

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil

##### 1. Penyajian Data

###### Karakteristik Responden

Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah 96 orang pengguna layanan Jasa Titip yang berada di Kabupaten Kapuas.

###### 1) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jawaban Responden	
		Jumlah (Org)	Persen (%)
1	$\leq 20$ Tahun	52	54,2
2	$> 20$ Tahun	44	45,8
Jumlah		96	100

Sumber: Data Primer diolah 2025

Sebagaimana ditampilkan dalam Tabel 4.1, sebanyak 52 responden atau 54,2% merupakan bagian dari sampel penelitian ini berusia  $\leq 20$  tahun, sementara 44 responden atau 45,8% berusia  $> 20$  tahun. Kelompok usia responden terbanyak dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia di bawah 20 tahun yang terlibat dalam penelitian ini didominasi dengan rentang umur yang relatif muda, yaitu  $\leq 20$  tahun.

###### 2) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jawaban Responden
-----	---------------	-------------------

		<b>Jumlah (Org)</b>	<b>Persen (%)</b>
<b>1</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>21</b>	<b>21,9</b>
<b>2</b>	<b>Perempuan</b>	<b>75</b>	<b>78,1</b>
	<b>Jumlah</b>	<b>96</b>	<b>100</b>

**Sumber: Data Primer diolah 2025**

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.2, jumlah responden mencapai 75 orang. atau 78,1% adalah perempuan, sementara 21 responden atau 21,9% lainnya adalah laki-laki. Hal tersebut menjelaskan bahwa karakteristik responden didominasi responden perempuan, hal ini dapat dikarenakan yang menyukai belanja online adalah perempuan.

#### Penyajian Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana responden merespons item-item indikator dari variabel penelitian, yang meliputi kepuasan, keamanan, Tarif harga dan keputusan penggunaan diukur melalui pernyataan yang menggunakan skala Likert 1-5.

##### 1) Variabel Kepuasan

Berikut tanggapan responden terhadap variabel Kepuasan (X1) yang terdiri dari 4 (empat) pernyataan yaitu:

- a) Saya berminat untuk menggunakan jasa titip yang pernah saya gunakan
- b) Layanan Jasa Titip yang saya gunakan memenuhi harapan saya
- c) Kualitas pelayanan yang diberikan jasa titip Sejalan dengan harapan saya
- d) Saya menyarankan teman untuk Memanfaatkan layanan Jasa Titip yang pernah saya gunakan

**Tabel 4.3**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan (X1)**

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0	4	4,2	5	5,2	63	65,6	24	25,0
X1.2	0	0	2	2,1	12	12,5	71	74,0	11	11,5
X1.3	0	0	1	1,0	7	7,3	67	69,8	21	21,9
X1.4	0	0	3	3,1	10	10,4	71	74,0	12	12,5

Sumber: Data Primer diolah, 2025

## 2) Variabel Keamanan

Berikut adalah respon responden terhadap variabel Keamanan (X2)

yang terdiri dari lima pernyataan, yaitu:

**Tabel 4.4**

### **Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan (X2)**

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0	0	0	7	7,3	67	69,8	22	22,9
X2.2	0	0	0	0	8	8,3	56	58,3	32	33,3
X2.3	0	0	0	0	3	3,1	69	71,9	24	25,0
X2.4	0	0	0	0	1	1,0	58	60,4	37	38,5
X2.5	0	0	1	1,0	2	2,1	69	71,9	24	25,0

Sumber: Data Primer diolah, 2025

## 3) Variabel Penetapan Harga

Berikut adalah respon responden terhadap variabel Harga (X3)

Meliputi empat pernyataan berikut:

- a) Harga yang ditawarkan oleh jasa titip terjangkau
- b) Harga yang ditawarkan sebanding dengan pelayanan yang diberikan

- c) Biaya layanan yang ditetapkan kompetitif dibanding penyedia jasa titip lainnya.
- d) harga yang ditentukan mencerminkan manfaat yang didapatkan oleh konsumen.

