

**PENGARUH LAYANAN JASA TITIP *ONLINE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PADA TOKO
FASHION DI KAMPOENG COLLECTION**

SKRIPSI

OLEH :

**SILVIA JANELA BR TARIGAN
228320159**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 7/8/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

**PENGARUH LAYANAN JASA TITIP *ONLINE* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PADA TOKO
FASHION DI KAMPOENG COLLECTION**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas

Medan Area

OLEH :

SILVIA JANELA BR TARIGAN

228320159

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion Di Kampoeng Collection.

Nama : Silvia Janela Br Tarigan

NPM : 228320159

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembanding

(Yuni Syahputri, S.E, M.Si)

(Dr. Dahrul Siregar, S.E, M.Si)

Pembimbing

Pembanding

Mengetahui :

(Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir S.E, M.Si)

(Dr. Fitriani Tobing, S.E, M.Si)

Dekan

Kaprodi

Tanggal Lulus : 12 Maret 2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion Di Kampoeng " yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Januari 2026



Silvia Janela Br Tarigan
228320159

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Silvia Janela Br Tarigan

NPM : 228320159

Program Studi: Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion Di Kampoeng Collection.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada tanggal : 05 November 2025

Yang menyatakan,



Silvia Janela Br Tarigan

RIWAYAT HIDUP



NAMA	Silvia Janela Br Tarigan
NPM	228320159
Tempat, Tanggal Lahir	Pancur Batu, 19 Januari 2003
Nama Orang Tua	
Ayah	Timotius Tarigan
Ibu	Rasmi Br Ginting
Riwayat Pendidikan	
SMP	SMP Negeri 4 Pancur Batu
SMA	SMA Negeri 1 Pancur Batu
Riwayat Studi di UMA	Pernah Mengikuti Progam Magang Di Kantor Gubernur Sumatera Utara Pada Biro Kesejahteraan Rakyat dan Biro Perekonomian
Pengalaman Pekerjaan	
No.Hp/WA	083196388926
Email	Silviazanela86@gmail.com

ABSTRACT

Kampoeng Collection is a local fashion store operating in Pancur Batu District, Deli Serdang Regency, which serves offline fashion product sales. The phenomenon in this study arose due to a consecutive decline in revenue from 2022 to 2024. The decline in revenue is thought to be influenced by the increasing use of online consignment services and consumer perceptions of the quality of the products offered compared to other products, especially imported products. The type of research used is quantitative research with an associative approach. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 68 respondents who were consumers who had shopped offline at the Kampoeng Collection Fashion Store. The data analysis method used was multiple linear regression with t-test, F-test, and coefficient of determination using the SPSS program. The results showed that the online consignment service variable had a positive and significant effect on revenue with a t-value of 3.904 and a significance value <0.05 . The product quality variable also had a positive and significant effect on revenue with a t-value of 2.874 and a significance value of 0.005. Simultaneously, online consignment services and product quality had a positive and significant effect on revenue, with a calculated F-value of 16.020, which is greater than the F-table of 3.09 and a significance value <0.05 . The coefficient of determination test results showed an adjusted R-square of 0.310, indicating that 31.0% of the variation in revenue can be explained by the online consignment services and product quality variables, while the remainder is influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Online Consignment Services, Product Quality, Revenue, Fashion Store.*

ABSTRAK

Kampoeng Collection merupakan salah satu toko fashion lokal yang beroperasi di Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, yang melayani penjualan produk fashion secara offline. Fenomena dalam penelitian ini muncul akibat terjadinya penurunan pendapatan Toko Fashion Kampoeng Collection secara berturut-turut dari tahun 2022 hingga 2024. Penurunan pendapatan tersebut diduga dipengaruhi oleh meningkatnya penggunaan layanan jasa titip *online* serta persepsi konsumen terhadap kualitas produk yang ditawarkan dibandingkan dengan produk lain, khususnya produk impor. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 68 responden yang merupakan konsumen yang pernah berbelanja secara offline di Toko Fashion Kampoeng Collection. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan pengujian uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel layanan jasa titip *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dengan nilai t-hitung sebesar 3,904 dan nilai signifikansi $< 0,05$. Variabel kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dengan nilai t-hitung sebesar 2,874 dan nilai signifikansi 0,005. Secara simultan, layanan jasa titip *online* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan dengan nilai F-hitung sebesar 16,020 yang lebih besar dari F-tabel 3,09 serta nilai signifikansi $< 0,05$. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,310 yang berarti bahwa 31,0% variasi pendapatan dapat dijelaskan oleh variabel layanan jasa titip *online* dan kualitas produk, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Layanan Jasa Titip *Online*, Kualitas Produk, Pendapatan, Toko Fashion.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur penulis persembahkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia, penyertaan, dan kekuatan yang senantiasa dilimpahkannya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi yang berjudul “Pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion Di Kampoeng Colletion”. Tujuan penulisan penelitian skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik untuk menyelesaikan Studi Program Sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat terselsaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

Kedua orang tua tercinta Bapak Timotius Tarigan dan Ibu Rasmi Br Ginting yang menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup peneliti yang telah memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti demi keberhasilan penulis. Selanjutnya peneliti menyampaikan terima kasih kepada :

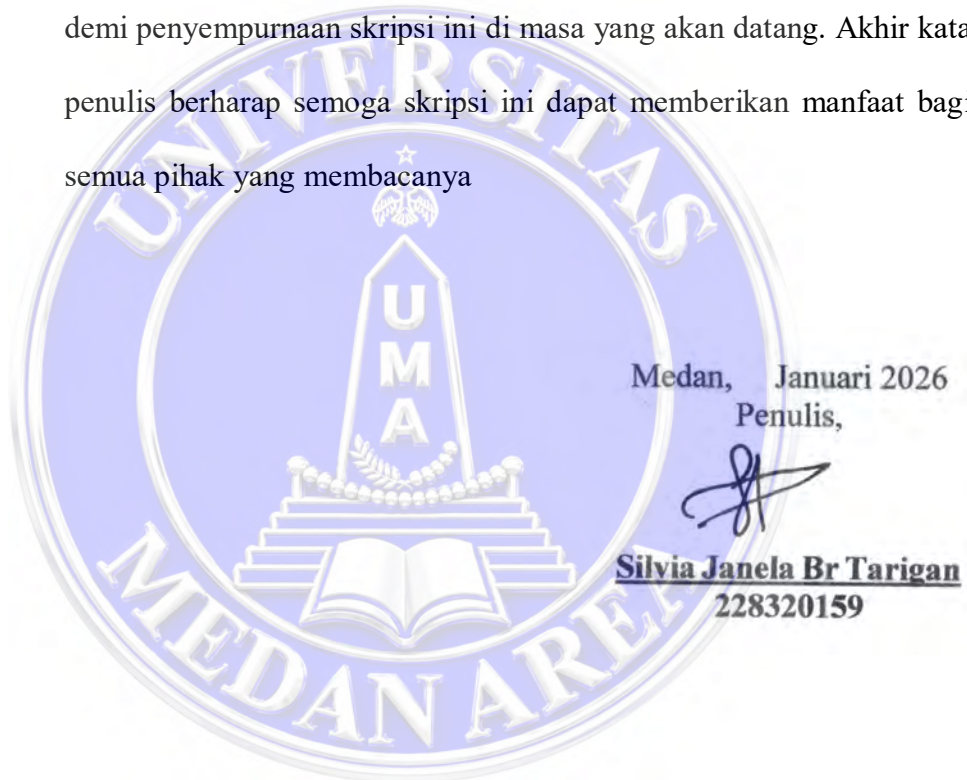
1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, SE, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, SE, Ak, M.Acc., Selaku Wakil Dekan Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

4. Ibu Yuni Syahputri, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing, yang telah dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan bimbingan, arahan, serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini. Peneliti sangat menghargai waktu, tenaga, dan perhatian yang telah beliau curahkan, yang menjadi bagian penting dan tidak terpisahkan dari keberhasilan penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr Dahrul Siregar, S.E, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, atas saran, masukan, serta kritik membangun yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si Selaku Dosen Sekretaris yang juga memberikan saran dan masukannya dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Staff Biro Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, atas ilmu, bimbingan, serta pelayanan akademik yang telah diberikan selama masa perkuliahan hingga penulisan skripsi ini.
9. Kepada kedua saudara kandung peneliti, Kristina Agave dan Tomas Tarigan. Terima Kasih atas dukungan moral yang diberikan, baik melalui doa maupun perhatian yang tulus. Kehadiranmu adalah alasan bagi peneliti untuk terus melangkah kedepan dan menjadi lebih baik dari sebelumnya.
10. Kepada seseorang yang pernah bersama peneliti dan tidak bisa peneliti sebutkan namanya, terima kasih atas waktu yang diberikan saat penyusunan tugas akhir ini, memberikan cukup motivasi untuk terus maju dan berproses menjadi pribadi yang lebih baik serta mengerti arti

pembelajaran sebagai bentuk proses pendewasaan. Terimakasih atas bagian menyenangkan yang pernah diberikan kepada peneliti.

