



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 5321-5330

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Layanan Jasa Titip Online dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan pada Toko Fashion di Kampoeng Collection

Silvia Janela Br Tarigan, Yuni Syahputri

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

[silviajanela86@gmail.com](mailto:silviajanela86@gmail.com), [yunisyahputri@staff.uma.ac.id](mailto:yunisyahputri@staff.uma.ac.id)

### **Abstrak**

*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 product quality compared to other products, especially imported products. This study used a quantitative research method with an associative approach. Data were collected by distributing questionnaires to 68 respondents who had shopped offline at Kampoeng Collection Fashion Store. The data analysis method used 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, greater than the F-table value of 3.09 and a significance value  $<0.05$ . The coefficient of determination test showed an adjusted R-square value of 0.310, indicating that 31.0% of revenue variation can be explained by online consignment services and product quality, while the remaining 69.0% is influenced by other variables outside this study.*

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

### **1. Pendahuluan**

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 hal 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 usaha pokok perusahaan atau penjualan barang atas jasa diikuti oleh biaya-biaya sampai laba kotor diperoleh. Penurunan pendapatan terjadi ketika uang yang diperoleh dari penjualan barang atau jasa berkurang dibandingkan periode sebelumnya. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti ada penurunan permintaan konsumen, persaingan yang semakin ketat dan peningkatan biaya produksi. Penurunan pendapatan dapat berdampak signifikan pada keberlangsungan bisnis, termasuk pengurangan laba, pengurangan tenaga kerja, dan kesulitan memenuhi kewajiban keuangan (Syahfitri et al., 2024).

Menurunnya pendapatan 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. Menawarkan harga yang lebih murah karena mampu menjual dalam jumlah besar dan memberikan diskon yang sulit ditandingi (Nurul Aini et al., 2024).

Mengutip dari (Sugestiani et al., 2024) menyatakan produk fashion impor semakin mendominasi pasar Indonesia. Menjadi pilihan utama bagi generasi muda. Persepsi bahwa barang impor memiliki kualitas yang lebih baik adalah faktor lain yang menyebabkan ketertarikan terhadap pakaian impor. Dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup, pengaruh media sosial, dan pandangan bahwa merek asing lebih menarik dan bergengsi. Meningkatnya konsumsi pakaian impor mempengaruhi perekonomian negara yang 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 pendapatan yang signifikan sebagai akibat dari belanja online. Salah satu penyebab penurunan pendapatan adalah dominasi iklan platform belanja online yang telah memikat konsumen setia mereka. Selain itu, penurunan pendapatan yang disebabkan karena banyaknya jenis pakaian yang tersedia di platform belanja online baik dalam dan luar negeri. Akibatnya, 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 yang semakin beralih ke layanan online menimbulkan tantangan baru. Terutama pada persaingan yang tidak sehat dapat mengancam keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal yang menjual barang serupa (Rizka Fadila & Cahaya Permata, 2024).

Persaingan semakin ketat pengusaha harus memperhatikan strategi pemasaran yang kreatif agar dapat mempertahankan penjualan dan pendapatan. Persaingan tidak hanya datang dari merek-merek besar. Banyak pengusaha baru yang 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 yang 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 sehingga menyebabkan menurunnya pendapatan. Pengusaha jasa titip online lebih menyoroti barang impor masyarakat 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 yang 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 yang mengakibatkan penurunan pendapatan 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 dapat mengalahkan pesaing. Kualitas menjadi faktor yang menentukan seberapa puas konsumen setelah membeli dan menggunakan produk tersebut. Apabila suatu produk melebihi harapan konsumen akan berani membayar harga yang mahal. Konsumen sering kali melakukan perbandingan antara barang lokal dan barang impor yang 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 jastip. Toko ini menjadi salah satu pusat kegiatan usaha fashion yang melayani konsumen dengan sistem penjualan langsung.

