

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DIGITAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA JASA TITIP
BERBASIS MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus Jasa Titip Mangkat)**

SKRIPSI



Oleh :

Maulana Ahmad Maghroby

NIM. 22201013

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS dr. SOEBANDI
JEMBER
2026**

ABSTRAK

Akselerasi teknologi berbasis digital mendorong eskalasi model bisnis berbasis jasa yang mengintegrasikan jejaring sosial, salah satunya adalah skema jasa titip (jastip). Pelaku industri mengoptimalkan sarana digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk mengoptimalkan jangkauan promosi, interaksi pelanggan, hingga alur transaksi bisnis. Berlandaskan urgensi mutu pelayanan terhadap persepsi pelanggan, penelitian ini dioperasionalkan guna mengevaluasi serta menganalisis signifikansi peran kualitas layanan digital terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Jasa Titip Mangkat.

Kajian ini mengaplikasikan metodologi kuantitatif dengan desain asosiatif. Penentuan subjek penelitian mengandalkan teknik *purposive sampling*, yang berhasil menjangkit 56 pelanggan aktif Jasa Titip Mangkat dalam rentang waktu enam bulan terakhir. Penggunaan angket terstruktur berdasarkan skala Likert menjadi instrumen utama dalam proses pengumpulan data lapangan. Seluruh item instrumen telah dinyatakan valid dan reliabel sebelum dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS melalui uji regresi linear sederhana serta koefisien determinasi.

Hasil komputasi data mengonfirmasi bahwa kepuasan konsumen Jasa Titip Mangkat dipengaruhi secara searah (positif) dan signifikan oleh kualitas layanan digital. Pembuktian statistik menguraikan perolehan model regresi $Y = 5,857 + 0,185X$, dengan ambang signifikansi $0,000 < 0,05$ dan raihan skor thitung sebesar $6,323 > t_{tabel} (2,005)$. Selain itu, kontribusi variabel independen ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,425, yang menandakan bahwa 42,5% variabilitas kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas layanan digital, sementara 57,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal di luar lingkup kajian. Keberhasilan dalam membentuk kepuasan pelanggan ini ditopang secara efektif oleh integrasi lima dimensi utama (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy*). Dengan demikian, implikasi praktis dari temuan ini mensyaratkan penyempurnaan kualitas saluran digital secara berkelanjutan sebagai strategi inti untuk memperkuat kepuasan serta loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Digital, Kepuasan Konsumen, Jasa Titip, SERVQUAL.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Jasa Titip Berbasis Media Sosial (Studi Kasus Jasa Titip Mangkat)” telah disetujui dan disahkan sebagai proposal tugas akhir skripsi untuk diajukan dalam ujian siding.

Jember, 22 Juni 2026

Menyetujui,

Tim Penguji

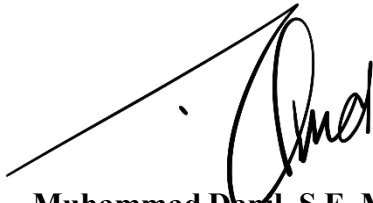
Penguji I,



Stivaniyanti Atmanegara, S.E.,M.M

NIK. 19850511 202111 2 207

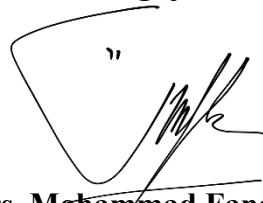
Penguji II,



Muhammad Dani, S.E.,M.E.

NIK. 19880114 202406 1 249

Penguji III,

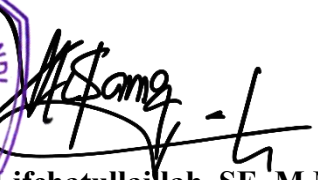


Drs. Mohammad Fanani, M.M.

NIK. 19640727 201111 1 010

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas dr. Soebandi



Endang Lifchatullaillah, SE.,M.M.

NIK. 19681031 201812 2 161

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI/LAPORAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulana Ahmad Maghroby

NIM : 22201013

Program Studi : S1 kewirausahaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau hasil tulisan orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain atau ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi/laporan tugas akhir ini, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jember, 24 Februari 2026
yang menyatakan,



Maulana Ahmad Maghroby
NIM. 22201013