

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PADA LAYANAN “*TO HELP SERBA BISA*” DI KABUPATEN  
JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : SHEFIA AMELIA FARADILA PUTRI**

**NIM.22.1041.1153**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2026**

**HALAMAN SAMPUL**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PADA LAYANAN “*TO HELP SERBA  
BISA*” DI KABUPATEN JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh : SHEFIA AMELIA FARADILA PUTRI**

**NIM.22.1041.1153**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

**2026**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Shefia Amelia Faradila Putri

NIM : 2210411153

Prodi : S1-Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa SKRIPSI yang berjudul : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PADA LAYANAN “TO HELP SERBA BISA” DI KABUPATEN JEMBER;** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.



Jember, Mei 2026

Yang menyatakan,

Shefia Amelia Faradila Putri

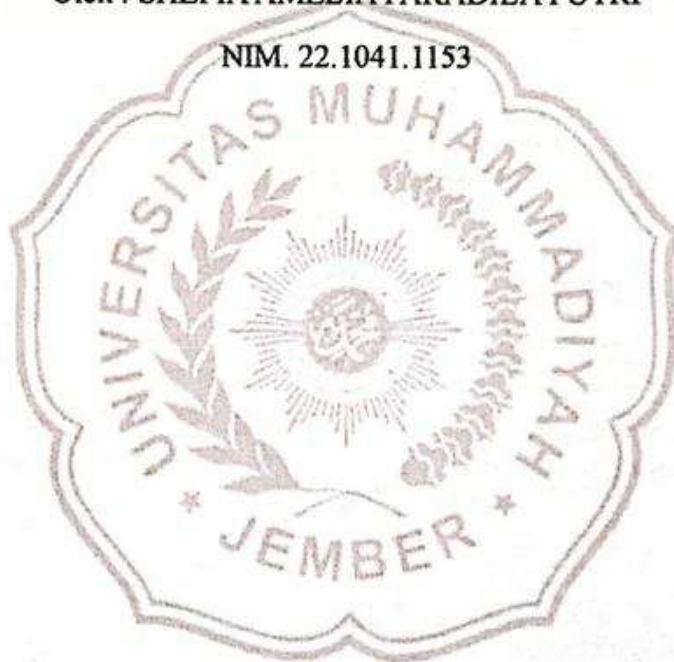
NIM.22.1041.1153

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN *DIGITAL MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA PADA LAYANAN “*TO HELP SERBA  
BISA*” DI KABUPATEN JEMBER**

Oleh : SHEFIA AMELIA FARADILA PUTRI

NIM. 22.1041.1153



Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.

Dosen Pembimbing Pendamping : Nursaidah, SE., MM.

## PENGESAHAN


Skripsi berjudul; Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Layanan "To Help Serba Bisa" Di Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 13 Mei 2026  
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember  
Nama : Shefia Amelia Faradila Putri  
NIM : 2210411153

Tim Penguji,

  
Bayu Wijayantini, SE., MM., P.Hd.  
NPK.1979021711009661

Anggota 1,

  
Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM.  
NPK.1979120811503633

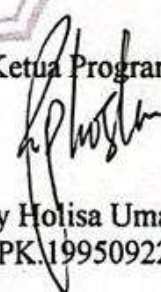
Anggota 2,

  
Nursaidah, SE., MM.  
NPK.1985060111509637

Mengesahkan:

  
Dekan,  
Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NIP.197708112005012001

Ketua Program Studi,

  
Septy Holisa Umamy, SE., MM.  
NPK.19950922122091029

## MOTTO

“Gantungkan cita-citamu setinggi langit. Bermimpilah setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang-bintang”

- Ir. Soekarno

“Semua jatuh bangunmu hal yang biasa, angan dan pernyataan waktu yang menjawabnya, berikan tenggat waktu bersedihlah secukupnya, rayakan perasaanmu sebagai manusia.”