**Tabel 4.5**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Tarif Harga (X3)**

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0	6	6,3	19	19,8	59	61,5	12	12,5
X3.2	2	2,1	6	6,3	16	16,7	46	47,9	26	27,1
X3.3	0	0	7	7,3	12	12,5	54	56,3	23	24,0
X3.4	2	2,1	4	4,2	13	13,5	56	58,3	21	21,9

**Sumber: Data Primer diolah, 2025**

4) Variabel Keputusan Penggunaan

Tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Penggunaan (Y)

dapat dilihat melalui lima pernyataan, yaitu:

- a) Saya menggunakan jasa titip karena saya membutuhkannya
- b) Sebelum saya menggunakan jasa titip, saya mencari informasi tentang jasa titip yang ingin saya gunakan terlebih dahulu
- c) Saya membandingkan beberapa jasa titip sebelum memilih menggunakan salah satu
- d) Saya memutuskan memilih menggunakan jasa titip yang saya yakini baik
- e) Saya mendengar informasi yang baik terkait jasa titip yang saya gunakan

**Tabel 4.6**

**Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan (Y)**

No Item	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0	3	3,1	9	9,4	61	63,5	23	24,0
Y2	0	0	8	8,3	10	10,4	59	61,5	19	19,8
Y3	0	0	6	6,3	13	13,5	54	56,3	23	24,0
Y4	0	0	2	2,1	7	7,3	69	71,9	18	18,8
Y5	0	0	0	0,0	9	9,4	71	74,0	16	16,7

**Sumber: Data Primer diolah, 2025**

**2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**a. Hasil Uji Normalitas**

Uji ini bertujuan mengevaluasi apakah variabel pengganggu dalam model regresi mengikuti pola distribusi normal. Seperti yang diketahui, uji t mengasumsikan bahwa pola distribusi residual sesuai dengan distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka uji statistik akan menjadi tidak valid, terutama untuk sampel yang kecil (Ghozali, 2016). Sebagaimana dijelaskan oleh Bahri (2018), pendekatan uji normalitas salah satunya dapat dilakukan melalui pengujian Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan memperhatikan tingkat signifikansinya. Berdasarkan kriteria tersebut, menurut Bahri (2018), ketika nilai probabilitas di bawah 0,05, maka data tidak mengikuti distribusi normal., salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam uji normalitas adalah dengan mengamati tingkat berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S), distribusi dikatakan tidak normal apabila tingkat signifikansi di bawah 0,05.

Hasil pengujian normalitas dengan pendekatan statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)**

Pengujian Kolmogorov-Smirnov untuk Satu Sampel

		Unstandardized Residual
N		96
Parameter distribusi normal <sup>a,b</sup>	Rata-rata	.0000000
	Std. Penyimpangan	14.26514645
	n	
Perpedaan ekstrem	paling Mutlak	.084
	Positif	.076
	Negatif	-.084
Test Statistic		.084
Signifikan Asimtotik (2 ekor)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Distribusi yang di uji adalah distribusi normal.

b. Dihitung berdasarkan data yang diperoleh

c. Menggunakan koreksi signifikan Liliefors

d. Merupakan batas bawah dari nilai signifikan sesungguhnya

**Sumber: Data Output SPSS 26, 2025**

Berdasarkan hasil uji normalitas, diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,200. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih tinggi dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas untuk model regresi.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi terdapat keterkaitan antar variabel bebas. Sebuah Model regresi yang ideal seharusnya bebas dari hubungan korelatif antar variabel independen, Apabila terdapat korelasi antar variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak memiliki sifat ortogonal. Variabel ortogonal merujuk pada variabel bebas yang