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 agar 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. 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. Akibatnya, 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.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Asosiatif (sebab-akibat). 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. 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. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah membeli barang fashion secara offline di Kampoeng Colletion. Mengingat keterbatasan data mengenai jumlah konsumen, populasi akan didefinisikan sebagai jumlah pembeli dan pengunjung. Jumlah Populasi penelitian ini adalah 208 jumlah pengunjung dan pembeli di Kampoeng Colletion. Penelitian ini menggunakan pendekatan pengambilan sampel dalam teknik pendekatan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. 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. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis statistik deskriptif, analisis regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan guna menentukan apakah distribusi variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi bersifat normal atau tidak. Hasil Uji Normalitas ditampilkan sebagai berikut :

##### a. Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

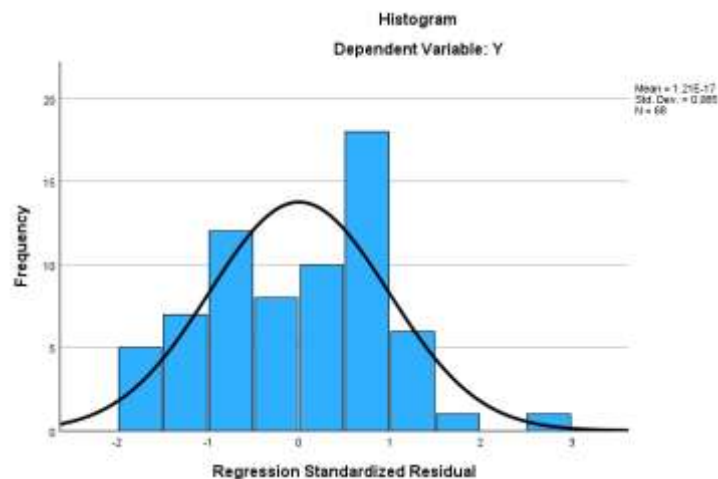
Tabel 1. Uji Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16698955
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.067
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan tabel tersebut, hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, residual dari model regresi diuji untuk mengetahui apakah berdistribusi normal. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0.200, yang lebih besar dari 0.05.

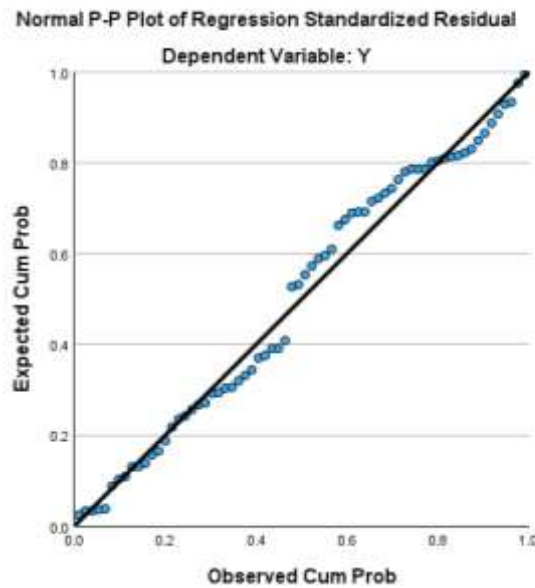
##### b. Diagram Histogram



Gambar 1. Histogram Normalitas Data  
 Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan histogram pada Gambar 1 terlihat bahwa sebaran residual regresi mengikuti pola distribusi normal, yang ditunjukkan oleh bentuk kurva lonceng (*bellshaped curve*) yang simetris. Puncak histogram berada di sekitar nilai nol dan menyebar secara merata ke kiri dan kanan. Hal ini mengindikasikan bahwa residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

c. Grafik *Normality Probability Plot*



Gambar 2. Uji Normalitas dengan Normal P-Plot  
 Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan gambar tersebut, dapat diketahui bahwa titik-titik data menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga menunjukkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**Uji Multikolinieritas**

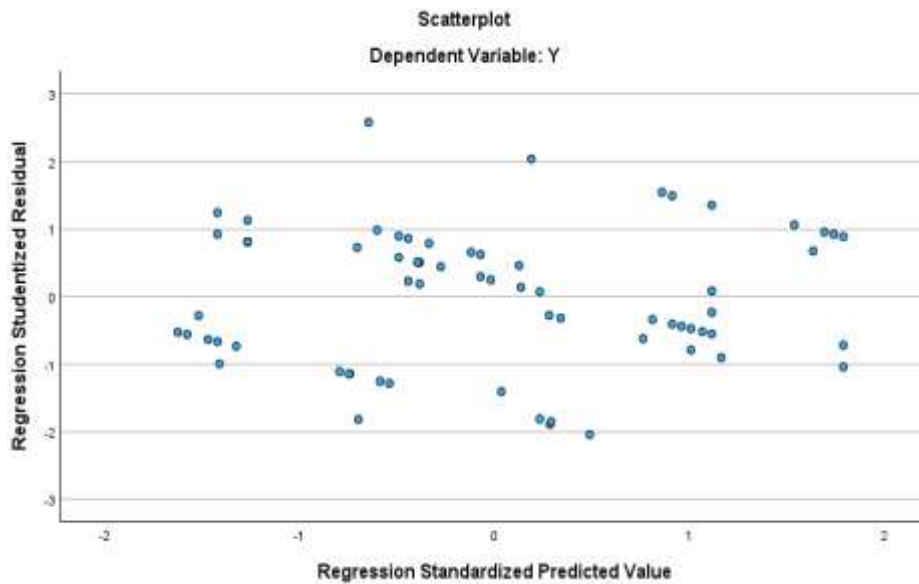
Tabel 2. Uji Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.400	2.486		3.780	<.001		
	X1	.345	.088	.412	3.904	<.001	.925	1.081
	X2	.107	.037	.303	2.874	.005	.925	1.081