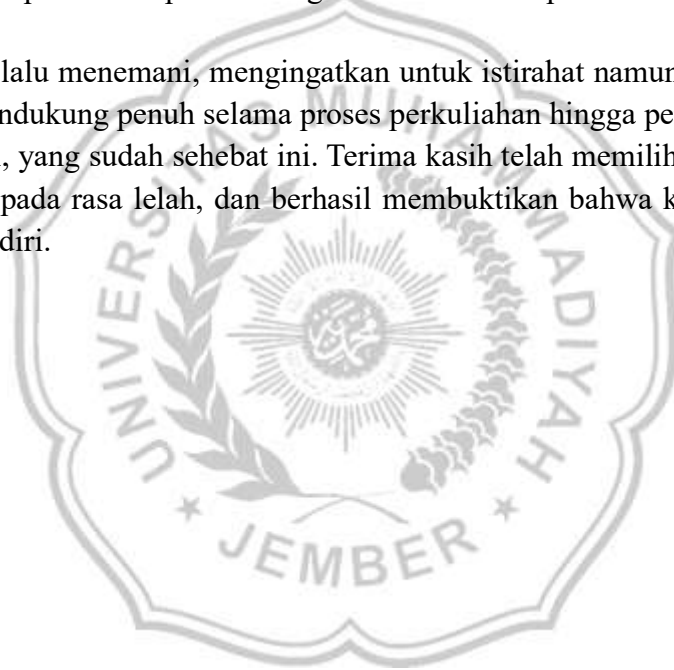
-Baskara, Hindia



## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, diantaranya :

1. Ayah dan Mama tercinta, terima kasih atas cinta yang tidak pernah putus, doa yang selalu mengetuk pintu langit, serta pengorbanan luar biasa yang tidak akan pernah bisa saya balas. Gelar ini adalah milik kalian.
2. Kakak tersayang yang telah menjadi pendengar yang baik, pelindung, dan sosok yang selalu memberikan dukungan moral di saat-saat penuh tekanan.
3. Teman-teman seperjuangan, yang selalu kebersamai langkah ini, tempat berbagi tawa, keluh kesah, dan pemikiran-pemikiran gila selama masa perkuliahan. Terima kasih atas solidaritasnya.
4. Seorang yang selalu menemani, mengingatkan untuk istirahat namun tidak lupa berproses bersama dan mendukung penuh selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
5. Diri saya sendiri, yang sudah sehebat ini. Terima kasih telah memilih untuk terus berjalan, tidak menyerah pada rasa lelah, dan berhasil membuktikan bahwa kamu bisa melampaui batas dirimu sendiri.



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pada Layanan “*To Help Serba Bisa*” Di Kabupaten Jember”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat menyelesaikan Prigram Sarjana (S1) Progran Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Sehubungan dengan itu,penulis sampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember,
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
3. Ibu Septy Holisa Umamy, S.M., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember,
4. Ibu Dr. Wahyu Eko Setianingsih, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan sabar dalam proses penulisan skripsi ini,
5. Ibu Nursaidah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membimbing dan memberikan arahan dengan sabar dalam proses penulisan skripsi ini,
6. Kedua orang tua dan kakak tersayang yang telah memberikan dukungan dan doa terbaik dari awal hingga akhir masa perkuliahan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, April 2026  
Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Kajian Teori.....	6
2.1.1. <i>Service Quality Theory</i> .....	6
2.1.2. Harga.....	7
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.4. <i>Digital Marketing</i> .....	10
2.1.5. Keputusan Pengguna Jasa.....	11
2.2. Penelitian Terdahulu.....	12
2.3. Kerangka Konseptual .....	16
2.4. Hipotesis Penelitian.....	17
2.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pengguna Jasa .....	17
2.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....	17
2.4.3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pengguna Jasa.....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>19</b>
3.1. Identifikasi Variabel.....	19
3.1.1. Variabel <i>Independent</i> .....	19
3.1.2. Variabel <i>Dependent</i> .....	19
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	19
3.2.1. Harga.....	19
3.2.2. Kualitas Pelayanan .....	20
3.2.3. <i>Digital Marketing</i> .....	21