tidak memiliki korelasi, atau korelasinya bernilai nol, dengan variabel bebas lainnya (Ghozali, 2016). Apabila nilai tolerance kurang dari atau sama dengan 0,10 atau nilai VIF lebih dari atau sama dengan 10, maka hal tersebut mengindikasikan adanya multikolinearitas antar variabel independen. Sebaliknya, jika nilai tolerance lebih dari 0,10 atau VIF kurang dari atau sama dengan 10, maka tidak terjadi multikolinearitas hal tersebut menandakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel bebas. Hasil uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Tolerance</i> <math>\geq</math> 0,10</b>	<b>VIF <math>\leq</math> 10</b>	<b>Kesimpulan</b>
<b>Kepuasan</b>	<b>0.777</b>	<b>1.287</b>	<b>Tidak Terjadi Multikolinearitas</b>
<b>Keamanan</b>	<b>0.830</b>	<b>1.204</b>	<b>Tidak Terjadi Multikolinearitas</b>
<b>Tarif Harga</b>	<b>0.607</b>	<b>1.647</b>	<b>Tidak Terjadi Multikolinearitas</b>

**Sumber: Data Output SPSS 26, 2025**

Hasil penghitungan menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki nilai tolerance yang melebihi 0,10 ( $\text{tolerance} \geq 0,10$ ), dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga mengindikasikan bahwa semua Variabel bebas memiliki nilai VIF yang kurang dari atau sama dengan 10 ( $\text{VIF} \leq 10$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Kondisi disebut homoskedastisitas apabila varian residual antar pengamatan bersifat konstan atau tetap. Jika varian apabila nilai ketidakkonsistenan atau perbedaan nilai residual antar pengamatan disebut sebagai kondisi heteroskedastisitas. Metode yang bisa diterapkan untuk menguji adanya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser, sebagaimana dijelaskan oleh Bahri (2018), adalah teknik yang digunakan dengan meregresikan nilai absolut dari residual terhadap variabel bebas, ketentuan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan metode ini adalah bahwa apabila nilai signifikansi antara variabel independen dan nilai absolut residual lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji Gletsjer adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Signifikansi</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
<b>Kepuasan</b>	<b>0.255</b>	<b>Tidak Terjadi Heteroskedastisitas</b>
<b>Keamanan</b>	<b>0.061</b>	<b>Tidak Terjadi Heteroskedastisitas</b>
<b>Penetapan Harga</b>	<b>0.212</b>	<b>Tidak Terjadi Heteroskedastisitas</b>

**Sumber: Data Output SPSS 26, 2025**

Hasil yang ditunjukkan dari penerapan Uji Glejser dalam pengujian heteroskedastisitas di atas adalah pengujian heteroskedastisitas yang dilakukan melalui metode Uji Glejser di atas mengindikasikan seluruh variabel

menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen Variabel Kepuasan (X1), bersama dengan Keamanan (X2) dan Penetapan Harga (X3), dianalisis terhadap variabel dependen Keputusan Penggunaan (Y). Persamaan regresi dimanfaatkan untuk mengetahui pola hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dengan bantuan perangkat lunak SPSS for Windows 26 version. Hasil perhitungan persamaan regresi dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut :

Tabel 4. 4

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.529	2.586		2.911	.006
Kepuasan	.197	.075	.330	2.628	.012
Keamanan	.254	.099	.268	2.571	.002
Penetapan Harga	.392	.111	.443	3.527	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Diolah dari hasil penelitian (2025)

Dari hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, dapat dirumuskan persamaan regresi berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 7,529 + 0,197 X_1 + 0,254 + 0,392 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, penjelasannya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 7,529 menunjukkan bahwa tanpa pengaruh dari variabel-variabel X, nilai variabel Y diperkirakan sebesar 7,529
2. Dengan koefisien regresi sebesar 0,197, dapat disimpulkan bahwa peningkatan satu satuan pada kepuasan konsumen akan berdampak pada kenaikan keputusan penggunaan sebesar 0,197 satuan
3. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,254 pada variabel keamanan, dapat disimpulkan bahwa setiap kenaikan satu unit **pada** keamanan berpotensi meningkatkan keputusan penggunaan sebesar 0,197
4. Koefisien regresi sebesar 0,392 pada variabel tarif harga menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam tarif harga akan meningkatkan nilai keputusan penggunaan sebesar 0,392.

