

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS LAYANAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi



Oleh:

UGNIA RAHMA NADITA

2017-60-046

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2022

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS LAYANAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji Skripsi

Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan Diterima Untuk Memenuhi

Sebagian dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal: 14 MAR 2022

Mengesahkan Fakultas Psikologi

Universitas Muria Kudus

Dekan



Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi., M.Psi

Dewan Pengaji

Tanda Tangan

1. Iranita Hervi Mahardayani, S.Psi., M.Psi

2. Latifah Nur Ahyani, S.Psi., MA

3. Mohammad Khasan, S.Psi., M.Si

iii

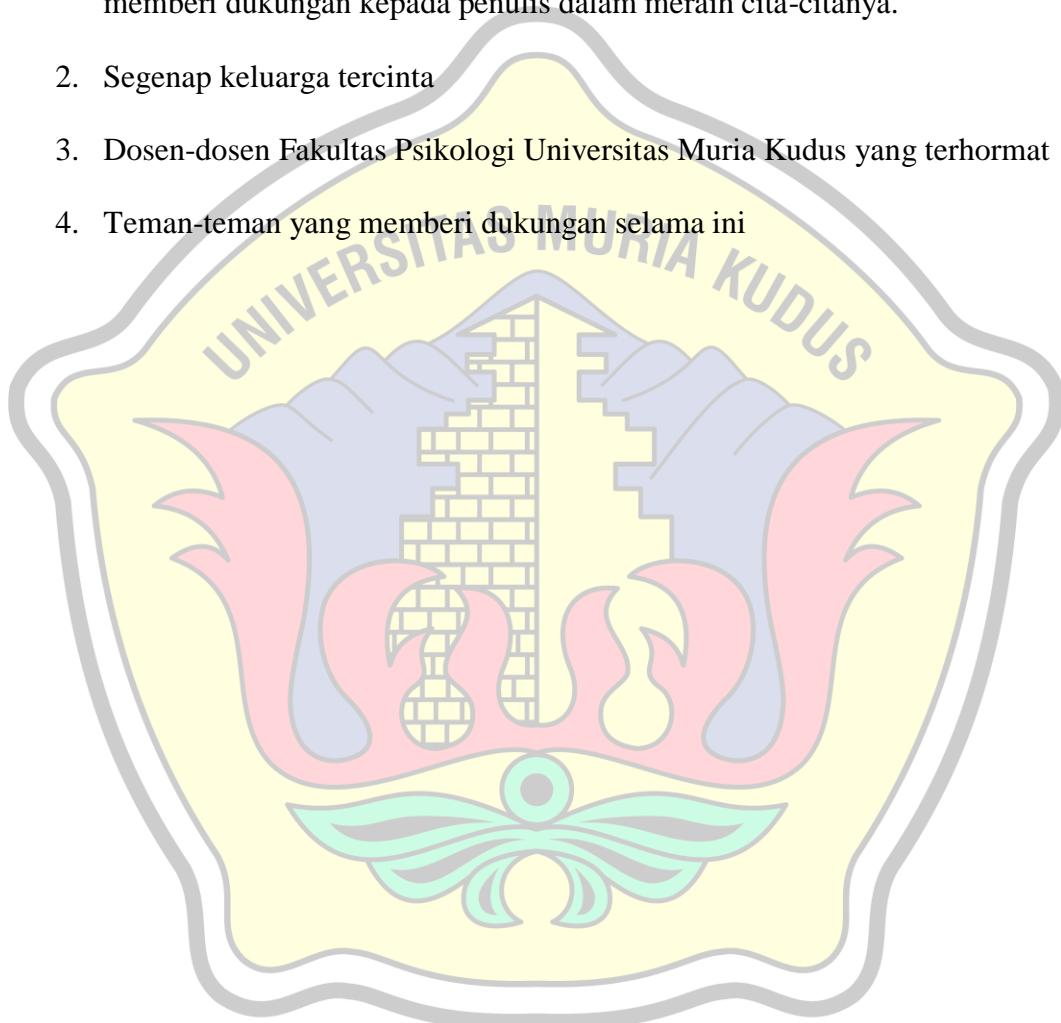
HALAMAN PERSETUJUAN
HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS LAYANAN
DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS
KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE



PERSEMBAHAN

Dengan segenap kasih dan doa karya sederhana ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak, Ibu, Mertua, Suami, Adik yang senantiasa mendoakan tanpa henti kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan kewajibannya dan selalu memberi dukungan kepada penulis dalam meraih cita-citanya.
2. Segenap keluarga tercinta
3. Dosen-dosen Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus yang terhormat
4. Teman-teman yang memberi dukungan selama ini



MOTTO

**“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh
jadi kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah
mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”**

(QS. Al-Baqarah:216)

**“Jangan gantungkan hati dan perasaanmu kepada manusia karena manusia
bisa menyakitimu sedangkan Allah tidak pernah meninggalkanmu, maka
gantungkan hati dan perasaanmu kepada Allah”**

(Alfie Alfandy)



PRAKATA

Bismillahirohmanirohim

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan karunia serta hidayah-Nya yang tiada batas, dengan ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Hubungan antara persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pengguna shopee**" untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar S.1 dalam bidang psikologi.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari perhatian, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak yang sangat berharga bagi penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu Iranita Hervi M, S.Psi., M.Psi., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan pembimbing utama yang telah memberi ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
2. Bapak Ridwan Budi Pramono, S.Psi., M.A., selaku dosen pembimbing pendamping yang selalu meluangkan waktu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Trubus Raharjo, S.Psi, dan Bapak Muji Syukur S.Psi, yang telah membantu penulis dalam menjelaskan tentang hasil analisis dan pengelola data SPSS untuk skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta para staff karyawan Fakultas Psikologi Univeritas Muria Kudus yang telah memberikan motivasi, dan dengan ikhlas membimbing, mendidik banyak hal kepada penulis selama proses belajar di Universitas Muria Kudus
5. Bapak, Ibu kandung dan Ibu mertua yang tercinta, terimakasih atas cinta dan kasih sayang dalam merawat sampai sekarang ini, serta senantiasa memberikan doa-Nya yang tak pernah putus untuk putri-Nya
6. Adek-adekku yang kusayangi terimakasih atas dukungan, motivasi dan doa yang tak ada hentinya dan memberikan keceriaan bagi penulis

7. Suamiku tercinta dan calon anakku terimakasih telah menemani, memberi perhatian dan dukungan dalam membuat skripsi
8. Teman seperjuangan angkatan 2017, terimakasih atas dukungan dan canda tawa kalian selama ini
9. Semua pihak yang telah menjadi bagian hari-hari penulis dan teman-teman selama ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terimakasih atas dukungan, doa, kebersamaan yang telah diberikan selama ini hingga studi penulis selesai
10. *Last but in least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times*

Demikian ucapan terimakasih penulis, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca. Dan dengan segala kerendahan hati penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan yang dapat menyempurnakan penyusunan terhadap penulisan skripsi ini

Alhamdulillahirabbil Alamin

Kudus, 24 Januari 2022

Penulis

Ugnia Rahma Nadita

DAFTAR ISI

DAFTAR SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penlitian	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Loyalitas Konsumen	8
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	8
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen	9
3. Aspek-Aspek Loyalitas Konsumen	10
B. Persepsi Kualitas Layanan	11
1. Pengertian Persepsi Kualitas Layanan	11
2. Aspek-Aspek Persepsi Kualitas Layanan	12
C. Kepuasan Konsumen	15
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	15
2. Aspek-aspek kepuasan Konsumen	16
D. Hubungan antara Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen.....	17
E. Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Identifikasi Variabel.....	22
B. Definisi Operasional Variabel.....	22
C. Populasi dan Sampel	24
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Validitas dan Reliabilitas	28
F. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	30
A. Orientasi Kancah Penelitian.....	30
B. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian.....	31
C. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas	35
1. Perhitungan Validitas	35
2. Perhitungan Reliabilitas.....	38
D. Analisis Data.....	39
1. Uji Normalitas	39
2. Uji Linieritas.....	40
3. Uji Hipotesis.....	41
E. Pembahasan.....	44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel <i>Blue Print</i> Skala Loyalitas Konsumen	26
Table 3.2	Tabel <i>Blue Print</i> Persepsi Kualitas Layanan.....	27
Tabel 3.3	Tabel <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen	28
Tabel 4.1	Tabel <i>Blue Print</i> Skala Loyalitas Konsumen.....	32
Tabel 4.2	Tabel <i>Blue Print</i> Persepsi Kualitas Layanan.....	33
Tabel 4.3	Tabel <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen	34
Tabel 4.4	Sebaran Item Loyalitas Konsumen yang Valid dan Gugur	36
Tabel 4.5	Sebaran Item Persepsi Kualitas Layanan yang Valid dan Gugur.....	37
Tabel 4.6	Sebaran Item Kepuasan Konsumen yang Valid dan Gugur	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4.8	Hasil Uji Linieritas Antara Persepsi Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Konsumen.....	40
Tabel 4.9	Hasil Uji Linieritas Antara Kepuasa Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen.....	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Hipotesis Mayor.....	42
Tabel 4.11	Hasil Analisis Korelasi Persepsi Kualitas Layanan dengan Loyalitas Konsumen.....	42
Tabel 4.12	Hasil Analisis Korelasi Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. SKALA PENELITIAN