3.2.4.Keputusan Pengguna Jasa.....	21
3.3. Desain Penelitian.....	22
3.4. Jenis Data .....	22
3.4.1.Data Primer .....	23
3.4.2.Data Sekunder.....	23
3.5. Populasi .....	23
3.6. Sampel.....	23
3.7. Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.8. Teknik Analisis Data.....	24
3.8.1.Statistik Deskriptif.....	25
3.8.2.Uji Instrumen .....	25
3.8.3.Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.8.4.Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8.5.Uji Hipotesis.....	27
3.8.6.Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	28
4.2. Hasil Analisis.....	29
4.2.1.Analisis Karakteristik Deskriptif Responden .....	29
4.2.2.Statistik Deskriptif Penelitian Responden .....	31
4.2.3.Uji Instrumen Penelitian .....	38
4.2.4.Analisis Regresi Linier Berganda .....	39
4.2.5.Uji Asumsi Klasik.....	41
4.2.6.Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	43
4.2.7.Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.3. Pembahasan .....	44
4.3.1.Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pengguna Jasa “ <i>To Help Serba Bisa</i> ” di Kabupaten Jember.....	44
4.3.2.Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pengguna Jasa “ <i>To Help Serba Bisa</i> ” di Kabupaten Jember .....	45
4.3.3.Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap Keputusan Pengguna Jasa “ <i>To Help Serba Bisa</i> ” di Kabupaten Jember .....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>47</b>
5.1. Kesimpulan.....	47
5.2. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>48</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>51</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Usaha Sektor Jasa Serba Bisa di Kabupaten Jember.....	2
Tabel 1. 2 Layanan <i>To Help</i> Serba Bisa .....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 4. 1 Layanan <i>To Help</i> Serba Bisa .....	28
Tabel 4. 2 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
Tabel 4. 3 Distribusi Responden berdasarkan Usia.....	30
Tabel 4. 4 Distribudi Responden berdasarkan Sumber Informasi .....	30
Tabel 4. 5 Jumlah Tanggapan Variabel Harga (X1.1) .....	31
Tabel 4. 6 Jumlah Tanggapan Variabel Harga (X1.2) .....	32
Tabel 4. 7 Jumlah Tanggapan Variabel Harga (X1.3) .....	32
Tabel 4. 8 Jumlah Tanggapan Variabel Harga (X1.4) .....	32
Tabel 4. 9 Jumlah Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan (X2.1).....	33
Tabel 4. 10 Jumlah Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan (X2.2).....	33
Tabel 4. 11 Jumlah Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan (X2.3).....	33
Tabel 4. 12 Jumlah Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan (X2.4).....	34
Tabel 4. 13 Jumlah Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan (X2.5).....	34
Tabel 4. 14 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (X3.1) .....	35
Tabel 4. 15 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (X3.2) .....	35
Tabel 4. 16 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (X3.3) .....	35
Tabel 4. 17 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (X3.4) .....	36
Tabel 4. 18 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (X3.5) .....	36
Tabel 4. 19 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (Y1.1) .....	37
Tabel 4. 20 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (Y1.2) .....	37
Tabel 4. 21 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (Y1.3) .....	37
Tabel 4. 22 Jumlah Tanggapan Variabel <i>Digital Marketing</i> (Y1.4) .....	38
Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4. 24 Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Tabel 4. 25 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	40
Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitaas <i>Kolmogorov Smirnov Test</i> .....	41
Tabel 4. 27 Hasil Uji Multikolonieritas.....	42
Tabel 4. 28 Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glejser).....	43
Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis Parsial.....	43
Tabel 4. 30 Hasil Uji Determinasi.....	43

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	16
Gambar 3. 1 Bentuk Distribusi Data .....	26
Gambar 4. 1 Logo ToHelp Serba Bisa .....	28
Gambar 4. 2 Grafik Probability Plot .....	41
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas (Scatterplot).....	42



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden .....	51
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian .....	55
Lampiran 3 Bukti Penyebaran Kuisisioner .....	56
Lampiran 4 Data Tabulasi Kuisisioner .....	59
Lampiran 5 Tabel r untuk $df = (N-2)$ .....	66
Lampiran 6 Tabel t .....	70
Lampiran 7 Tabel Frekuensi .....	75
Lampiran 8 Uji Validitas .....	80
Lampiran 9 Uji Reliabilitas .....	84
Lampiran 10 Uji Asumsi Klasik .....	85
Lampiran 11 Uji Hipotesis .....	88
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi .....	89