a. Dependent Variable: Y  
 Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada Tabel 2, diketahui bahwa nilai VIF untuk conversion rate optiization (X1) sebesar 1.081, Layanan Jasa Titip Online Kualitas Produk (X2) sebesar 1.081 . Seluruh nilai VIF berada di bawah angka 10, yang menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas dalam model regresi. Sementara itu, nilai tolerance untuk Layanan Jasa Titip Online (X1) adalah 0,925, Kualitas Produk (X2) sebesar 0,925. Karena semua nilai tolerance lebih besar dari 0,1, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi yang digunakan.

**Uji Heteroskedastisitas**



Gambar 3. Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*  
 Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Gambar 3, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal ini ditunjukkan oleh penyebaran titik-titik yang tidak membentuk pola tertentu serta tersebar secara merata di atas dan di bawah sumbu nol pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi, sehingga model regresi yang digunakan dapat dianggap reliabel untuk analisis lebih lanjut.

**Uji Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas terhadap variable. Berikut ini Uji Regresi Linear Berganda :

Tabel 3. Uji Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.400	2.486		3.780	<.001
	X1	.345	.088	.412	3.904	<.001
	X2	.107	.037	.303	2.874	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 3 persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut :

$$Y = 9.400 + 412 (X1) + 303 ( X2) + 2.486$$

1. Konstanta (a). Nilai Konstanta pada model regresi ini adalah 9.400, yang memiliki nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel Layanan Jasa Titip Online dan Kualitas Produk sama-sama bernilai 0, maka nilai variabel Pendapatan sebesar 9.400.

2. Layanan Jasa Titip Online. Koefisien regresi variabel layanan jasa titip online sebesar 0,412. Hal ini menunjukkan bahwa pengoptimalkan konversi pada Kampong Colletion dapat meningkatkan Pendapatan sebesar 9.400 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dari regresi tetap.
3. Kualitas Produk. Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,303. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemilihan produk dan keunggulan produk dalam yang di jual kepada customer serta pelayanan fasilitas dan design yang diberikan dapat meningkatkan pendapatan 9.400 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dari regresi tetap.
4. Standar eror ( e ). Nilai standar eror yaitu 2.486 yang digunakan dalam menghitung perkiraan hubungan antar variabel. Nilai Konstanta (  $\alpha$  ) = 0,849, nilai konstanta sebesar 0,849 menunjukkan bahwa jika variabel Manajemen Sumber Daya Manusia (  $X_1$  ) dan Lingkungan Kerja (  $X_2$  ) dianggap konstan maka variabel maka Produktivitas Kerja (  $Y$  ) akan bernilai positif sebesar 849 satuan.

### Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Menghitung nilai t tabel, dapat menggunakan rumus  $df = n - k$  (n: jumlah sampel, k: jumlah konstruk). Dalam penelitian ini, nilai  $df = 68 - 3 = 65$  dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga nilai t tabel yang diperoleh adalah 1,986. Berikut adalah hasil uji t:

Tabel 4. Hasil Uji-t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.400	2.486		3.780	<.001
	X1	.345	.088	.412	3.904	<.001
	X2	.107	.037	.303	2.874	.005

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

1. Diperoleh t hitung layanan jasa titip online (X1) 3.904 dan nilai sig 0,001 < 0,005 maka H1 diterima yang menyatakan "Layanan jasa titip online berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di Kampong Colletion".
2. Diperoleh t hitung kualitas produk (X2) 2.874 dan nilai sig 0,005 > 0,005 maka H2 menyatakan "Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan di Kampong Colletion".