11. Kepada sahabat dan teman-teman selama dibangku perkuliahan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan dan motivasi yang kalian berikan selama proses perkuliahan 4 tahun ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karenaitu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya



DAFTAR ISI

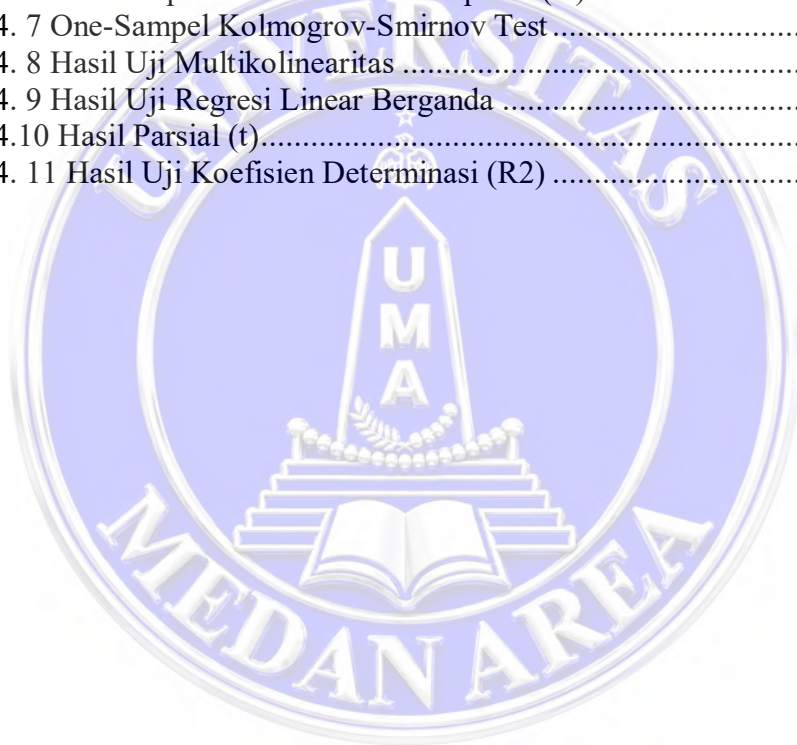
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11
2.1 Landasan Teori	11
2.2 Layanan Jasa Titip <i>Online</i>	13
2.3 Kualitas Produk	16
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Kerangka Konseptual.....	22
2.6 Hipotesis Penelitian	23
 BAB III METODE PENELITIAN	 24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.4 Defenisi Operasional.....	26
3.5 Skala Pengukuran Data	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data	28
3.7 Jenis dan Sumber Data	28
3.7.1 Jenis Data	29
3.8 Uji Instrumen Penelitian.....	29
3.8.1 Uji Validitas	29
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.10 Teknik Analisis Data.....	33
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	33
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 37
4.1 Gambaran Perusahaan	37
4.1.1 Profile Kampoeng Collection	37
4.2 Deskripsi Data	41
4.2.1 Karakteristik Responden	41
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	43

4.2.3 Uji Asumsi Klasik	49
4.2.4 Analisis Regresi Berganda.....	53
4.2.5 Uji Hipotesis	55
4.2.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	56
4.3 Pembahasan	57
4.3.1 Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Terhadap Pendapatan	57
4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan	59
4.3.3 Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Toko Fashion Di Kampoeng Colletion.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahlu.....	21
Tabel 3. 1 Rencana Waktu Penelitian	25
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	26
Tabel 3. 3 Kriteria Pengukuran Variabel	28
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reabilitas	31
Tabel 4. 1 Jumlah Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4. 2 Jumlah Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Jumlah Berdasarkan Pekerjaan	42
Tabel 4. 4 Data Responden Variabel Layanan Jasa Titip <i>Online</i> (X1).....	43
Tabel 4. 5 Data Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	45
Tabel 4. 6 Data Responden Variabel Pendapatan (Y)	47
Tabel 4. 7 One-Sampel Kolmogrov-Smirnov Test	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.10 Hasil Parsial (t).....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	22
Gambar 4. 1 Uji Normalitas dengan P-Plot.....	50
Gambar 4. 2 Uji Normalitas dengan Histogram.....	51
Gambar 4. 3 Hasil Uji heteroskedastisitas	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	71
Lampiran 2 Jawaban Responden	75
Lampiran 3 Surat Izin Research	81
Lampiran 4 Surat Selesai Research	82



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital perkembangan teknologi dan akses internet semakin luas, banyak konsumen telah beralih ke platform *online* untuk memenuhi kebutuhan pakaian mereka. Banyaknya pilihan belanja *online* memudahkan konsumen dalam kenyamanan, harga yang bersaing, dan pilihan produk yang lebih luas. Sehingga mempengaruhi penjualan di toko pakaian. Di tengah persaingan bisnis, pengusaha harus memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen. Pengusaha menghadapi banyak tantangan dalam mempertahankan daya tarik toko yang mengalami penurunan terhadap kunjungan dan pembelian. Sehingga menyebabkan penurunan pendapatan bagi toko pakaian (Putri Yani et al., 2024).

Pendapatan adalah faktor terpenting bagi setiap orang di dunia ini. Pendapatan sangat berpengaruh pada kelangsungan hidup suatu usaha kemampuan usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung kelangsungan hidup yang mempengaruhi seberapa besar pendapatan yang dihasilkan. Pendapatan menurun terjadi ketika uang yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa berkurang dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti penurunan permintaan konsumen, persaingan semakin ketat dan peningkatan biaya produksi. Pendapatan yang menurun dapat berdampak signifikan pada keberlangsungan bisnis, termasuk pengurangan laba, pengurangan tenaga kerja, dan kesulitan memenuhi kewajiban keuangan (Syahfitri et al., 2024).

Berkurangnya pemasukan pelaku usaha dapat mencapai 60%, terutama di hari biasa. Pengusaha dihadapkan pada berbagai situasi tidak menyenangkan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman dikarenakan konsumen lebih suka

berbelanja secara *online* karena dianggap lebih efisien sehingga mempengaruhi pendapatan. Selain itu, persaingan harga dengan platform *online* menjadi tantangan karena menawarkan harga lebih murah karena mampu menjual dalam jumlah besar dengan memberikan diskon yang sulit ditandingi (Nurul Aini et al., 2024).

Mengutip dari (Sugestiani et al., 2024) menyatakan bahwa produk fashion impor semakin mendominasi pasar Indonesia menjadi pilihan utama bagi generasi muda. Berpersepsi bahwa barang impor memiliki kualitas lebih baik menjadi faktor lain yang menyebabkan ketertarikan terhadap pakaian impor. Disebabkan oleh perubahan gaya hidup, pengaruh media sosial, dan pandangan bahwa merek asing lebih menarik dan bergengsi. Meningkatnya konsumsi pakaian impor mempengaruhi perekonomian negara berdampak pada neraca perdagangan dan nilai tukar rupiah. Semakin besar ketergantungan terhadap produk impor semakin besar risiko yang dihadapi industri lokal.

(Yusuf & Hos, 2024) mengemukakan bahwa pengusaha pakaian lokal mengalami penurunan yang signifikan sebagai akibat dari belanja *online*. Salah satu penyebab menurunnya adalah dominasi iklan platform belanja *online* telah memikat konsumen setia mereka. Selain itu, disebabkan karena banyaknya jenis pakaian tersedia di platform belanja *online* dari luar negeri sehingga pembeli saat ini cenderung mencari berbagai jenis produk menyebabkan tingkat persaingan yang meningkat. Pengusaha pakaian saat ini tidak hanya harus bersaing dengan penjual pakaian lokal lain tetapi juga harus bersaing dengan produk impor.

Dengan kemajuan teknologi saat ini konsumen dan penjual dapat terlibat tanpa bertemu secara langsung, konsumen sekarang lebih cenderung menggunakan metode *online* dan mencari platform *online* saat mereka membeli barang atau jasa

yang mereka dibutuhkan (Andini et al., 2024). Perubahan perilaku konsumen semakin beralih ke layanan *online* menimbulkan tantangan baru. Terutama pada persaingan tidak sehat dapat mengancam keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjual barang serupa (Rizka Fadila & Cahaya Permata, 2024).

Semakin lama persaingan semakin ketat pengusaha harus memperhatikan strategi pemasaran kreatif agar dapat mempertahankan penjualan dan pendapatan. Persaingan tidak hanya datang dari merek-merek besar. Banyak pengusaha baru agresif menggunakan media sosial dan *e-commerce* untuk menarik pelanggan (Ahmad Nadhim Musyarof et al., 2024). Hal ini disebabkan karena pesatnya perkembangan teknologi maraknya penggunaan media sosial serta sifat konsumtif masyarakat melatarbelakangi tumbuhnya keinginan masyarakat untuk melakukan bisnis *online* atau jastip (Wulandari & Adah, 2024).

Layanan Jasa Titip *Online* adalah sebuah pekerjaan memasuki toko, mall, atau toko besar untuk membeli barang atau merek dipesan oleh konsumen sesuai dengan keinginannya. Munculnya bisnis layanan jasa titip *online* berawal dari perjalanan dan pembelian barang titipan. Bisnis jasa titip *online* berpengaruh pada kelangsungan hidup produk lokal karena sering kali kurang mendapatkan perhatian dan terekspos oleh masyarakat. Keberadaannya menjadi terancam menyebabkan menurunnya pendapatan. Pengusaha jasa titip *online* lebih menyoroti barang impor masyarakat telah mengurangi pembelian untuk membeli produk usaha kecil dan menengah (UMKM).

Bisnis jasa titip *online* menimbulkan banyak masalah bea cukai karena menyangkut produk impor. Dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 203

tahun 2017 menyatakan bahwa masuknya barang impor yang dibawa seseorang untuk milik pribadi yang total nilainya di bawah USD 500 akan bebas bea masuk atau *free on board* (FOB) di Indonesia. Namun, pada kenyataannya banyak barang impor dibeli melalui layanan jasa titip *online* sering kali di atas USD 500, sehingga pelaku bisnis mencoba menghindari bea masuk. Negara mengalami kerugian sebagai hasil dari upaya untuk menemukan celah bebas bea masuk ini (Kusumastuti, 2020).

Sebagian besar konsumen beralih berbelanja melalui layanan jasa titip *online* banyak pengusaha tidak bisa bersaing mengakibatkan menurunnya penjualan mereka. Sebagai contoh toko baju lokal telah kehilangan pembeli bahkan nyaris gulung tikar sebagai akibat dari maraknya bisnis jasa titip *online*. Jika terus dibiarkan akan membuat dampak yang signifikan terhadap pasar konvensional. Pemerintah atau pemangku kepentingan perlu membuat kebijakan atau payung hukum untuk memastikan bahwa pelaku bisnis di pasar tradisional dan bisnis *online* mendapatkan perlindungan hukum dari pemerintah (Bathni et al., 2022).

