetahuan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi*. 6, 516–525.
- Perusahaan, P. C., Pelayanan, K., Persepsi, D. A. N., Terhadap, K., Pembelian, K., Pt, P., Bisnis, E., & Manajemen, J. (2019). *Department Store Mantos Influence Of Company Images , Quality Of Services And Consumer Perceptions On Purchase Decisions In Pt . Department Store Mantos*. 7(1), 751–760.
- Safitri, D. D., Niaga, P. T., Ekonomi, F., & Surabaya, U. N. (2020). *Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Online Marketplace (Studi Pada Konsumen di Surabaya) Finisica Dwijayati Patrikha*. 8(3), 1020–1026.
- Sinambela, E. A., Sari, P. P., & Arifin, S. (2020). *Pengaruh Variabel Harga dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wingsfood Wingsfood adalah salah satu korporasi terkemuka di Indonesia berada di bawah Wingsfood yang berfokus pada produk makanan . Wings mengadakan inovasi dengan*. 13(2).
- Tarigan, W. J., Girsang, R. M., & Sinaga, M. H. (2022). *Bauran Produk dan Harga Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Salon Tanta di Pematangsiantar*. 14(2), 194–203.
- Terhadap, P., Penggunaan, K., & Gojek, J. (n.d.). *AT – TADBIR JURNAL ILMIAH MANAJEMEN Homepage: ojs.uniska.ac.id/attadbir*. 58–68.
<https://doi.org/10.31602/atd.v4i1.2623>
- Tri, R., & Yanto, Y. (2023). *Pengaruh citra perusahaan dan citra produk terhadap keputusan pembelian jasa paket pos kilat khusus pt pos indonesia (persero)*. 13, 65–76.
- Wuryantari, H. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Promosi , Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada PT . Pos Indonesia Cabang Kediri*. 1(5).
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian tokkebi snacks Malang. JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(2), 85-104.
- Hatmah, H. (2023). *Pengaruh kecepatan pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman di usaha ekspedisi H. Atu Kapuas (Tesis, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin)*. Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin.
- Mahasani, E. F., & Wahyuningsih, T. H. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan penggunaan GoRide dan GrabBike di Yogyakarta. Cakrawanga Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

PENGARUH KECEPATAN PELAYANAN, HARGA DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA KANTOR JASA PENILAI PUBLIK SUGIANTO PRASODJO DAN REKAN CABANG SUKOHARJO

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Dwi Nugroho mahasiswa jurusan S1 Manajemen STIE Surakarta, yang sedang melakukan penelitian dalam menyusun Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kecepatan Pelayanan, Harga Dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Kantor Jasa Penilai Publik Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo”.

Dengan ini saya memohon kepada teman-teman berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan dalam keadaan yang sebenarnya.

Seluruh data dan identitas yang diberikan terjamin kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan penelitian saja. Informasi dan jawaban yang diberikan sangat bermanfaat bagi penelitian yang sedang saya lakukan.

Terimakasih atas ketersediaan dan waktu yang Anda berikan untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Dwi Nugroho

Pertanyaan Awal:

Untuk keperluan pribadi atau mewakili perusahaan pernah menggunakan Jasa dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo?

- ☐ Pernah
- ☐ Belum Pernah

Lokasi Perusahaan / Tempat Bekerja?

- ☐ Solo
- ☐ Sukoharjo
- ☐ Karanganyar
- ☐ Klaten
- ☐ Boyolali
- ☐ Sragen
- ☐ Wonogiri

Bidang Usaha Perusahaan?

- ☐ Perbankan
- ☐ Manufaktur
- ☐ Developer / Pengembang
- ☐ Lainnya (Perorangan)

Petunjuk Pengisian:

1. Dalam kuesioner ini terdapat 34 pernyataan.
2. Bacalah setiap pernyataan yang disajikan dengan seksama.
3. Pilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pengalaman anda yang sebenarnya.
4. Jawaban yang anda pilih akan mewakili pendapat anda dengan keterangan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)
5. Dalam setiap pernyataan tidak ada jawaban salah atau benar.