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menganalisis secara bersamaan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F tabel dalam penelitian ini yaitu  $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ ,  $df_2 = n - k = 68 - 3 = 65$ , dengan tingkat signifikansi 0,05 sehingga diperoleh nilai F tabel 3,09. Berikut adalah hasil uji F :

Tabel 4. Hasil Uji-f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	331.237	2	165.619	16.020	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	671.998	65	10.338		
	Total	1003.235	67			

a. Dependent Variable: Y  
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4, diketahui F hitung  $16.020 > 3,09$  dan nilai Sig  $0,001 < 0,05$  artinya Layanan Jasa Titip Online (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan (Y), maka H3 diterima.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 <sup>a</sup>	.330	.310	3.21534
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 11 diketahui *Adjusted R Square* sebesar 0,310 % = 31,0 % artinya variabel (X1) dan (X2) berpengaruh terhadap (Y) Sebesar 31,0 % sedangkan 8% sisanya dipengaruhi dari variabel lain yang tidak diketahui pada penelitian ini.

**Pembahasan**

**Pengaruh Layanan Jasa TitiP online (X1) Terhadap Pendapatan**

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh bahwa nilai t-hitung untuk variabel Layanan Jasa Titip Online (X1) sebesar 3,904 dengan nilai signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, Layanan Jasa Titip Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan pada toko fashion di Kampong Colletion.

Dari hasil statistik deskriptif, dua indikator tertinggi dari variabel X1 adalah ” lebih sering beli barang lewat layanan jasa titip online” dengan nilai mean 4,02 dan “lebih tertarik pada produk layanan jasa titip online di media sosial” dengan nilai mean 4,00. nilai mean ini, menunjukkan bahwa responden cenderung memberikan persepsi "Setuju" dan "Baik" terhadap layanan jastip yang ada saat ini. Hal ini memberitau bahwa indiaktor seperti kemudahan pemesanan, kecepatan penyedia layanan jasa titip online, dan kejelasan informasi produk di platform online telah bekerja dengan baik. Karena layanan jasa titip online dapat menjangkau konsumen yang memiliki keterbatasan jarak dan waktu untuk mengunjungi Kampong Collection secara langsung, rata-rata yang tinggi ini mendorong peningkatan penjualan.

Hasil ini didukung oleh penelitian Ilmiah & Pendidikan (2025) yang menyatakan bahwa layanan jasa titip online melalui media sosial memberikan kemudahan aksesibilitas bagi konsumen, yang secara linear berdampak pada kenaikan omzet bagi pemilik usaha fashion. Layanan jastip bertindak sebagai agen pemasaran eksternal yang memperluas segmentasi pasar. Ketika nilai rata-rata persepsi layanan ini tinggi, maka kepercayaan konsumen untuk bertransaksi juga meningkat, yang pada akhirnya secara nyata meningkatkan total pendapatan yang diterima oleh toko.

**Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Pendapatan**

Hasil uji t menunjukkan bahwa t-hitung untuk variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 2.874 dengan nilai signifikansi 0, 005 yang lebih besar dari 0,05. Menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Pendapatan pada toko fashion di Kampong Colletion. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa, meskipun mereka telah menggunakan perantara, alasan utama pelanggan tetap membeli produk Kampong Collection adalah kualitasnya. Dari hasil statistik deskriptif, dua indikator tertinggi dari variabel X1 adalah “ bersedia bayar lebih untuk layanan jasa titip online” dengan nilai mean 3,82 dan “barang layanan jasa titip online lebih bagus” dengan nilai mean 3,82. Menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju sepenuhnya bahwa produk yang dijual memiliki bahan berkualitas tinggi, jahitan yang rapi, dan model yang selalu mengikuti tren mode. Dengan nilai mean yang tinggi untuk variabel kualitas produk, Kampong Collection berhasil memenuhi standar kualitas barangnya. Kualitas adalah kunci dalam bisnis fashion untuk mempertahankan konsumen.

Kepuasan konsumen terhadap kualitas produk akan mendorong perilaku pembelian ulang, atau pembelian ulang, yang akan menghasilkan pendapatan tetap bagi bisnis. Hasil Penelitian Andiza et al., (2020) mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap pendapatan toko online fashion. Dalam penelitian Daffa et al., (2024) menyatakan bahwa ada korelasi positif yang sangat kuat antara peningkatan keuntungan dan pendapatan UMKM di industri pakaian dan kualitas produk. Sama halnya dengan penelitian Akuntansi et al., (2025) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif terhadap pendapatan, dijelaskan bahwa peningkatan kualitas produk dapat secara langsung meningkatkan keuntungan bisnis.