#### 4. Hasil Uji Hipotesis

##### a. Uji F

Uji hipotesis secara Uji F secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.5 Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	298.210	2	149.105	5.977	.003 <sup>b</sup>
	Residual	2594.407	94	24.946		
	Total	2892.617	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Keamanan, Tarif Harga

Sumber: Diolah dari hasil penelitian (2025)

Tabel di atas memperlihatkan bahwa nilai signifikansinya yakni sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai Fhitung melebihi Ftabel ( $5.977 > 3.08$ ), sehingga hipotesis alternatif (H1) diterima. Ini mengindikasikan bahwa kepuasan

konsumen, keamanan, serta tarif harga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam pemanfaatan jasa titip..

b. Uji t

Melalui uji t, dapat diketahui apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen, Apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05 ( $\text{sig} < 0,05$ ), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 6 Hasil Uji t (Parsial)

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>	
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>			
<b>1 (Constant)</b>	<b>7.529</b>	<b>2.586</b>		<b>2.911</b>	<b>.006</b>	
<b>Kepuasan</b>	<b>.197</b>	<b>.075</b>	<b>.330</b>	<b>2.628</b>	<b>.012</b>	
<b>Keamanan</b>	<b>.254</b>	<b>.099</b>	<b>.268</b>	<b>2.571</b>	<b>.002</b>	
<b>Penetapan Harga</b>	<b>.392</b>	<b>.111</b>	<b>.443</b>	<b>3.527</b>	<b>.001</b>	

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Sumber: Diolah dari hasil penelitian (2025)

Berdasarkan uji t pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kepuasan (X1)

Untuk variabel Kepuasan (X1), nilai t hitung sebesar 2,628, yang berarti lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebesar 2,03011, dan nilai signifikansinya adalah  $(0,012) < 0,05$ . Sehingga pengujian hipotesis H2 diterima. Hal ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Kepuasan (X1) memiliki dampak yang signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

## 2. Keamanan (X2)

Terdapat nilai t hitung sebesar 2,571 pada variabel Keamanan (X2), yang lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,03011 dan nilai signifikansinya. ( $0,002 < 0,05$ ). Sehingga pengujian hipotesis H3 diterima. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Keamanan (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) dapat diterima.

## 3. Penetapan Harga (X3)

Variabel Penetapan Harga (X3) memperoleh Nilai t hitung sebesar 3,527 lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel (2,03011), serta memiliki tingkat kepercayaan menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, hasil pengujian hipotesis H4 menunjukkan bahwa hipotesis tersebut dapat diterima., yang mengindikasikan bahwa variabel Penetapan Harga (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y).

## **B. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kepuasan, keamanan dan tarif harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Titip**

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kepuasan, keamanan dan tarif harga memiliki pengaruh terhadap penggunaan jasa titip. Hasil Nilai signifikansi dari Uji F adalah 0,003, menunjukkan bahwa nilainya kurang dari 0,05, serta nilai Fhitung lebih besar daripada Ftabel ( $5,977 > 3,08$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 dinyatakan diterima.

Kotler dan Keller (2014:177) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan muncul saat pelanggan mengevaluasi kinerja layanan yang diterima dengan membandingkannya terhadap harapan atau ekspektasi awal mereka, memenuhi kebutuhan pelanggan dapat memperkuat daya saing perusahaan di pasar. Pelanggan

yang merasa puas terhadap layanan jasa cenderung akan menggunakan kembali layanan tersebut saat kebutuhan serupa muncul di masa mendatang.

