

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TENTANG HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN DI TRAVEL BEJEU**

SKRIPSI



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2017**

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TENTANG HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN DI TRAVEL BEJEU**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi**



MUHAMMAD FAISOL RIFQI

2010 – 60 – 011

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi

Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus dan Diterima Untuk Memenuhi
Sebagian dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Psikologi.

Pada tanggal: 17 FEBRUARI 2017

Mengesahkan Fakultas Psikologi

Universitas Muria Kudus



Dewan Penguji

Tanda Tangan

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

2. Latifah Nur Ahyani, S.Psi, M.A

3. M. Widjanarko, M.Si

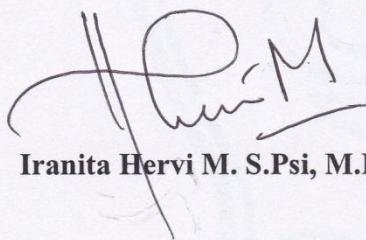
**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TENTANG HARGA DAN KUALITAS
LAYANAN DENGAN LOYALITAS KONSUMEN DI TRAVEL BEJEU**

**Yang diajukan oleh
MUHAMMAD FAISOL RIFQI
2010 – 60 – 011**

Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Pengaji

Telah di setujui oleh :

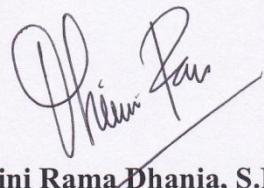
Pembimbing Utama



Iranita Hervi M. S.Psi, M.Psi

Tanggal17 FEB 2017

Pembimbing Pendamping



Dhini Rama Dhania, S.Psi, M.Si

Tanggal17 FEB 2017

MOTTO

*“tidak ada rahasia untuk menggapai sukses. Sukses itu dapat terjadi
karna persiapan, kerja keras dan mau belajar dari kegagalan”*



PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini aku persembahkan :

Dengan nama Allah yang maha pemurah lagi maha pengasih segala puji atas
limpahan karunia Allah SWT.

Sholawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad SAW

Karya sederhana ini aku persembahkan untuk :

Bapak H.A Mulyanto (Alm.)

Ibu Hj. Istianah

Mas Eko dan Mas Hasyim

Yang senantiasa mendo'akan dan mendukung tanpa henti

Keluarga besar Fakultas Psikologi UMK angkatan 2010

Berjuang bersama dan sukses bersama

Syukron katsir atas kasih sayang dan cinta yang telah kalian berikan.

PRAKATA

Bismillahirohmanirohim

Puji 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 tentang harga dan kualitas layanan dengan loyalitas konsumen di travel Bejeu”, untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana S.1 dalam bidang psikologi.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari perhatian, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang sungguh berarti dan berharga bagi penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih 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. Dhini Rama Dhania, S.Psi, M.Si, selaku pembimbing pendamping, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini serta terima kasih atas kesabarannya dalam mengajar dan membaca hasil penulisan yang saya buat ini.
3. Bapak Muji Syukur S.Psi selaku pengolah data SPSS yang telah bersedia membantu dalam pengolahan data.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta para staf karyawan Fakultas Psikologi Universitas Muria Kudus (Pak Soni, Pak Wid, Bu latifah, Bu Fajar, Bu Wiwik, Bu Riska) yang dengan ikhlas mendidik, membimbing, dan telah mengajarkan tentang banyak hal kepada penulis selama proses belajar di Universitas Muria Kudus.
5. Pak Agam, Bu Munce, Pak Oni dan Mas Jum terima kasih telah menemani penulis saat menunggu jadwal konsul dengan canda tawamu, juga atas segala bantuan, motivasi yang diberikan kepada penulis selama ini.
6. Bapak dan Ibu aku tercinta, terima kasih atas cinta dan kasih sayangmu selama merawat dan membesarkan sampai sekarang ini, serta senantiasa memberikan do'a-Nya yang tak pernah putus untuk putri-Nya.
7. Masku tercinta terima kasih atas dukungan motivasi, dan do'a, yang tak ada hentinya dan memberikan keceriaan bagi penulis.
8. Teman seperjuangan angkatan 2010 (Rizal, Abta, Finaldi ,Rizki , Nazar, Weiga, Huda, Tuga, Puji, Luthfi, Deni, Iyan, Vega, Deka, Byan, Anggie, Icha, Mega, Zuni, Widya, Elysa, Mbak Nita, Yenny, Ayya, Neshia, Mbak Mida, Mbak Nineng, Ulfie, Endang, Furoh, Latifah, Asih, Devi, Dyan, Fitri, Khusnul, Dwi, Mbak Nia, Nova, Ulya, Ida, dan Lenny). terima kasih atas dukungan dan canda tawa kalian selama ini.
9. Teman – teman KKN Desa Buaran Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara yang selalu men-support, memotivasi dan selalu memberikan canda tawa.
10. Terima kasih untuk pimpinan travel Bejeu yang telah melancarkan dan membantu jalannya penelitian.

11. Para karyawan Bejeu (Pak Har, Mbak Ika, Mbak Riska, Mas Heri, Mbak hida, Mbak Ulya, Mas Rikza,Mas Iwen) dan supir Bejeu yang selalu memberikan canda tawa dan semangat.
12. Kakak tingkat serta adik tingkat yang senantiasa mendo'akan dan mendukung.
13. Semua pihak yang telah menjadi bagian dari hari-hari penulis dan teman-teman selama ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan, do'a, kebersamaan yang telah diberikan selama ini hingga masa studi penulis selesai.