Kualitas produk adalah alat taktik yang dapat mengalahkan pesaing. Kualitas menjadi faktor yang menentukan seberapa puas konsumen setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Apabila suatu produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen akan rela membayar mahal. Konsumen sering kali melakukan perbandingan antara barang lokal dengan barang impor dianggap memiliki kualitas yang lebih tinggi. Produk lokal dianggap berkualitas rendah pembelian cenderung menurun terlepas dari harga yang lebih murah. Jika reputasi sebuah produk buruk konsumen cenderung kurang tertarik untuk membeli dan akhirnya memutuskan untuk tidak membeli (Kusuma et al., 2022).

Kualitas produk yang dijual pada sebuah toko pakaian dapat membuat penurunan pendapatan. Menurut (Fajrina, 2023) pelaku usaha harus mampu mengikuti tren dan berinovasi untuk membuat produk yang berkualitas tinggi dan memiliki ciri khas yang menarik agar dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Pelaku usaha dapat menghasilkan inovasi produk dengan berbagai macam desain produk untuk memberikan konsumen berbagai pilihan. Untuk menghasilkan desain baru dan inovatif yang membuat produk lokal lebih unik serta menarik diperlukan penanganan khusus dalam desain produk.

Kampoeng Colletion merupakan salah satu toko produk fashion terletak Di Jl. Jamin Ginting, Pertampilan, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Merupakan salah satu toko usaha yang sudah terkena dampak layanan jasa titip *online*. Toko ini menjadi salah satu pusat kegiatan usaha fashion yang melayani konsumen dengan sistem penjualan langsung.

Tabel 1. 1 Pendapatan Toko Fashion Di Kampoeng Colletion

No.	Tahun	Produk	Pendapatan Per tahun
1.	2022	Produk Fashion	Rp 64.800.000
2.	2023	Produk Fashion	Rp 32.400.000
3.	2024	Produk Fashion	Rp 16.200.000

Sumber : Data diolah dari hasil Survei Lapangan, 2025

Merujuk pada data hasil survei lapangan dilihat dari jumlah pendapatan setiap tahunnya terus mengalami penurunan. Penurunan ini dikaitkan dengan munculnya jasa titip *online* yang semakin diminati oleh konsumen. Layanan jasa titip *online* memungkinkan konsumen mendapatkan barang fashion tanpa harus datang langsung ke toko dan menawarkan kemudahan akses. Akibatnya, sebagian besar konsumen lebih suka menggunakan layanan ini daripada melakukan pembelian secara langsung di toko.

Pelaku usaha dituntut lebih inovatif dan kreatif dalam menyusun strategi penjualan. Pelaku usaha juga harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat melalui inovasi yang berkelanjutan. Salah satu bentuk inovasi yang paling penting adalah inovasi produk. Dengan Melakukan inovasi produk termasuk desain yang mengikuti tren terbaru dan penggunaan bahan baku yang berkualitas namun efektif. Produk fashion yang tidak memenuhi harapan dari segi bahan, desain, dan daya tahan akan membuat pelanggan tidak puas. Pada akhirnya konsumen tidak lagi tertarik untuk melakukan pembelian di Kampoeng Colletion.

Penelitian ini masih sedikit membahas tentang layanan jasa titip *online* itu sendiri mengingat faktanya bahwa tren layanan jasa titip *online* kerap berubah setiap tahunnya. Endah et al (2024) yang menunjukkan bahwa belanja *online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan. Nurlinda et al (2024) dengan hasil penelitian kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sedangkan penelitian yang dilakukan Toko et al (2024) juga menyebutkan bahwa layanan jasa titip *online* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap pendapatan pada toko fashion lokal di Pancur Batu.

Dari permasalahan di atas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana **Pengaruh Layanan Jasa Titip Online dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion** penelitian ini memfokuskan pada **pedagang lokal yang bergerak pada sektor industri di Pancur Batu.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan data pendapatan toko fashion di Kampoeng Colletion terus menurun dari tahun 2022 hingga 2024. Penurunan pendapatan cukup besar setiap tahunnya terjadi secara terus menerus. Kondisi ini juga menunjukkan bahwa

Kampoeng Colletion perlu melakukan evaluasi tentang apa yang menyebabkan penurunan pendapatan agar dapat menemukan cara yang terbaik untuk meningkatkan daya saing saat perilaku konsumen berubah.

Meningkatnya tren layanan jasa titip *online* semakin disukai oleh masyarakat adalah salah satu faktor utama diduga kuat menjadi penyebab menurunnya pendapatan. Kehadiran layanan jasa titip *online* mengubah pola belanja masyarakat. Fenomena ini menjadi salah satu tantangan bagi toko konvensional seperti Kampoeng Colletion. Dianggap lebih efisien konsumen yang sebelumnya datang langsung ke toko kini lebih suka melakukan transaksi melalui jasa titip *online*. Sehingga jumlah konsumen datang langsung ke toko telah menurun drastis sehingga pendapatan toko terus menurun setiap tahunnya.

Selain pengaruh layanan jasa titip *online* faktor kualitas produk juga berperan dalam penurunan pendapatan. Konsumen tidak akan tertarik untuk membeli produk yang kurang inovatif tidak mengikuti tren mode terbaru atau terbuat dari bahan yang kurang berkualitas. Jika produk yang ditawarkan tidak memenuhi harapan konsumen konsumen cenderung beralih ke toko lain yang menawarkan produk yang lebih menarik. Dengan demikian, rumusan masalah penelitian ini berpusat pada pengaruh layanan jasa titip online terhadap pendapatan di Kampoeng Colletion, bagaimana kualitas produk memengaruhi pendapatan, dan bagaimana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap pendapatan toko secara keseluruhan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Layanan Jasa Titip *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion?
3. Apakah Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion
3. Untuk mengetahui pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk Pada Pendapatan Toko Fashion di Kampoeng Colletion

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan dalam hal teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengembangan ilmu ekonomi khususnya dalam bidang manajemen

pemasaran dan berguna sebagai bahan referensi dan perbandingan untuk peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dengan membandingkan teori-teori yang ada di lapangan khususnya pada bidang ekonomi. Serta melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh sarjana manajemen pada fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pelaku usaha untuk mempertimbangkan saat membuat keputusan tentang menggunakan layanan jasa titip *online* sebagai strategi pemasaran tambahan, meningkatkan kualitas produk, serta cara mengoptimalkan faktor-faktor dalam meningkatkan pendapatan toko.

c. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai referensi ilmiah bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Sehingga dapat menjadi acuan mempelajari lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan UMKM khususnya dalam layanan jasa titip *online* dan kualitas produk pada sektor fashion.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak terkait seperti pemerintah daerah, lembaga mendukung UMKM, dan komunitas bisnis memahami potensi layanan jasa titip *online* dan pentingnya meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan pendapatan UMKM.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pendapatan

2.1.2 Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi dalam bentuk arus masuk, peningkatan aset, atau penurunan liabilitas (Rokhim et al., 2025). Perubahan tersebut menghasilkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi pemilik modal. Menekankan bahwa pendapatan harus berasal dari kegiatan operasional utama perusahaan. Pengakuan pendapatan terjadi ketika suatu entitas telah memenuhi kewajiban kinerja dengan mentransfer barang atau jasa dijanjikan kepada konsumen. Nilai pendapatan ini diukur berdasarkan pertimbangan yang diharapkan diterima dari konsumen.

Didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dihasilkan dari suatu kegiatan atau usaha dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Misalnya, penjualan produk perusahaan ini diperoleh dianggap sebagai pendapatan yang diterima meskipun jumlah biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi barang dagangan dijual harus dikurangi (Suryanti et al., 2021). Menurut Noviandari et al (2021) pendapatan adalah sejumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian. Pendapatan juga berarti uang yang diterima oleh individu, perusahaan, atau organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan keuntungan.

Menurut Hasibuan & Napitupulu (2021) pendapatan merupakan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan barang dagangan, produk, atau jasa selama periode tertentu dalam rangka kegiatan atau tujuan utama perusahaan bersangkutan. Pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan memastikan kelangsungan hidup perusahaan.

2.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Aldi et al (2025) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan sebagai berikut :

1. Modal usaha merupakan komponen penting dalam membangun dan mengembangkan.
2. Pendidikan merupakan upaya yang direncanakan dan sadar untuk mengembangkan potensi seseorang sehingga mereka memiliki kecerdasan, karakter, dan keterampilan yang bermanfaat bagi masyarakat dan negara.
3. Lokasi usaha merupakan salah komitmen jangka panjang yang memengaruhi nilai investasi perusahaan.
4. Jam kerja merupakan perencanaan kegiatan usaha agar mencapai tujuan juga terkait dengan pengaturan jam kerja.

2.1.4 Indikator Pendapatan

Pendapatan diukur dengan tiga indikator dalam penelitian ini indikator pendapatan menurut Pertumbuhan et al (2020) sebagai berikut :

a. Peningkatan hasil kemampuan

Menggunakan modal untuk membuat perusahaan menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu.

b. Kecukupan hasil

Kecukupan hasil ialah jual-beli yang dilakukan untuk menghasilkan uang hingga pengusaha merasa cukup dengan apa yang mereka dapatkan.

c. Dapat berkembang

Pendapatan usaha meningkat dalam jangka waktu yang panjang pendapatan dapat dianggap berkembang.

2.2 Layanan Jasa Titip Online

2.2.1 Pengertian Layanan Jasa Titip Online

Layanan Jasa titip *online* adalah konsumen yang membutuhkan barang tertentu “menitipkan” pesanan mereka pada orang lain yang membeli dari pedagang yang menjual barang dipesan secara langsung. Alasan mengapa jenis bisnis disingkat menjadi “jastip” berasal dari kebutuhan konsumen yang menginginkan barang dijual secara terbatas atau di lokasi tidak mudah dijangkau oleh konsumen (Yustisia Ridwan, 2021). Konsep jasa titip *online* itu sendiri mengacu pada peran perantara dalam transaksi jual beli dalam membantu dan memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi tersebut (Alamsyah et al., 2022).