Dalam melakukan usaha dibidang bisnis online maupun offline, sangat diperlukannya akhlak yang menekan pentingnya perilaku yang baik dan sopan dalam berinteraksi dengan orang lain. Alam konteks ini akhlak dapat diaplikasikan dengan memastikan bahwa jasa titip yang digunakan memiliki reputasi yang baik dan memberikan pelayanan yang ramah dan profesional. Adapun surah yang bersangkutan sebagai berikut

عَلَّمَهُ كَمَا يَكْتُبُ أَنْ كَاتِبٌ يَأْتِي وَلَا بِالْعَدْلِ كَاتِبٌ يَبِينُكُمْ وَيَكْتُبُ فَاكْتُبُوا مَسْمًى آجَلٍ إِلَىٰ بَدِينٍ تَدَايِنْتُمْ إِذَا أُمِنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا لَا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ سَفِيهًا الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي كَانَ فَإِنْ شَيْئًا مِنْهُ يَبْخَسُ وَلَا رَبَّهُ اللَّهُ وَلَيَتَّقِ الْحَقُّ عَلَيْهِ الَّذِي وَلَيُمَلِّ فَلْيَكْتُبْ اللَّهُ مِمَّنْ وَأَمْرَاتِنِ فَرَجُلٌ رَجُلَيْنِ يَكُونَا لَمْ فَإِنْ رَجَالِكُمْ مِنْ شَهِيدَيْنِ وَاسْتَشْهِدُوا بِالْعَدْلِ وَلِيَهُ فَلْيُمَلِّ هُوَ يُمَلِّ أَنْ يَسْتَطِيعَ تَكْتُبُوا أَنْ تَسْمُوا وَلَا دُعُوا مَا إِذَا الشُّهَدَاءُ يَأْتِي وَلَا الْأَخْرَجِ إِحْدَهُمَا فَتَذَكَّرَ إِحْدَهُمَا تَضَلَّ أَنْ الشُّهَدَاءِ مِنْ تَرْضُونَ تُدِيرُونَهَا حَاصِرَةً تَجَارَةٌ تَكُونُ أَنْ إِلَّا تَرَ تَابُوا أَلَّا وَأَدْنَىٰ لِلشُّهَادَةِ وَأَقْرَبُ اللَّهُ عِنْدَ أَفْسَطُ ذَلِكَ آجَلِهِ إِلَىٰ كَبِيرًا أَوْ صَغِيرًا وَاتَّقُوا بِكُمْ فَسَوْفَ فَإِنَّهُ تَفَعَّلُوا وَإِنَّهُ شَهِيدٌ وَلَا كَاتِبٌ يُضَارُّ وَلَا تَبَايَعْتُمْ إِذَا وَأَشْهَدُوا تَكْتُبُواهَا إِلَّا جُنَاحٌ عَلَيْكُمْ فَلَيْسَ بَيْنَكُمْ ۝٢٨٢ عَلَيْمٌ شَيْءٍ بِكُلِّ وَاللَّهُ اللَّهُ وَيُعَلِّمُكُمْ اللَّهُ

### QS. Al Baqarah (282)

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, jika kalian melakukan transaksi utang-piutang untuk jangka waktu tertentu, maka catatlah dengan benar. Seorang penulis hendaknya mencatatkannya secara adil, sesuai dengan ilmu yang Allah ajarkan padanya. Pihak yang berutang harus mendiktekan isi perjanjian dan bertakwa kepada Allah tanpa mengurangi sedikit pun dari utangnya. Jika pihak yang berutang lemah akalnya, sakit, atau tidak bisa mendiktekan sendiri, maka walinya harus mendiktekan dengan jujur. Hadirkan dua orang saksi laki-laki. Jika tidak ada dua laki-laki, maka cukup satu laki-laki dan dua perempuan, agar jika salah satu lupa, yang lain dapat

*mengingatkannya. Para saksi tidak boleh menolak jika diminta bersaksi. Jangan bosan untuk menulis perjanjian tersebut, baik nilainya besar maupun kecil, hingga jatuh tempo. Ini lebih adil di sisi Allah, memperkuat bukti, dan menghilangkan keraguan. Namun, jika transaksi itu tunai dan dilakukan secara langsung, maka tidak mengapa jika tidak dicatat. Walau begitu, tetap disarankan mengambil saksi dalam jual beli. Jangan ada penulis atau saksi yang dipersulit. Jika kalian mengabaikan hal ini, maka itu termasuk kedurhakaan. Bertakwalah kepada Allah, karena Allah mengajarkan kalian dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu”.*