Demikianlah ucapan terima kasih penulis, semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan pembaca pada umumnya dan penulis khususnya. Dan dengan segala kerendahan hati penulis berharap akan adanya penelitian lanjutan yang dapat menyempurnakan penyusunan terhadap penulisan skripsi ini.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil Alamin.

Kudus, 17 Februari 2017

Penulis

(M. Faisol Rifqi)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian	10
C. Manfaat Penelitian	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Loyalitas Konsumen	11
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	11

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	12
3. Aspek-aspek Loyalitas	15
B. Persepsi Tentang Harga	17
1. Pengertian Persepsi Tentang Harga	17
2. Aspek-aspek Persepsi Tentang Harga	18
C. Kualitas Layanan	20
1. Pengertian Kualitas Layanan	20
2. Dimensi Kualitas Layanan	21
D. Hubungan Antara Persepsi tentang Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Di Travel Bejeu	22
E. Hipotesis Penelitian	26
BAB III. METODE PENELITIAN	28
A. Identifikasi Variabel	28
B. Definisi Operasional Variabel	28
1. Loyalitas Kosumen	28
2. Persepsi Tentang Harga	29
3. Kualitas Layanan	29
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
1. Populasi	30
2. Pengambilan Sampel	30
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	31
1. Skala Loyalitas Konsumen	32
2. Skala Persepsi Tentang Harga	33

3. Skala Kualitas Layanan	34
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	35
1. Validitas	35
2. Reliabilitas	36
F. Metode Analisis Data	37
BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	37
A. Persiapan Penelitian.....	37
B. Pelaksanaan Penelitian.....	37
1. Perijinan Penelitian.....	37
2. Pelaksanaan Penelitian.....	38
3. Persiapan Alat Pengumpulan Data	38
C. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas.....	41
1. Validitas.....	41
2. Realiabilitas	44
D. Analisi Data	45
E. Pembahasan.....	50
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	56
A. Simpulan	56
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel	1 <i>Blue Print Skala Loyalitas Konsumen</i>	32
Tabel	2 <i>Blue Print Skala Persepsi Tentang Harga</i>	33
Tabel	3 <i>Blue Print Skala Kualitas Layanan</i>	34
Tabel	4 <i>Blue Print Skala Persepsi tentang harga</i>	39
Tabel	5 <i>Blue Print Skala Kualitas Layanan</i>	40
Tabel	6 <i>Blue Print Skala Loyalitas Konsumen</i>	41
Tabel	7 Sebaran Item Skala Persepsi tentang harga yang Valid dan yang Gugur	43
Tabel	8 Sebaran Item Valid Skala Kualitas Layanan yang Valid dan yang Gugur	44
Tabel	9 Sebaran Item Skala Loyalitas Konsumen yang Valid dan yang Gugur	45
Tabel	10 Hasil Uji Normalitas Sebaran	47
Tabel	11 Hasil Analisis Uji Linieritas Loyalitas Konsumen dengan ... Persepsi Tentang Harga	48
Tabel	12 Hasil Analisis Uji Linieritas Loyalitas Konsumen dengan Kualitas Layanan.....	48
Tabel	13 Uji Hipotesis	49
Tabel	14 Measure Of Association Antara Loyalitas Konsumen dengan Persepsi Tentang Harga	50
Tabel	15 Measure Of Association Antara Loyalitas Konsumen dengan Kualitas Layanan	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Data Penelitian

Lampiran B. Data Validitas dan Reliabilita

Lampiran C. Data Valid Penelitian

Lampiran D. Uji Asusmsi

Lampiran E. Skala Penelitian

Lampiran F. Surat Izin Penelitian

Lampiran G. Screnening Judul



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empirik hubungan antara persepsi tentang harga dan kualitas layanan dengan loyalitas konsumen di travel bejeu. Subjek penelitian adalah konsumen travel bejeu dengan melibatkan 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling* dan alat yang digunakan untuk memperoleh data dengan menggunakan skala persepsi tentang harga, skala kualitas layanan, dan skala loyalitas konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis mayor yang diajukan diterima dimana persepsi harga (X_1) dan kualitas layanan (X_2) mempunyai hubungan positif yang sangat signifikan dengan loyalitas layanan (Y) terbukti dengan hasil koefisien korelasi dari ketiga variabel $r_{x_1,y}$ sebesar 0,686 dengan taraf signifikansi p sebesar 0,000 ($p<0,01$.), sumbangan efektif sebesar 47 %.

Kata Kunci :Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

This study purposed to test empirically the relationship between price perception and quality of service with customer loyalty in customer at the travel bejeu. Subjects were customer travel bejeu involved 100 customer. The sampling technique used quota sampling and tools used to obtain data by using a scale of price persepstion, quality of service scale, and the scale of customer loyalty. These results indicate that the proposed major hypothesis is accepted that price perception (X_1) and quality of service (X_2) has a significant positive correlation with customer loyalty (Y) proved by the results of the correlation coefficient of the three variables $r_{x_1,y}$ of 0.686 with a significance level of p of 0.000 ($p < 0.01$),. the effective contribution of 47%.

Key Word :Price Perception. Quality service, Customer Loyalty.