#### **Pengaruh Layanan Jasa Titip Online (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Pendapatan.**

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 16,020 lebih besar dari 3,09 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih rendah dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan cicilan online secara bersamaan berdampak positif dan signifikan pada pendapatan toko pakaian Kampoeng Collection.

Jastip, atau layanan jasa titip online yang memudahkan, dan produk yang memuaskan, atau kualitas, bekerja sama untuk membuat lingkungan bisnis yang sehat. Kualitas produk adalah "pengunci" kepuasan pelanggan, sementara layanan jastip berfungsi sebagai "pintu masuk" atau jalur distribusi yang memudahkan calon pembeli untuk bertransaksi. Jika salah satu faktor ini tidak terpenuhi misalnya, jika jastip sangat responsif tetapi produk yang dijual berkualitas rendah pendapatan tidak akan terus meningkat karena pelanggan akan menjadi kecewa dan tidak akan kembali

Hasil penelitian didukung oleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,310, yang menunjukkan bahwa variabel Layanan Jasa titip online dan Kualitas Produk bertanggung jawab atas 31% variasi pendapatan. Penemuan ini didukung oleh penelitian Daffa et al., (2024) yang menyatakan bahwa kombinasi antara persepsi kualitas layanan dan kualitas fisik produk adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian yang meningkatkan pendapatan di industri retail. Karena didukung oleh barang yang memang layak beli, sinergi ini memastikan bahwa upaya pemasaran jastip menghasilkan hasil yang maksimal.

Hasil ini sejalan dengan temuan (Akuntansi et al., 2025) tentang pendapatan UMKM, adopsi sistem layanan digital (seperti jastip atau pembayaran online) dan peningkatan standar produk secara bersamaan mampu meningkatkan penjualan hingga lebih dari 30%. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor ini adalah "mesin penggerak" utama pendapatan, sementara 69% sisanya mungkin dipengaruhi oleh variabel lain, seperti lokasi fisik atau strategi harga. Oleh karena itu, cara terbaik untuk menjaga keberlanjutan Kampoeng Collection adalah dengan meningkatkan layanan jasa titip online dan memastikan bahwa kualitas produk tetap sama.

#### **4. 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 Collection" 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 pelanggan 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 pelanggan. Kualitas produk yang konsisten memastikan pembelian ulang, yang membantu toko menjaga pendapatan. 3. Kualitas Produk dan Layanan Titip Online memberikan kontribusi yang signifikan dan 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.

## Referensi

1. Ahmad Nadhim Musyarof, Agus Wahyudi, Daniel Budiyanto, & 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>
2. 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>
3. 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>
4. 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.
5. 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>
6. Daffa, M., Fadhillah, Y., & Simanjuntak, M. (2024). The Effect of Perceived Product Quality and Price on Local Brand Fashion Consumer Satisfaction. 7(1).
7. Endah, R., Wardani, K., Febriyanti, P., Pohan, S. N., & Asbari, M. (2024). Niswantara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Usaha Bisnis Jastip Light Cart: Peluang Menjadi Studentpreneurs di Era Global. 01(02), 35–44.
8. Fajrina, F. N. (2023). ... Inovasi Produk, Desain Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Produk Maybelline Di Yogyakarta. 01(02), 131–142.
9. Ilmiah, J., & Pendidikan, W. (2025). Mengukur Pengaruh Layanan Jasa Titip Online Terhadap Preferensi Pembelian Konsumen Fitriani Dwi Azzahra, Marsella Putri Tommy Amanda, Hidyah Indira Lastari Politeknik Negeri Bandung. 11(July), 90–104.
10. 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.
11. 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>
12. Nurlinda, N., Ria Mutiara Amanda, Nur Aisyah, & ST. Ramlah. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP PENDAPATAN AGEN BRILINK (Studi Kasus Kantor Cab. Sungguminasa). *Jurnal Daya Saing*, 10(3), 665–674. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v10i3.1950>
13. 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>
14. 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>
15. Rizka Fadila, & Cahaya Permata. (2024). Pertanggungjawaban Atas Kerugian Konsumen pada Jasa Titip Produk Luar Negeri Perspektif Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Ijarah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(12), 5603–5614. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i12.5763>
16. 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>
17. 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>
18. Toko, P., Clothme, O. P. T., & Shopee, D. I. A. (2024). c. 05, 71–82.
19. Wulandari, D., & Adah, M. A. S. (2024). PENGATURAN IMPOR PAKAIAN JADI TERHADAP PRODUK LOKAL ( STUDI PERMENDAG NOMOR 8 TAHUN 2024 ). 18(2).
20. 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>