Dari potongan ayat diatas mengingatkan kita tentang keadilan dalam transaksi keuangan, mengurangi konflik dan kesalahpahaman, dan meningkatkan kepercayaan dan keamanan dalam berbisnis. Dengan memahami ayat ini menunjukkan betapa vitalnya prinsip keterbukaan dan keadilan dalam setiap aktivitas keuangan menurut ajaran Islam.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan positif yang dirasakan konsumen setelah membandingkan pengalaman mereka dengan harapan mereka. Ketika konsumen merasa puas terhadap layanan jasa titip, mereka memiliki kecenderungan untuk menggunakannya kembali di masa mendatang dan merekomendasikannya kepada orang lain. Keamanan dalam jasa titip mencakup keamanan barang yang dititipkan selama proses pengiriman dan keamanan data pelanggan. Pelanggan ingin memastikan bahwa barang mereka aman dan tidak rusak selama pengiriman, serta data pribadi mereka terlindungi. Harga yang ditawarkan oleh jasa titip haruslah kompetitif dan sesuai dengan nilai yang diberikan. Jika harga terlalu mahal, pelanggan mungkin akan mencari alternatif lain. Namun, harga atau tarif yang terlalu rendah juga dapat menimbulkan ketidakpercayaan terhadap mutu layanan yang diberikan.

## **2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Titip**

Harga atau tarif yang terlalu rendah juga dapat menimbulkan ketidakpercayaan terhadap mutu layanan yang diberikan yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa titip. Hal ini diperoleh dari hasil Nilai t hitung sebesar 2,628 melebihi nilai t tabel yaitu 2,03011, dengan tingkat signifikansi 0,012 yang berada di bawah 0,05

Menurut Brown (dalam Dwiastuti et al., 2012), Kepuasan konsumen adalah kondisi ketika kebutuhan, keinginan, serta harapan konsumen terhadap suatu produk atau layanan dapat tercapai seiring dengan kinerja atau performa yang ditunjukkan oleh produk atau layanan tersebut. Kepuasan konsumen dapat diartikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan atau menyediakan sesuatu yang dianggap cukup atau layak. Konsumen yang merasa puas cenderung akan menggunakan atau membeli produk tersebut secara berkelanjutan. Kepuasan terhadap keputusan dalam menggunakan jasa merujuk pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan setelah mereka memanfaatkan layanan tersebut. Kepuasan muncul akibat adanya perbandingan antara ekspektasi pelanggan dengan kualitas layanan yang benar-benar mereka terima. Apabila layanan yang diberikan sesuai atau melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika layanan tersebut tidak mencapai tingkat harapan, pelanggan cenderung merasa tidak puas atau kecewa.

Hasil dalam penelitian ini searah dengan studi yang telah dilakukan oleh Istiono dan Hernita (2022), yang mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menggunakan layanan.

### **3. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Titip**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memanfaatkan layanan jasa titip. Hal ini diperoleh dari berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai t hitung sebesar 2,571

yang melebihi nilai t tabel sebesar 2,03011, serta tingkat signifikansinya sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05).

Keamanan merujuk pada kapasitas perusahaan dalam melakukan pengawasan dan perlindungan terhadap operasionalnya. Keamanan sistem harus dipertanggung jawabkan dan harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen, agar dapat pelayanan dan kualitas barang titipan yang tidak berkurang. Berdasarkan pendapat Afghani dan Yulianti (2017:11), aspek keamanan dalam pengiriman barang menuntut perusahaan untuk merawat dan mengelola fasilitas yang dimiliki secara optimal. Perusahaan juga harus memastikan bahwa seluruh perlengkapan aman digunakan serta memberikan jaminan perlindungan kepada pelanggan dari risiko bahaya di mana pun mereka berada saat memanfaatkan layanan tersebut. Perusahaan penyedia layanan pengiriman yang ingin tetap bersaing dan eksis di pasar perlu selalu memprioritaskan faktor keamanan dalam setiap tahapan pengiriman barang.