Menurut Fahlepy et al (2024) belanja merupakan pekerjaan di bidang jasa di mana seseorang membeli barang sesuai permintaan konsumen seperti tas, kosmetik, pakaian, perangkat elektronik, dan sebagainya. Dengan demikian, jasa titip beli *online* mencakup barang dengan merek tertentu yang dapat dititip dan dibeli oleh penjual dengan ketentuan bahwa setiap barang yang dititip dikenakan biaya atau biaya jasa. Pada dasarnya bisnis jasa titip *online* adalah membeli produk di lokasi dengan merek tertentu sesuai dengan

pesanan pembeli kemudian mengirimkan barang tersebut kepada pembelian (Ahmad, 2020).

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Layanan Jasa Titip Online

Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi layanan jasa titip *online* menurut Andiza et al (2020) sebagai berikut :

1. Kepraktisan

Dengan menggunakan layanan jasa titip *online* pembelian barang menjadi lebih mudah dan efektif. Kenyamanan mengacu pada seberapa aman, nyaman, dan santai konsumen merasa saat menggunakan layanan jasa titip *online*.

2. Kenyamanan

Menggambarkan bagaimana konsumen merasa aman, nyaman, dan nyaman ketika menggunakan layanan jasa titip *online*.

3. Keamanan

Menggambarkan tingkat keyakinan konsumen bahwa barang dan uang mereka aman.

4. Tarif

Biaya jasa titip yang harus dibayar konsumen untuk setiap barang yang dipesan.

5. Kepercayaan

Penyedia layanan jasa titip *online* harus dianggap dapat dipercaya, tepat waktu, tidak menipu, dan memberikan informasi terbaru tentang produk mereka.

6. Harga

Konsumen mempertimbangkan barang lebih murah atau lebih mahal jika mereka memilih untuk membeli barang tersebut secara langsung atau dari toko lain.

7. Pelayanan

Meliputi kesantunan, kejelasan informasi barang, cara berkomunikasi, dan kesigapan merespons chat.

8. Lokasi

Terkait seberapa mudah bagi konsumen untuk mengakses tempat pertemuan, tempat pengiriman, atau lokasi manajemen layanan jasa titip *online*.

9. Agen Resmi

Penyedia layanan jasa titip *online* memiliki akses resmi, langsung, atau terpercaya ke toko di luar negeri.

10. Empati

Penyedia layanan jasa titip *online* sabar, komunikatif, dan memahami kebutuhan pelanggan.

11. Responsive

Menunjukkan seberapa cepat penyedia layanan jasa titip *online* menanggapi pertanyaan, memberikan update, dan memproses pesanan.

2.2.3 Indikator Layanan Jasa Titip Online

Menurut Kusumastuti (2020) berikut adalah beberapa indikator layanan jasa titip *online* diantaranya :

a. Pemanfaatan smartphone dan internet dalam transaksi

Dengan smartphone, transaksi dapat dilakukan dengan cepat, secara real time, dan tanpa hambatan geografis.

b. Penggunaan media sosial untuk promosi

Media sosial telah menjadi etalase digital bagi penyedia layanan jasa titip *online* di mana mereka dapat menampilkan testimoni, jadwal keberangkatan, harga, dan produk.

c. Frekuensi penggunaan jasa titip *online* oleh konsumen

Mencerminkan semangat konsumen untuk menggunakan layanan jasa titip *online*.

d. Jenis barang yang dititipkan lokal dan impor

Barang yang dititipkan dapat berupa produk lokal maupun produk impor dari luar negeri.

2.3 Kualitas Produk

2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Purnamasari et al (2015) kualitas produk didefinisikan sebagai penilaian dan perasaan konsumen terhadap kemampuan suatu produk dalam kaitannya dengan pakaian dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara fisik dan psikologis, termasuk keadaan fisik, fungsi, dan sifatnya. Konsep terpenting dalam pembuatan produk adalah kualitas. Produk yang berkualitas tinggi adalah produk yang diterima oleh konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas harus diukur dari sudut penglihatan dan tanggapan pembeli terhadap kualitas itu sendiri (Buccieri & Park, 2022).

Menurut Supriyadi (2017) kualitas produk merupakan pemahaman tentang produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan memiliki nilai jual lebih tinggi daripada produk pesaingnya. Mengakibatkan perusahaan berusaha untuk berkonsentrasi pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk pesaingnya. Kualitas dikenal sebagai "mutu" merupakan komponen suatu produk yang memberikan nilai sesuai dengan tujuan produksinya. Kualitas ditentukan oleh berbagai kegunaan seperti daya tahan, ketergantungan produk, eksklusif, kenyamanan, dan penampilan luarnya. Seperti warna, bentuk, dan pembungkusan (Haryono & Marniyati, 2018).

Bagi pemasar kualitas merupakan salah satu alat utama untuk menempatkan diri mereka di tempat yang tepat. Tingkat dan konsistensi adalah dua telah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan oleh perusahaan adalah kualitas yang baik (Sigit & Soliha, 2017). Kualitas produk adalah penting bagi calon pembeli ketika mereka memutuskan untuk membeli barang atau jasa. Oleh karena itu, penjual harus membuat produk berkualitas tinggi agar produk tersebut menjadi populer dibandingkan dengan produk pesaing (Aghitsni & Busyra, 2022).

2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Martoatmodjo (2024) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Bahan baku

Kualitas bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk sangat mempengaruhi hasil akhir. Bahan baku yang berkualitas tinggi cenderung menghasilkan produk yang lebih baik.

2. Proses produksi

Setiap langkah dalam proses produksi harus dikelola dengan baik dengan hati-hati untuk menghasilkan produk yang konsisten dan berkualitas tinggi.

3. Teknologi

Penggunaan teknologi yang tepat selama proses produksi dapat menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik. Mesin dan peralatan modern juga dapat meningkatkan efisiensi dan presisi produksi.

4. Tenaga kerja

Kualitas produk dipengaruhi secara signifikan oleh keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja. Pelatihan yang baik dan pemahaman tentang standar kualitas dapat membantu memastikan produk yang berkualitas tinggi.

5. Desain produk

Desain produk yang baik mempertimbangkan aspek fungsional, keamanan, dan kenyamanan selain etika. Desain yang bagus dapat meningkatkan persepsi oleh kualitas konsumen.

6. Pengendalian kualitas

Selama seluruh rantai pasokan sistem pengendalian kualitas yang kuat dan terintegrasi dapat membantu menemukan dan menghindari cacat produk dari awal proses produksi hingga produk akhir.

7. Umpan balik konsumen

Komentar pelanggan dapat memberikan wawasan penting tentang cara meningkatkan kualitas produk. Memahami kebutuhan dan presentasi

konsumen dapat membantu dalam pembuatan produk.

8. Lingkungan

Faktor lingkungan seperti kelembapan, suhu dan kebersihan tempat produksi juga dapat mempengaruhi kualitas produk. Menjaga lingkungan produksi bersih dan terkontrol dapat membantu mencegah kontaminasi dan kerusakan produk.

2.3.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut Mahendra (2021) berikut adalah beberapa indikator kualitas produk di antaranya:

- a. Ketepatan yaitu menggambarkan seberapa baik produk memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna. Produk yang tepat akan memenuhi spesifikasi dan tujuan pengguna.
- b. Keandalan yaitu mengukur seberapa konsisten produk dapat beroperasi tanpa masalah atau kegagalan dalam jangka waktu tertentu atau kegagalan dalam jangka waktu tertentu. Produk yang handal dapat diandalkan untuk beroperasi dengan baik dalam berbagai kondisi.
- c. Ketahanan yaitu ketahanan didefinisikan sebagai kemampuan produk untuk bertahan terhadap produk untuk bertahan terhadap penggunaan jangka Panjang atau kondisi lingkungan yang tidak ideal.
- d. Kesesuaian yaitu sejauh mana produk memenuhi standar atau peraturan yang berlaku. Produk yang memenuhi persyaratan hukum, peraturan, dan standar industri yang berlaku.

- e. Kinerja yaitu menggambarkan kemampuan untuk melakukan tugas atau fungsi tertentu dengan baik. Produk dengan kinerja tinggi akan memberikan hasil yang memuaskan dan efisien.
- f. Kemudahan penggunaan yaitu mencakup seberapa mudah produk dipahami, digunakan, dan dirawat oleh pengguna. Produk yang mudah digunakan akan membuat pengguna lebih puas dan risiko kesalahan akan lebih rendah.
- g. Estetika yaitu melibatkan elemen persepsi dan visual seperti desain, warna, tekstur, dan presentasi. Produk yang menarik secara visual cenderung lebih mudah tertarik bagi konsumen.
- h. Harga yaitu harga tetap menjadi indikator yang penting untuk kualitas produk meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan kualitas. Produk yang terlalu mahal atau terlalu murah untuk nilai yang diberikan dianggap lebih baik.
- i. Pelayanan konsumen yaitu mencakup tanggung jawab produsen atau penjual terhadap kebutuhan, pertanyaan, atau keluhan pelanggan. Pelayanan pelanggan yang baik dapat meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas barang yang mereka beli.
- j. Reputasi merek yaitu gambaran umum tentang kualitas produk berdasarkan pengalaman sebelumnya. Pengalaman konsumen sebelumnya ulasan, atau reputasi merek secara keseluruhan.