Kecepatan Pelayanan (X1)

No.	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS
1a	Saya mengetahui bahwa waktu penyelesaian pekerjaan sudah tercantum dalam surat kontrak kerja penugasan (surat penawaran).				
1b	Menurut saya semakin singkat waktu tunggu yang dibutuhkan dalam menerima hasil penilaian akan membuat klien merasa puas.				
2a	Menurut saya kecepatan karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai kontrak kerja penugasan yang sudah disepakati adalah hal penting dalam perusahaan Kantor Jasa Penilai Publik.				
2b	Saya merasa bahwa karyawan dari KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo sangat sigap dalam memberikan klarifikasi mengenai laporan penilaian properti yang saya ajukan.				
3a	Informasi tentang biaya jasa penilaian harus disampaikan di awal secara lisan sebelum kontrak kerja penugasan (surat penawaran) resmi dibuat.				
3b	Saya merasa bahwa informasi terkait prosedur penilaian properti yang diberikan oleh KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo sudah cepat dan mudah dipahami.				
4a	Kecepatan penyelesaian pekerjaan penilaian menjadi pertimbangan saya ketika akan menggunakan jasa dari Kantor Jasa Penilai Publik.				
4b	Saya merasa puas dengan kecepatan penyelesaian laporan penilaian yang dilakukan oleh KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo.				
5a	Menurut saya ketepatan waktu dalam pelaksanaan pekerjaan penilaian harus sesuai				

	dengan Service Level Agreement (SLA) yang sudah disepakati.				
5b	Saya merasa bahwa ketepatan waktu dalam penyelesaian laporan penilaian harus selalu dijaga oleh KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo.				

Harga (X2)

No.	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS
1a	Biaya jasa penilaian yang ditawarkan KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sudah sesuai dengan pedoman Standar Imbalan Jasa (SIJ) dari IKJPP MAPPI.				
1b	Saya merasa biaya yang dibayar untuk layanan penilaian properti di KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo sudah sesuai dengan anggaran saya.				
2a	Saya merasa biaya jasa penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sudah sesuai dengan kualitas (dalam hal ini pelayanan) yang diterima.				
2b	Saya merasa bahwa harga yang saya bayar untuk laporan penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo & Rekan Cabang Sukoharjo sangat sebanding dengan kualitas hasil penilaian yang diberikan.				
3a	Biaya jasa penilaian yang ditawarkan oleh KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo mampu bersaing jika dibandingkan dengan KJPP lain di Soloraya.				
3b	Saya merasa KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo mampu memberikan harga yang lebih baik dibandingkan dengan KJPP lain di Soloraya.				
4a	Saya merasa biaya jasa penilaian dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sudah sesuai dengan pelayanan yang saya terima.				
4b	Saya merasa bahwa biaya yang dibayarkan untuk jasa penilaian di KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sudah sesuai dengan hasil yang saya terima.				

Citra Perusahaan (X3)

No.	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS
1a	KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan memiliki banyak kantor cabang yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia, sehingga memudahkan saya ketika berencana melakukan penilaian properti di luar kota / bahkan di luar Jawa.				
1b	Saya merasa bahwa KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo memiliki budaya perusahaan yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan klien untuk layanan penilaian properti.				
2a	Menurut saya kinerja dari tim KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo ketika melakukan proses penilaian sudah baik.				
2b	Saya merasa bahwa reputasi KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sebagai penyedia jasa penilaian properti sangat terpercaya dan sudah dikenal luas.				
3a	Menurut saya kesiapan tim KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo dalam melayani permintaan dan banding dari klien sudah baik.				
3b	Saya merasa bahwa KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo memiliki komitmen dan profesionalisme yang tinggi dalam setiap layanan penilaian yang diberikan.				
4a	Menurut saya penyebutan nama KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan disingkat menjadi KJPP SPR membuat Perusahaan ini mudah diingat.				
4b	Saya merasa bahwa kombinasi warna biru dan merah pada logo KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo membuat perusahaan ini mudah dikenali.				

Keputusan Penggunaan Jasa (Y)

No.	Item Pernyataan	STS	TS	S	SS
1a	Saya memilih KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo untuk melakukan penilaian properti setelah mengetahui reputasi tentang kualitas pelayanan nya.				
1b	Saya merasa yakin bahwa KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo adalah pilihan terbaik untuk melakukan penilaian properti berdasarkan kualitas layanan yang diberikan.				
2a	Saya dengan cepat memutuskan memilih KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo untuk melakukan penilaian properti setelah mendapatkan informasi dari teman / relasi / keluarga.				
2b	Saya merasa bahwa informasi yang diberikan oleh KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo mempermudah saya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa mereka.				
3a	Saya memiliki kesan positif terhadap KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo, sehingga berminat akan menggunakan jasanya lagi di kemudian hari.				
3b	Saya berencana untuk menggunakan kembali layanan penilaian properti dari KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo setelah pengalaman positif yang saya dapatkan.				
4a	Saya merekomendasikan KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo apabila ada teman / relasi / keluarga yang membutuhkan jasa penilaian properti.				
4b	Saya akan dengan senang hati merekomendasikan KJPP Sugianto Prasodjo dan Rekan Cabang Sukoharjo sebagai penyedia jasa penilaian properti kepada orang lain.				