Dalam surah An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

أَعْلَمُكُمْ بِعِظَتِكُمْ وَالنَّبِيِّ وَالْمُنْكَرِ الْفَحْشَاءِ عَنِ وَيُنْهَى الْقُرْبَى ذِي وَإِيَّاءِ وَالْإِحْسَانَ بِالْعَدْلِ يَأْمُرُ اللَّهُ إِنَّ  
تَذَكَّرُونَ

Artinya: “*Sungguh, Allah memerintahkan agar kamu berlaku adil, berbuat kebaikan, serta memberikan bantuan kepada kaum kerabat. Dan Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran, serta permusuhan. Dia memberikan nasihat kepadamu agar kamu dapat memetik pelajaran*”.

Ayat tersebut mengandung perintah dari Allah SWT agar manusia senantiasa bersikap adil dan melakukan perbuatan baik, serta melarang perbuatan tercela, kemungkaran, dan tindakan permusuhan. Ayat ini sayang komprehensif dalam menggambarkan kebaikan dan keburukan. Allah memerintahkan untuk menegakkan keadilan dalam setiap aspek kehidupan, baik dalam menunaikan hak-hak Allah maupun

dalam menghormati hak-hak individu secara adil dan proporsional. Keadilan berarti memberikan sesuatu sesuai dengan porsinya dan menunaikan hak kepada mereka yang memang berhak menerimanya.

Temuan dalam penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Suhardianto (2020), yang menyatakan bahwa faktor keamanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

#### **4. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Jasa Titip**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek keamanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan layanan jasa titip. Temuan ini didasarkan pada hasil uji t yang menunjukkan Nilai t hitung mencapai 3,527, yang lebih tinggi dibandingkan dengan t tabel sebesar 2,03011, serta memiliki tingkat signifikansi 0,001, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05.

Harga merupakan total Nilai yang dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari penggunaan atau kepemilikan suatu produk atau jasa. Menurut Alma (2020), harga didefinisikan sebagai besaran Harga merupakan besaran atau nilai dari suatu barang yang diukur dalam satuan uang. Bagi konsumen, harga berperan sebagai pertimbangan utama dalam memilih layanan, sebab harga yang ditawarkan harus mencerminkan kualitas produk dan layanan yang diberikan secara layak dan sepadan. Saat pelanggan memutuskan untuk menggunakan suatu layanan, mereka akan menilai harga dengan membandingkannya terhadap beberapa standar harga sebagai acuan sebelum melakukan transaksi.

Dalam transaksi jual beli harus berlaku adil tidak menipu, termasuk menentukan harga. Adapun hadist yang berkaitan dengan berlaku adil dan tidak menipu dalam menentukan harga yaitu

Hadits Riwayat Muslim:

فَيَجْعَلُهُ الْيَسِيرَ بِالشَّيْءِ لَيْتَصَدَّقُ الْعَبْدَ فَإِنَّ يَسِيرًا شَيْئًا كَانَ وَإِنْ قَلَّ وَإِنَّ الْمُسْلِمَ شَرَفَ مِنْ شَيْئًا تَحَقَّرَ لَا  
أُحْدٍ جَبَلٍ مِنْ أَعْظَمَ الْقِيَامَةِ يَوْمَ مِيزَانِهِ كَفَّةً فِي اللَّهِ

Artinya; *"Janganlah kamu menjual sesuatu dengan harga yang tidak wajar, kecuali jika kamu ingin menjualnya kepada orang yang akan memberikannya kepada orang lain dengan harga yang wajar."* (HR. Muslim)

Dari hadist ini bahwa penjual harus berlaku jujur. Dengan menerapkan prinsip-prinsip islam, penjual dapat menentukan harga yang adil dan tidak penipu serta membangun kepercayaan dengan pembeli.

Hasil temuan dalam penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Nurlina (2019), yang menjelaskan bahwa harga secara parsial berkontribusi secara signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memanfaatkan layanan tersebut.