2.4 Penelitian Terdahulu

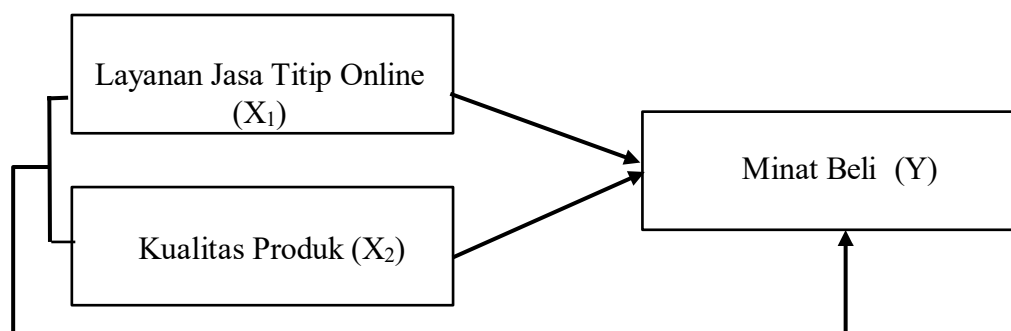
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahlu

No.	Peneliti/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
1.	Nurseha et al (2024)	<i>The impact of online consignment services and product quality on local business revenue</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa layanan jasa titip <i>online</i> sangat mempengaruhi kualitas produk dan berpengaruh positif terhadap pendapatan lokal.
2.	Yusuf & Hos (2024)	Pengaruh belanja <i>online</i> terhadap pendapatan pedagang pakaian konvensional: (Studi di Mall Mandonga Kota Kendari)	Penelitian tersebut menunjukkan bahwa belanja <i>online</i> berdampak positif terhadap pendapatan pedagang pakaian konvensional di Mall Mandonga Kota Kendari.
3.	Lado et al (2023)	Analisis dampak <i>online</i> shop terhadap pendapatan pedagang pakaian dan tas di pasar tradisional kelurahan desa	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa kehadiran <i>online</i> shop berdampak positif terhadap pendapatan pedagang pasar tradisional.
4.	Fitrianatsany (2022)	Fenomena Jasa Titip Beli (Jastip) sebagai Bentuk Budaya Konsumtif Masyarakat pada Masa Pandemi Covid-19	Penelitian menunjukkan bahwa bisnis layanan jasa titip <i>online</i> berdampak positif bagi pelaku usaha karena menguntungkan.
5.	Toko et al (2024)	Pengaruh harga, Kualitas dan Jenis Produk Terhadap Pendapatan Toko <i>Online</i> P.T CHOTHME Jakarta di aplikasi Shopee	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga produk, kualitas produk, dan jenis produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan toko <i>online</i> PT Clothme di Shopee.
6.	Nurlinda et al (2024)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Agen Bri Link (Studi Kasus Kantor Cab. Sungguminasa)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan agen BRI Link.

No.	Peneliti/Tahun	Judul	Hasil Penelitian
7.	Rahmawati & Priantilianingtiasar (2023)	Biaya Produksi, Volume Penjualan, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya produksi tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, sedangkan volume penjualan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan peternak ayam petelur di Blitar.
8.	Operasional & Kualitas (2024)	Analisis Biaya Operasional, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Kuliner di Sidoarjo	Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan biaya operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan UMKM, tetapi biaya operasional tidak memiliki pengaruh yang signifikan.
9.	Ilmiah & Pendidikan (2024)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Biaya Dan distribusi Terhadap Pendapatan Petani Ubi Porang Di Desa Kuifana Kecamatan Abad Selatan Kabupaten Alor Elia	Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas produk, biaya, dan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan secara parsial maupun simultan.

2.5 Kerangka Konseptual

Menurut (Sugiyono, 2023) mengemukakan bahwa “Kerangka konseptual adalah suatu hubungan antara variabel independen dan dependen.” Kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2023). Penyusunan hipotesis dirancang berdasarkan pada beberapa kajian teori dan hasil penelitian terdahulu. Maka yang menjadi hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Layanan Jasa Titip *Online* terhadap Pendapatan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk terhadap Pendapatan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan bersama-sama antara Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Asosiatif* (sebab-akibat). Menurut (Sugiyono, 2023) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui atau pengaruh antara dua variable. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut (Sujarweni, 2020) data kuantitatif adalah suatu jenis data yang dapat dijelaskan dan diukur secara langsung dalam bentuk informasi atau dalam bentuk angka.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Fashion Kampung Collection yang berlokasi di Jl. Jamin Ginting, Pertampilen, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Toko ini dipilih karena menjual berbagai produk fashion dan memiliki aktivitas penjualan yang sesuai dengan penelitian.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jl. Jamin Ginting, Pertampilen, Kec. Pancur Batu, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Penelitian ini direncanakan mulai dari bulan mei 2025 sampai bulan juli 2025. Selama periode ini dilakukan pengumpulan data dan pengolahan data.

Tabel 3. 1 Rencana Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2025		2026										
		Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agus	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1.	Pengajuan Judul													
2.	Penyelesaian Proposal													
3.	Revisi Proposal													
4.	Seminar Proposal													
5.	Penelitian													
6.	Seminar Hasil													
7.	Revisi Seminar Hasil													
8.	Meja Hijau													

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2023) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli dan mengunjungi toko fashion di Kampoeng Colletion. Mengingat keterbatasan data mengenai jumlah konsumen populasi ini diambil terhitung dari tiga tahun terakhir 2022-2025. Jumlah populasi penelitian ini adalah 208 jumlah pengunjung dan pembeli di Kampoeng Colletion.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2023) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan pengambilan sampel dalam teknik pendekatan *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Serta menggunakan teknik

convenience sampling adalah pengumpulan sampel yang bergantung pada kemudahan akses dengan memilih responden yang tepat di tempat dan waktu yang tepat dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian. Untuk pengambilan sample dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin dengan taraf kesalahan 10%. Rumus beserta perhitungan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

n = jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah

e = Error level

Maka :

$$n = \frac{208}{1 + (208 \times 0,10^2)}$$

$$n = 67,53$$

$$n = 68$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka didapat jumlah sample sebanyak 67,53 dan dibulatkan menjadi 68 responden. Kuesioner akan dibagikan kepada para pembeli dan pengunjung toko offline Kampoeng Colletion.

3.4 Defenisi Operasional

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

No.	Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
1.	Layanan Jasa Titip <i>Online</i> (X1)	Jastip adalah layanan yang mempermudah konsumen dalam memperoleh barang dari lokasi yang sulit diakses (Ilmiah & Pendidikan, 2025).	1. Kualitas layanan yang disediakan 2. Kesesuaian Barang 3. Proses Pemesanaan (Ilmiah & Pendidikan, 2025).	<i>Likert</i>
2	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan	1 Kinerja (performance)	

No.	Variabel	Defenisi	Indikator Variabel	Skala
		suatu produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam penggunaan serta perbaikan, juga atribut lainnya, atau sejumlah karakteristik produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik dari segi fungsi, estetika, maupun daya tahan (Devano Empathanussa & Iing Sri Hardiningrum, 2023).	2. Keandalan (reliability) 3. Daya tahan (durability) 4. Kesesuaian (conformance) 5. Fitur (features) 6. Estetika (aesthetics) 7. Kesan kualitas (perceived quality) (Devano Empathanussa & Iing Sri Hardiningrum, 2023).	<i>Likert</i>
3	Pendapatan (Y1)	Pendapatan merupakan salah satu elemen utama dalam laporan keuangan yang mencerminkan hasil aktivitas utama perusahaan. (Pt & Internasional, 2025)	1. Estimasi biaya, 2. Progres fisik 3. Validasi dari pihak klien. (Pt & Internasional, 2025)	<i>Likert</i>

Sumber : Data Diolah peneliti (2025)

3.5 Skala Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Data yang diperoleh dari skala tersebut adalah berupa data interval. Ada 5 alternatif yang digunakan dalam pemberian skor dengan nilai sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Kriteria Pengukuran Variabel

No.	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Sugiyono, 2023)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam hal ini pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara dan kuesioner.

1. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2023) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara dilakukan melalui secara langsung.

2. Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2023) kuesioner adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner digunakan untuk jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan kepada responden secara langsung.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/statistik. Dengan menggunakan metode statistik memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2023).

3.7.2 Sumber Data

Menurut (Sujarweni, 2020) berdasarkan pengumpulan data dapat dikategorikan menjadi data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer: data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner dan juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber.
- b. Data Sekunder: data yang didapat dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid suatu kuesioner. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan aplikasi IBM SPSS. Uji validitas dilakukan pada pengunjung dan pembeli Kampung Collection dengan jumlah 68 responden. Dalam menentukan r tabel dilakukan dengan mencari nilai *degree of freedom* (df) terlebih dahulu menggunakan rumus berikut :

$$df = n - k \text{ (n: jumlah sampel, k: jumlah konstruk)}$$

$$df = 68$$

$$df = 66 \text{ di dapat nilai r tabel } 0,317$$

Dari hasil olahan data, dapat dilihat hasil uji validitas instrumen penelitian yang tercantum dalam tabel berikut :

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Layanan Jasa Titip Online (X1)	X1.1	0,914	0,317	Valid
	X1.2	0,939	0,317	Valid
	X1.3	0,956	0,317	Valid
	X1.4	0,927	0,317	Valid
	X1.5	0,976	0,317	Valid
	X1.6	0,954	0,317	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,939	0,317	Valid
	X2.2	0,934	0,317	Valid
	X2.3	0,968	0,317	Valid
	X2.4	0,944	0,317	Valid
	X2.5	0,952	0,317	Valid
	X2.6	0,965	0,317	Valid
	X2.7	0,987	0,317	Valid
	X2.8	0,962	0,317	Valid
	X2.9	0,911	0,317	Valid
	X2.10	0,927	0,317	Valid
	X2.11	0,964	0,317	Valid
	X2.12	0,941	0,317	Valid
	X2.13	0,942	0,317	Valid
	X2.14	0,954	0,317	Valid
	Y.1	0,917	0,317	Valid
	Y.2	0,918	0,317	Valid

Pendapatan (Y)	Y.3	0,924	0,317	Valid
	Y.4	0,969	0,317	Valid
	Y.5	0,895	0,317	Valid
	Y.6	0,955	0,317	Valid

Sumber : Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 3.4 dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel layanan jasa titip *online*, kualitas produk dan pendapatan dikatakan valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruksi. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas menggunakan Teknik *Cronbach's alpha* (α). Suatu data dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada ($>0,6$). Jika nilai Cronbach Alpha ($<0,6$) maka instrumen pada kuesioner tidak valid.