- A-1 Skala Penelitian Loyalitas Konsumen
- A-2 Skala Penelitian Persepsi Kualitas Layanan
- A-3 Skala Penelitian Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN B. DATA ANGKA KASAR

- B-1 Data Kasar Loyalitas Konsumen
- B-2 Data Kasar Persepsi Kualitas Layanan
- B-3 Data Kasar Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN C. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

- C-1 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Loyalitas Konsumen
- C-2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi Kualitas Layanan
- C-3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN D. DATA PENELITIAN

- D-1 Data Penelitian Loyalitas Konsumen
- D-2 Data Penelitian Persepsi Kualitas Layanan
- D-3 Data Penelitian Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN E. UJI ASUMSI

- E-1 Uji Normalitas
- E-2 Uji Linieritas
- E-3 Uji Analisis Regresi

LAMPIRAN F. KATEGORISASI

- F-1 Kategorisasi Standar Deviasi Loyalitas Konsumen
- F-2 Kategorisasi Standar Deviasi Persepsi Kualitas Layanan
- F-3 Kategorisasi Standar Deviasi Kepuasan Konsumen

LAMPIRAN H. SCREENING JUDUL, FORM A, FORM B

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA SHOPEE

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada pengguna shopee. Subjek penelitian ini adalah 104 pengguna shopee di seluruh Indonesia. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*. Alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data adalah skala loyalitas konsumen,skala persepsi kualitas layanan dan skala kepuasan konsumen. Diperoleh hasil koefisien korelasi dari katiga variabel sebesar 0,645 dengan p sebesar 0,000 ($p<0,01$) artinya ada hubungan yang sangat signifikan antara persepsi kualitas layanan dan kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen. Demikian hipotesis mayor dalam penelitian ini diterima. Hasil koefisien korelasi antara persepsi kualitas layanan dengan loyalitas konsumen r , sebesar 0,620 dengan signifikan p 0,000 ($p<0,01$) ini artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi kualitas layanan dengan loyalitas konsumen pada pengguna shopee, dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Sedangkan koefisien korelasi antara loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen r , sebesar 0,513 dengan signifikan p 0,000 ($p<0,01$) ini artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kepuasan dengan konsumen loyalitas konsumen pada pengguna shopee, dengan demikian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci: kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, persepsi kualitas layanan

ABSTRACT

RELATIONSHIP BETWEEN PERCEPTION OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION WITH CUSTOMER LOYALTY OF SHOPEE USERS

This study aims to determine the relationship between perceptions of service quality and customer satisfaction with consumer loyalty to shopee users. The subjects of this study were 104 shopee users throughout Indonesia. The sampling technique in this study used the incidental sampling technique. The measuring instrument used to obtain the data is the consumer loyalty scale, the service quality perception scale and the customer satisfaction scale. The correlation coefficient of the three variables is 0.645 with p of 0.000 ($p < 0.01$) meaning that there is a very significant relationship between perceptions of service quality and customer satisfaction with consumer loyalty. Thus the major hypothesis in this study was accepted. The results of the correlation coefficient between perceptions of service quality and consumer loyalty r , of 0.620 with a significant p 0.000 ($p < 0.01$) this means that there is a very significant positive relationship between perceptions of service quality and consumer loyalty to shopee users, thus the hypothesis proposed in this research is accepted. While the correlation coefficient between consumer loyalty and consumer satisfaction r , amounting to 0.513 with a significant p 0.000 ($p < 0.01$) this means that there is a very significant positive relationship between satisfaction and consumer loyalty to shopee users, thus the hypothesis proposed in this study accepted.

Keywords: consumer satisfaction, customer loyalty, perceived service quality