



**PERANAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
PADA OJEK *ONLINE* DI JAKARTA**

SKRIPSI

DISUSUN OLEH:

Livia Pocindy

705160069

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

2020



**PERANAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN MELALUI MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN
PADA OJEK *ONLINE* DI JAKARTA**

**Skripsi ini Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian Sarjana Strata
Satu (S-1) Psikologi**


DISUSUN OLEH:

Livia Pocindy

705160069

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

2020

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-06/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Livia Pocindy**

NIM : **705160069**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

Peranan Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Ojek *Online* di Jakarta

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 12 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



Livia Pocindy

 UNTAR Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	FR-FP-04-07/R0	HAL. 1/1
	SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH	
05 NOVEMBER 2010		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **Livia Pocindy**
NIM : **705160069**
Alamat : **Pantai Mutiara Blok AH No. 5, Pluit, Penjaringan,
Jakarta Utara, 14450**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi berjudul:

Peranan Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Ojek *Online* di Jakarta

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Dengan surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 12 Juli 2020
Yang Membuat Pernyataan



Livia Pocindy

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Livia Pocindy
N.I.M. : 705160069
Program Studi : Psikologi

Judul Skripsi

Peranan Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi
Kepuasan Pelanggan pada Ojek *Online* di Jakarta

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 3 Juli 2020 dan dinyatakan lulus,
dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Fransisca Iriani R. D., M.Si.
2. Anggota : Bonar Hutapea, M.Si.
Dra. Ninawati, M.M.

Jakarta, 12 Juli 2020

Pembimbing



Meike Kurniawati, S.Psi., M.M

Pembimbing Pendamping



Dra. Ninawati, M.M.

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya maka skripsi yang berjudul “Peranan Kualitas layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Ojek *Online* di Jakarta” ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Tarumanagara.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah membantu mendoakan dan mendukung peneliti dalam pembuatan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang telah memberikan dukungan baik dalam bentuk doa, motivasi, dan dorongan serta materi sehingga penulis menyelesaikan skripsi ini. Ibu Dr. Rostiana, M.Si., Psi., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Sri Tiatri, Ph.D., Psikolog, Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara. Ibu Dr. Zamralita, M.M., Psi., selaku Ketua Program Studi S1.

Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Meike Kurniawati, S.Psi., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, arahan untuk membantu penulis dalam mengerjakan skripsi. Ibu Dra. Ninawati, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dalam hal pengolahan data dan masukan yang sangat bermanfaat bagi penyusunan skripsi. Tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan pengajaran sehingga dapat menyelesaikan studi hingga semester

akhir. Adapun, laporan skripsi yang telah penulis susun masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan mendukung guna menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi. Seluruh tulisan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 8 Juni 2020



Livia pocindy

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoretis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Kualitas Layanan.....	10
2.1.1 Definisi Kualitas Layanan	10
2.1.2 Dimensi Kualitas Layanan.....	11
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan	12
2.2 Kepuasan Pelanggan	13
2.2.1 Definisi Kepuasan Pelanggan.....	13
2.2.2 Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	14

2.2.3 Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	16
2.2.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Pelanggan.....	17
2.3 Loyalitas Pelanggan.....	18
2.3.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	18
2.3.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.3.3 Pentingnya Loyalitas.....	20
2.3.4 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan	21
2.3.5 Tahapan Loyalitas Pelanggan	21
2.4 Hubungan Antar Variabel	22
2.4.1 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan	22
2.4.2 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	23
2.4.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	25
2.4.4 Hubungan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui mediasi Kepuasan Pelanggan.....	28
2.5 Kerangka Berpikir.....	29
2.6 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Subyek Penelitian	33
3.1.1 Karakteristik Subyek Penelitian	33
3.1.2 Gambaran Partisipan Penelitian	35

3.2 Jenis Penelitian	39
3.3 <i>Setting</i> dan Peralatan Penelitian	39
3.4 Skala Pengukuran.....	40
3.4.1 Skala Kualitas Layanan	40
3.4.2 Skala Kepuasan Pelanggan	42
3.4.3 Skala Loyalitas Pelanggan	45
3.5 Prosedur Penelitian.....	45
3.5.1 Persiapan.....	46
3.5.2 Pelaksanaan.....	46
3.6 Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	48
4.1 Gambaran Data Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Data Kualitas Layanan	48
4.1.2 Gambaran Data Kepuasan Pelanggan	49
4.1.3 Gambaran Data Loyalitas Pelanggan	50
4.2 Uji Normalitas Data	51
4.3 Analisis Data.....	52
4.3.1 Analisis Data Uji Peranan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Ojek Online di Jakarta	52
4.3.2 Analisis Data Tambahan	57

BAB V SIMPULAN, DISKUSI, DAN SARAN	64
5.1 Simpulan.....	64
5.2 Diskusi.....	65
5.3 Saran.....	68
5.3.1 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Teoretis.....	68
5.3.2 Saran yang Berkaitan dengan Manfaat Praktis.....	68
ABSTRACT	xiv
DAFTAR PUSTAKA	P1
LAMPIRAN	L1