Berikut ini adalah nilai reliabilitas yang diproses dari perangkat lunak SPSS untuk setiap variabel dengan jumlah 68 responden:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabel	Kriteria
1.	Layanan Jasa Titip <i>Online</i>	0,976	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Produk	0,991	0,60	Reliabel
3.	Pendapatan	0,968	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer, Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Layanan Jasa Titip *Online* (X1) mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,976 > 0,60$ maka dikatakan reliabel. Variabel Kualitas Produk (X2) mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,991 > 0,60$ maka dikatakan

reliabel. Variabel Pendapatan (Y) mendapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar $0,968 > 0,60$ maka dikatakan reliabel.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kemudian mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam pengujian normalitas memerlukan teknik uji statistik *nonparametric Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang digambarkan melalui *Asymp.Sig* (2- tailed) dengan syarat:

- a. Jika nilai sig $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Jika nilai sig $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melalui pengujian dengan menggunakan *scatter plot*. Dasar analisisnya sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Jika variabel independent saling berkolerasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Uji Multikolineritas pada model regresi dapat ditentukan berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIP). Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai VIF. Jika nilai VIF lebih dari 10 ($VIF > 10$) maka variable-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolinearitas.

- a. Jika nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 ($Tolerance < 0,10$) maka variable-variabel bebas yang akan diuji memiliki gejala multikolineritas.
- b. Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 ($Tolerance > 0,10$) maka variable-variabel bebas yang akan diuji tidak memiliki gejala multikolinearitas.

3.10 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan secara kuantitatif. Dengan menguji dan menganalisis data menggunakan perhitungan angka kemudian menarik kesimpulan dan menguji temuan tersebut.

3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan

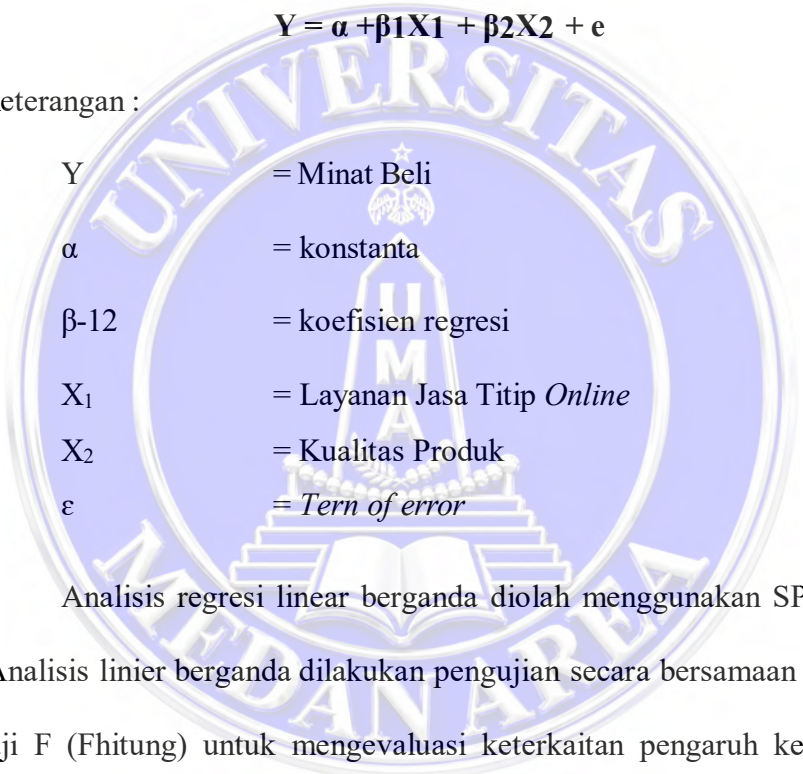
skewness. Analisis statistik Metode statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data penelitian ini.

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) Regresi Linear Berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variabel bebas yang sering disebut X_1 , X_2 , dan seterusnya dengan variabel terikat yang sering disebut Y . Hubungan fungsional anatar variabel terikat dan variabel bebas sebagai berikut

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :



Y	= Minat Beli
α	= konstanta
β_1, β_2	= koefisien regresi
X_1	= Layanan Jasa Titip <i>Online</i>
X_2	= Kualitas Produk
e	= <i>Tern of error</i>

Analisis regresi linear berganda diolah menggunakan SPSS versi 25. Analisis linier berganda dilakukan pengujian secara bersamaan menggunakan uji F (Fhitung) untuk mengevaluasi keterkaitan pengaruh kedua variabel independen secara bersamaan terhadap Pendapatan.

3.10.3 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji secara parsial (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu layanan jasa titip *online* (X_1),

kualitas produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu pendapatan. Sebuah hipotesis diterima atau tolak berdasarkan kriteria berikut :

- a. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau kemungkinan lebih kecil dari tingkat signifikan ($\text{Sig} < 0,05$) maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara parsial.
- b. Jika nilai t hitung lebih rendah dari t tabel atau kemungkinan lebih besar dari Tingkat signifikan ($\text{Sig} > 0,05$) maka hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara parsial.

3.10.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2018) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Pada uji ini lakukan uji satu sisi dengan dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,5$). Untuk menguji hipotesis ini statistik F diuji dengan kriteria pengambilan keputusan berikut: jika F hitung lebih besar dari F tabel dan Tingkat signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_1 diterima menunjukkan bahwa semua variabel independen.

3.10.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018) Koefisien determinasi (*adjusted R2*) adalah ukuran seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$). Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel

independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Disisi lain nilai R^2 yang lebih besar menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dari penelitian dengan judul” Pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion di Kampoeng Colletion” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Layanan Layanan Jasa Titip *Online* berpengaruh positif dan signifikan pada Pendapatan toko pakaian Kampoeng Collection. Pengujian statistik membuktikan dengan nilai signifikansi yang memenuhi syarat dan nilai t-hitung sebesar 3,904 yang lebih besar dari nilai t-tabel. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan pasti akan diikuti oleh perbaikan dalam aspek layanan jasa titip *online* seperti kemudahan akses, responsivitas admin, dan transparansi informasi. Responden menunjukkan persepsi yang sangat baik terhadap layanan ini karena dianggap menghemat waktu dan membuatnya mudah bagi konsumen yang jauh dari toko.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan Pendapatan dengan nilai t-hitung 2,874. Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama dalam mempertahankan konsumen adalah keunggulan produk yang ditawarkan dalam hal daya tahan, desain tren, dan kesesuaian dengan ekspektasi konsumen. Kualitas produk yang konsisten memastikan pembelian ulang yang membantu toko menjaga pendapatan
3. Layanan Titip *Online* dan Kualitas Produk memberikan kontribusi signifikan terhadap Pendapatan dengan nilai F-hitung sebesar 16,020 dan

kontribusi pengaruh (*R Square*) sebesar 31,0%. Secara keseluruhan, kedua variabel ini berperan sebagai pendorong utama pertumbuhan bisnis di Kampoeng Collection. Pada akhirnya keuntungan toko sangat bergantung pada sinergi antara kemudahan sistem pelayanan digital dan kualitas barang yang dijual secara fisik. Dengan kata lain, layanan jasa titip *online* mendorong keinginan untuk membeli produk dan kualitas produk memastikan bahwa konsumen puas.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disajikan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti di masa mendatang serta pihak terkait. Berikut adalah beberapa saran yang disampaikan :

1. Pada Variabel Layanan Jasa Titip *Online* di temukan bahwa masih banyak responden yang menjawab tidak setuju terhadap pernyataan mengenai tidak jadi beli di toko sekitar setelah melihat barang serupa yang ditawarkan layanan jasa titip *online*. Oleh karena itu disarankan agar dapat mengikuti tren produk yang diminati oleh konsumen agar memungkinkan konsumen untuk menghindari pembelian barang serupa melalui layanan jasa titip *online*.
2. Pada Variabel Kualitas Produk di temukan bahwa masih banyak responden yang menjawab tidak setuju terhadap pernyataan mengenai memilih layanan jasa titip *online* karena barangnya lebih oke daripada produk di toko lokal. Oleh karena itu, toko lokal disarankan agar dapat meningkatkan kualitas produk yang dijual agar mampu bersaing dengan layanan jasa titip *online*.

3. Penelitian ini hanya menjelaskan pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk terhadap pendapatan dengan kontribusi 31%. Maka dari itu peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sample dan mempertimbangkan variabel lain seperti harga, terhadap promosi, kepuasan konsumen atau loyalitas konsumen sehingga hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Penelitian juga bisa diperluas ke sektor atau lokasi usaha retail lain agar hasil lebih general.



DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ahmad Nadhim Musyarof, Agus Wahyudi, Daniel Budiyo, & Mochammad Daffa Esta Firdaus. (2024). Strategi Kampanye Kreatif Untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 224–236. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.299>
- Ahmad, U. R. (2020). Pemberlakuan Pajak terhadap Barang Hasil Transaksi Jasa Titip Online. *Jurnal Suara Hukum*, 2(1), <https://doi.org/10.26740/jsh.v2n1.p71-85>
- Akuntansi, J. I., Jikabi, B., Noholo, S., & Mursalim, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk, dan Penerapan Sistem Pembayaran Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS), Terhadap Pendapatan Penjualan UMKM The Influence of Product Quality and Implementation of the Indonesian Standard Quick Response Code (QRIS) Payment System on MSME Sales Revenue*. 4(April), 20–30. <https://doi.org/10.31289/jbi.v4i1.6094>
- Alamsyah, Y. S., Askari, S., & Abadi, K. (2022). Jasa Titip (Jastip) Barang Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam dan Hukum Positif (Studi Kasus Pemilik Akun Instagram @azkaestu). *El Hisbah: Journal of Islamic Economic Law*, 2(1), 129–144. https://doi.org/10.28918/el_hisbah.v2i1.4866
- Aldi, A. J. D. S., & Kamaruddin, J. (2025). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Warung Makan Di Kecamatan Mamuju Kabupaten Mamuju Abstrak Pendahuluan*. 8(4), 418–424. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i4.1810>
- Andini, A., Pelita, U., Ghaniya, H., Watanata, R., Tan, J. M., Yuni, H., & Ginting, P. (2024). Sistem Pembuktian Terhadap Importir Jasa Titip Yang Beroperasi Secara Ilegal. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(5), 200–209. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i5.2660>
- Andiza, F., Wardhana, A., & Telkom, U. (2020). *Analisis Faktor – Faktor Preferensi Konsumen Pada Jasa Titip @ Nis . Shopping Gambar 1 . 2 Data Pengguna Telepon , Internet , Media Sosial Indonesia Menurut Wearesocial (2019)*. 7(2), 3369–3377.
- Bathni, I., Darmawan, D., Turkamun, T., & Junaedi, E. (2022). Pengaruh Jual Beli Online Terhadap Pasar Tradisional Pedagang Pakaian Dan Tas Di Pasar Ciputat. *Dian Wulandari1, Mas'adah2*, 9(1), 59. <https://doi.org/10.32493/skr.v9i1.18709>
- Bucciari, D., & Park, J. E. (2022). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.053>
- Daffa, M., Fadhillah, Y., & Simanjuntak, M. (2024). *The Effect of Perceived Product Quality and Price on Local Brand Fashion Consumer Satisfaction*.

7(1).

- Devano Empathanussa, & Iing Sri Hardiningrum. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Akan Produk-Produk Busana (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen UNISKA). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(2), 69–94. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i2.1057>
- Endah, R., Wardani, K., Febriyanti, P., Pohan, S. N., & Asbary, M. (2024). *Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Usaha Bisnis Jastip Light Cart: Peluang Menjadi Studentpreneurs di Era Global*. 01(02), 35–44.
- Fahlepy, I. R., Sunarmi, A, D. T. K., & Robert. (2024). Akibat Hukum Terhadap Pelaku Usaha Jasa Titip (Jastip) Barang Dari Luar Negeri Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2006 Tentang Kepabeanaan. *Journal of Science and Social Research*, 7(4), 1951–1959. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Fajrina, F. N. (2023). ... *Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Maybelline Di Yogyakarta*. 01(02), 131–142. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/43341%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/43341/18311016.pdf?sequence=1>
- Fitrianatsany, F. (2022). Fenomena Jasa Titip Beli (Jastip) Sebagai Bentuk Budaya Konsumtif Masyarakat Pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Urban Sociology*, 5(1), 48. <https://doi.org/10.30742/jus.v5i1.1971>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Hasibuan, M., & Napitupulu, V. (2021). Pengaruh Lingkungan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Sentra Industri Pengolahan Salak Agrina Parsalakan. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 60. <https://doi.org/10.37721/je.v23i1.762>
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2024). 1, 2, 3. 10(June), 1034–1048.
- Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2025). *Mengukur Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen Fitriani Dwi Azzahra, Marsella Putri Tommy Amanda, Hidyda Indira Lastari Politeknik Negeri Bandung*. 11(July), 90–104.
- Kusuma, S. S., Wijayanto, A., & Listyorini, S. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality and Price on Purchasing Decisions on Uniqlo Brands (Study on Uniqlo Dp Mall Semarang Consumers). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 807–813.
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jastip) Dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk Umkm. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–39. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>

- Lado, Y. N. D., Ndoen, W. M., Faah, Y. S., & Paulina, Y. (2023). *Analisis Dampak Online Shop Terhadap Pasar Tradisional Kelurahan OesaPA Analysis of the Impact of Online Shop on Income of Clothing and Bag Traders in the Traditional Market of Oesapa Village*. 1307–1317.
- MAHENDRA, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Online Marketing, Electronic Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Fellas.Co. *Performa*, 6(3), 255–264. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2528>
- Martoatmodjo, T. dan K. (2024). *Pengembangan Produk* (Cetakan Pe). CV. Euree Media Aksara.
- Noviandari, I., Balafif, M., & Aprilia, D. (2021). Peran Objek Wisata Lumpur Lapindo Sidoarjo dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Cakrawala*, 15(1), 64–69. <https://doi.org/10.32781/cakrawala.v15i1.368>
- Nurlinda, N., Ria Mutiara Amanda, Nur Aisyah, & ST. Ramlah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Agen Brilink (Studi Kasus Kantor Cab. Sungguminasa). *JurnalDayaSaing*, 10(3), 665–674. <https://doi.org/10.35446/dayasaing>.
- Nurseha, M. I., Fanesha, S., Harahap, D. M., & Heikal, J. (2024). Analysis of the Intention To Buy Factor of the Grounded Theory of the Millennial & Z Generation in Jastip Trade. *Jurnal Media Akademik*, 2(5), 3031–5220.
- Nurul Aini, Eka Sri Wahyuni, & Badaruddin Nurhab. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Produk Fashion dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Fashion di Era Persaingan Digital Perspektif Bisnis Islam Studi Kasus Pasar Tradisional Modern (PTM). -Mal: *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis IslamEl*, 5(12), 5423–5432. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.5369>
- Operasional, A. B., & Kualitas, H. D. A. N. (2024). *Analisis biaya operasional, harga dan kualitas produk terhadap peningkatan pendapatan pada umkm kuliner di sidoarjo*. 11, 436–453.
- Pertumbuhan, P., Mikro, U., & Dan, K. (2020). *KABUPATEN MAMUJU*. 1(2).
- Pt, P., & Internasional, C. (2025). *Issn: 3025-9495*. 21(2), 1–5.
- Purnamasari, I. G. . Y., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP)*, 5(1), 1–12.
- Putri Yani, Ade Khadijatul Z Hrp, & Vebri Sugiharto. (2024). Pengaruh Promosi terhadap Tingkat Pendapatan Toko Pakaian Pasar Baru Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. *Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, Dan Pajak*, 1(3), 171–185. <https://doi.org/10.61132/jbep.v1i3.507>
- Rahmawati, A., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Biaya Produksi, Volume Penjualan, dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 532–545. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5824>
- Rizka Fadila, & Cahaya Permata. (2024). Pertanggungjawaban Atas Kerugian Konsumen pada Jasa Titip Produk Luar Negeri Perspektif Fatwa DSN-MUI No.112/DSN-MUI/X/2017 Tentang Akad Ijarah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5603–5614. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.5763>

- Rokhim, A., Bahari, J., Aulia, F. H., & Wulandari, R. (2025). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Penjualan Di Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara*. 1, 399–402.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(1), 157–168. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v21i1.1236>
- Sugestiani, S., Brawijaya, U., Zahra, S., Brawijaya, U., Sugestiani, S., Nurlingga, P. R., Meilanty, P. N., & Zahra, S. (2024). Konsumerisme Fashion Impor di Kalangan Generasi Muda dalam Perspektif Ketahanan Ekonomi dan Sosial. *Jurnal Kajian Strategik Ketahanan Nasional*, 7(2). <https://doi.org/10.7454/jkskn.v7i2.10093>
- Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo (ed.); Edisi Kedu). Alfabeta, CV. <https://www.cvalfabeta.com/>
- Sujarweni, W. (2020). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. PUSTAKABARU PRESS.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 74–85. <https://doi.org/10.26905/jbm.v4i1.1714>
- Suryanti, E., Lesmana, H., & Mubarak, H. (2021). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 13(1), 60–72. <https://doi.org/10.24905/permana.v13i1.117>
- Syahfitri, W., Afrilia, D., Ilmi, N., Sipahutar, R. A. S., & Sidauruk, T. (2024). Pengaruh Munculnya Toko Online Terhadap Penurunan Pendapatan Toko Offline di Pasar Raya MMTC. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 427–431. <https://doi.org/10.57235/mantap.v2i2.2884>
- Toko, P., Clothme, O. P. T., & Shopee, D. I. A. (2024). c. 05, 71–82.
- Wulandari, D., & Adah, M. A. S. (2024). *Pengaturan Impor Pakaian Jadi Terhadap Produk Lokal (Studi Permendag Nomor 8 Tahun 2024)*. 18(2).
- Yustisia Ridwan, A. S. (2021). Tinjauan Yuridis Konstruksi Hukum Perjanjian Pada Jasa Titip Beli Dan Titip Jual. *Mimbar Hukum*, 33(1), 138–160. <https://doi.org/10.22146/mh.v33i1.1945>
- Yusuf, M., & Hos, J. (2024). Dampak Belanja Online Terhadap Pendapatan Pedagang Pakaian Konvensional:(Studi Di Mall Mandonga Kota Kendari). *Societal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, 1(1), 151–161. <https://doi.org/10.52423/societal.v1i2.17>

Lampiran 1 Kusioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH LAYANAN JASA TITIP *ONLINE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENDAPATAN PADA TOKO FASHION DI KAMPOENG COLLECTION

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Perkenalkan nama saya Silvia Janela Br Tarigan, mahasiswi Manajemen Universitas Medan Area. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi mengenai **Pengaruh Layanan Jasa Titip *Online* dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Pada Toko Fashion Di Kampong Colletion**. Sehubungan dengan hal ini, saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner berikut. Pendapat Anda sangat berharga bagi penelitian ini dan kerahasiaan seluruh jawaban Anda akan terjamin

Atas partisipasi dan waktu Anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Silvia Janela Br Tarigan

Sebelumnya mohon kesediaannya untuk menjawab 2 pertanyaan sarigan berikut. Pertanyaan ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian Anda dengan kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini. (Petunjuk: Jika jawaban Anda “Tidak” pada salah satu pertanyaan, mohon untuk tidak melanjutkan pengisian kuesioner ini).

1. Apakah Anda mengetahui apa itu Layanan Jasa Titip *Online* (Jastip)?
a. Ya b. Tidak
2. Apakah Anda pernah mengunjungi Toko Fashion Kampong Collection?
a. Ya b. Tidak

I. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan

Usia : a. 18 - 25 Tahun
b. 26 - 35 Tahun
c. 36 - 45 Tahun
d. 46 Tahun

- Pekerjaan : a. Pegawai Swasta
b. Mahasiswa
c. Ibu Rumah Tangga

II. Petunjuk Pengisian

Terima kasih atas partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini. Berikan lah tanda (✓) check list sesuai dengan pilihan jawaban pendapat Anda di kolom isian yang tersedia.

Adapun makna kodenya adalah :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju ☆

Dengan penilaian :

SS : 5

S : 4

KS : 3

TS : 2

STS : 1

Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. Variabel Layanan Jasa Titip Online

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No	LAYANAN JASA TITIP ONLINE					
	Pemanfaatan <i>smartphone</i> dan internet dalam transaksi					
1.	Saya lebih sering beli barang lewat layanan jasa titip <i>online</i> di Hand Phone daripada datang ke toko					
2.	Saya gunakan layanan jasa titip <i>online</i> untuk mendapatkan barang yang tidak dijual di sekitar saya					
	Penggunaan media sosial untuk promosi					
3.	Saya lebih tertarik pada produk layanan jasa titip <i>online</i> di media sosial daripada produk di toko sekitar					
4.	Saya tidak jadi beli di toko sekitar setelah melihat barang serupa yang ditawarkan layanan jasa titip <i>online</i>					
	Frekuensi penggunaan jasa titip oleh konsumen					
5.	Saya belanja di toko biasa jadi lebih sedikit sejak sering pakai layanan jasa titip <i>online</i>					
6.	Saya jarang ke toko biasa karena layanan jasa titip <i>online</i> punya pilihan barang yang lebih unik					

II. Variabel Kualitas Produk (X2)

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No	Kualitas Produk					
	Kinerja					
1.	Saya memilih layanan jasa titip <i>online</i> karena barangnya lebih oke daripada produk di toko lokal					
2.	Saya tidak lagi belanja di toko terdekat karena produk layanan jasa titip <i>online</i> jauh lebih bagus					
	Keandalan					
3.	Saya menghindari toko lokal karena barang layanan jasa titip <i>online</i> lebih awet dan terjamin					
4.	Saya merasa kualitas barang layanan jasa titip <i>online</i> lebih konsisten daripada daripada barang di pasar lokal					

	Daya Tahan					
5.	Saya menggunakan layanan jasa titip <i>online</i> agar bisa mendapatkan barang yang lebih awet					
6.	Saya bersedia bayar lebih untuk layanan jasa titip <i>online</i> untuk mendapatkan barang yang tahan lama					
	Kesesuaian					
7.	Saya merasa produk layanan jasa titip <i>online</i> lebih sesuai dengan ekspektasi					
8.	Saya yakin deskripsi produk layanan jasa titip <i>online</i> sesuai dengan barang aslinya					
	Fitur					
9.	Saya lebih suka layanan jasa titip <i>online</i> karena barangnya punya <i>keunggulan</i> yang tidak temukan di toko biasa					
10.	Saya pakai layanan jasa titip <i>online</i> karena tidak menemukan barang yang saya cari di toko lokal					
	Estetika					
11.	Saya jadi jarang belanja di toko lokal karena desain produk layanan jasa titip <i>online</i> lebih bagus					
12.	Saya pakai layanan jasa titip <i>online</i> agar bisa membeli barang yang eksklusif					
	Kesan Kualitas					
13.	Saya memilih layanan jasa titip <i>online</i> karena kualitas mereknya lebih meyakinkan daripada produk di toko lokal					
14.	Saya yakin barang layanan jasa titip <i>online</i> lebih bagus tanpa perlu membandingkan dengan toko lokal					

III. Variabel Pendapatan (Y)

PERNYATAAN		SS	S	KS	TS	STS
No	Pendapatan					
	Estimasi Biaya					
1.	Saya memilih layanan jasa titip <i>online</i> karena memberitau total harganya di awal					
2.	Saya tidak ingin membeli produk fashion dari toko karena perkiraan harga akhirnya tidak bisa dipastikan					

	Progres Fisik					
3.	Saya lebih memilih layanan jasa titip <i>online</i> yang memberi tahu perkembangan barang yang saya beli					
4.	Saya menolak membeli <i>fashion</i> dari layanan yang tidak transparan soal pengiriman					
	Validasi dari Pihak Klien					
5.	Saya merasa aman berbelanja di platform yang tidak akan memproses perubahan tanpa izin dari saya					
6.	Saya memilih <i>platform</i> yang akan menghubungi saya jika ada barang pesanan yang perlu diubah					

Lampiran 2 Jawaban Responden

Jawaban Responden dari 68 konsumen

Layanan Jasa Titip Online (X1)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	5	5
4	4	3	4	4	3
5	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

Layanan Jasa Titip Online (X1)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	2
4	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	2	3	3
4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3
5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5

Layanan Jasa Titip Online (X1)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	3
5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3

Jawaban Responden dari 68 konsumen :

Kualitas Produk (X2)													
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Kualitas Produk (X2)													
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5

Kualitas Produk (X2)													
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4

Jawaban Responden dari 68 konsumen :

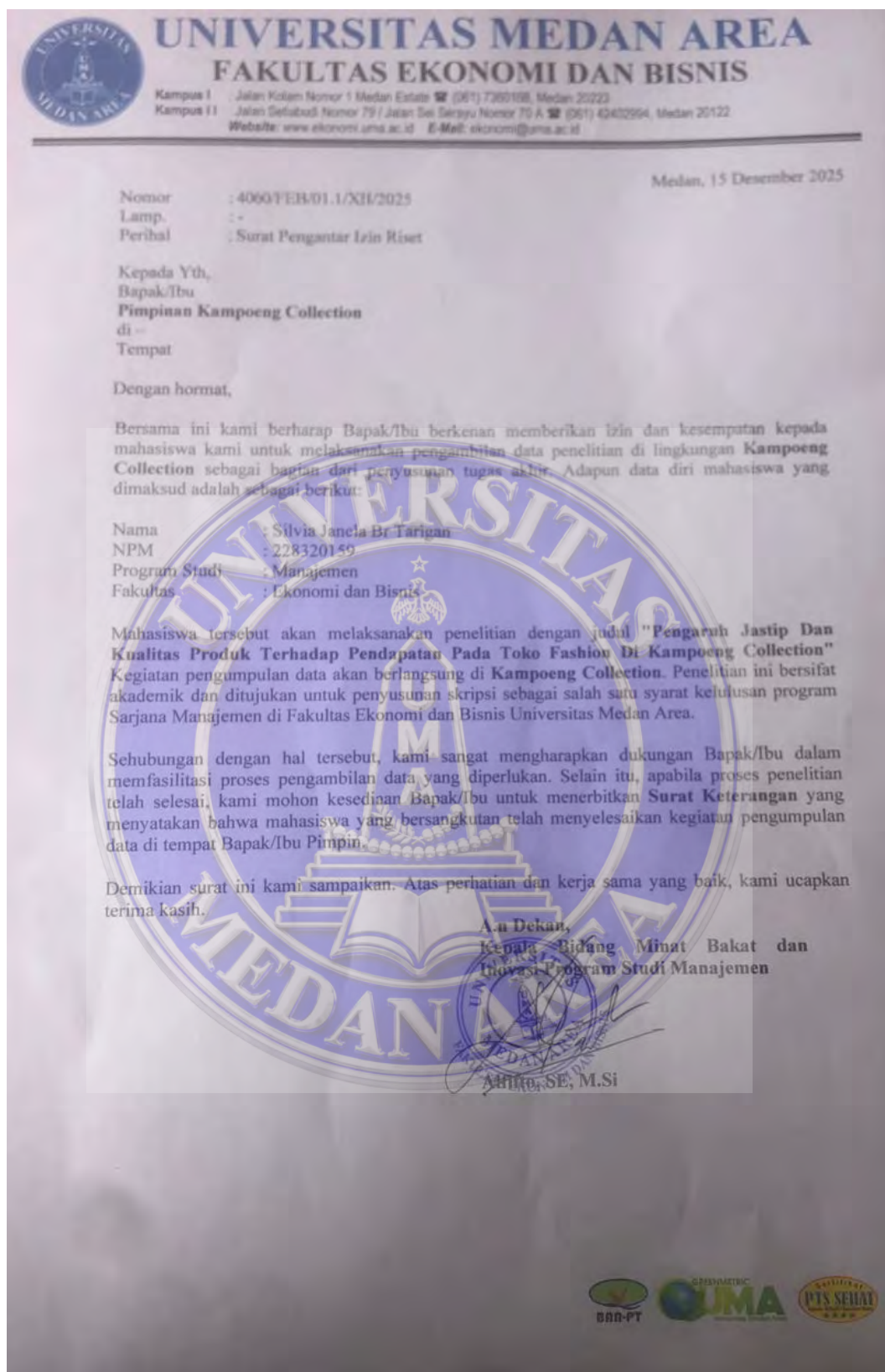
Pendapatan (Y)					
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	5	4

Pendapatan (Y)					
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
5	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3

Pendapatan (Y)					
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6
4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4

Lampiran 3 Surat Izin Research





Lampiran 4 Surat Selesai Research

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 7/8/26

Access From (repository.uma.ac.id)7/8/26