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.</i>	Hubungan kepuasan pelanggan dengan loyalitas.	22
<i>Gambar 2.</i>	Enam representasi dari hubungan kepuasan dan loyalitas.	23
<i>Gambar 3.</i>	Peranan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan.	29
<i>Gambar 4.</i>	Analisis regresi tanpa mediator.	53
<i>Gambar 5.</i>	Analisis regresi dengan mediator.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 2	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Usia	42
Tabel 3	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Tempat Tinggal...	42
Tabel 4	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Status Pekerjaan	43
Tabel 5	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Rata-rata Penggunaan Ojek Online dalam Satu Minggu pada Bulan Maret-April.....	44
Tabel 6	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Jenis Ojek yang Sering Digunakan.....	44
Tabel 7	Gambaran Subyek Penelitian Berdasarkan Lama Penggunaan Ojek Online	45
Tabel 8	Realibilitas dan Validitas Variabel Kualitas Layanan.....	35
Tabel 9	Dimensi Kesesuaian Harapan	36
Tabel 10	Dimensi Minat Penggunaan Kembali.....	36
Tabel 11	Dimensi Kesiediaan Merekomendasikan.....	37
Tabel 12	Realibilitas dan Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	38
Tabel 13	Gambaran Data Kualitas Layanan.....	46
Tabel 14	Gambaran Data Kepuasan Pelanggan.....	47
Tabel 15	Gambaran Data Loyalitas Pelanggan	48
Tabel 16	Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	48

Tabel 17	Pengujian Regresi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	49
Tabel 18	Pengujian Regresi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	49
Tabel 19	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	49
Tabel 20	Pengujian Regresi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
Tabel 21	Pengujian Regresi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	50
Tabel 22	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 23	Analisis Regresi Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
Tabel 24	Analisis Regresi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	52
Tabel 25	Analisis Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	52
Tabel 26	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Laki-laki	54
Tabel 27	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Laki-laki	54

Tabel 28	Analisis Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Laki-laki	55
Tabel 29	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perempuan	55
Tabel 30	Pengujian Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perempuan	55
Tabel 31	Analisis Regresi Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perempuan	56
Tabel 32	Pengujian T-Test Kualitas Layanan pada Laki-laki dan Perempuan.....	56
Tabel 33	Pengujian T-Test Kualitas Layanan pada Laki-laki dan Perempuan.....	57
Tabel 34	Pengujian T-Test Kepuasan Pelanggan pada Laki-laki dan Perempuan.....	57
Tabel 35	Pengujian T-Test Kepuasan Pelanggan pada Laki-laki dan Perempuan.....	58
Tabel 36	Pengujian T-Test Loyalitas Pelanggan pada Laki-laki dan Perempuan.....	59
Tabel 37	Pengujian T-Test Loyalitas Pelanggan pada Laki-laki dan Perempuan.....	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Alat Ukur Tryout	L-1
Lampiran 2a	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Layanan Dimensi Keandalan	L-6
Lampiran 2b	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Layanan Dimensi Ketanggapan.....	L-6
Lampiran 2c	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Layanan Dimensi Jaminan.....	L-7
Lampiran 2d	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Layanan Dimensi Empati.....	L-7
Lampiran 2e	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kualitas Layanan Dimensi Bukti Fisik.....	L-8
Lampiran 2f	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan Dimensi Kesesuaian Harapan	L-8
Lampiran 2g	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan Dimensi Minat Penggunaan Kembali.....	L-9
Lampiran 2h	Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Pelanggan Dimensi Kediaan Merekomendasikan	L-10
Lampiran 2i	Hasil Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan Dimensi Behavioral Loyalty	L-10
Lampiran 2j	Hasil Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan Dimensi Attitudinal Loyalty	L-11

Lampiran 3	Form Kuesioner Penelitian	L-12
Lampiran 4	Gambaran Subyek Penelitian	L-15
Lampiran 5	Gambaran Variabel Penelitian	L-17
Lampiran 6	Uji Normalitas Data	L-17
Lampiran 7a	Analisis Regresi.....	L-18
Lampiran 7b	Lampiran 7c Analisis Data Tambahan pada Perempuan	L-20
Lampiran 7c	Analisis Data Tambahan pada Perempuan	L-21
Lampiran 7d	Uji T-Test Variabel Kualitas Layanan.....	L-22
Lampiran 7e	Uji T-Test Variabel Kepuasan Pelanggan	L-22
Lampiran 7f	Uji T-Test Variabel Loyalitas Pelanggan.....	L-23

ABSTRAK

Livia Pocindy (705160069)

Peranan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan pada Ojek *Online* di Jakarta (Meike Kurniawati, S.Psi., M.M. & Dra. Ninawati, M.M.); Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara, (i-xiv, 121 halaman, P1-P10, L1-L23)

Seseorang dapat loyal terhadap suatu jasa apabila telah puas dengan kualitas layanan yang diterima. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui mediasi kepuasan pelanggan pada ojek *online* di Jakarta. Penelitian ini melibatkan 390 orang yang terdiri dari 102 laki-laki dan 288 perempuan yang berusia 21-39 tahun. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan *google form*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Hasil analisis data melalui uji regresi menunjukkan peranan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai mediator parsial dengan $\beta = 0,363$, $p < 0.05$.

Kata kunci: Kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.