

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DENGAN
LOYALITAS KONSUMEN PENGGUNA JASA
PENYEDIA AIR BERSIH**

SKRIPSI

Oleh :

Roro Sari Wijanarti

201610515104



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas
Konsumen Pengguna Jasa Penyedia Air Bersih
Nama Mahasiswa : Roro Sari Wijanarti
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610515104
Program Studi / Fakultas : Psikologi / Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2020



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Dengan
Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Penyedia
Air Bersih
Nama Mahasiswa : Roro Sari Wijanarti
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610515104
Program Studi / Fakultas : Psikologi / Psikologi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Juli 2020

Bekasi, 23 Juli 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Tugimin Supriyadi, M.M., Psikolog
NIDN. 0310076603
Penguji I : Yuarini Wahyu Pertiwi, M.Psi., Psikolog
NIDN. 0301018405
Penguji II : Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si
NIDN. 0324087902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Psikologi

Dekan Fakultas Psikologi

Fathana Gina, M.Psi., Psikolog

Mira Sekar Arumi, M.Psi., Psikolog

NIDN. 0315078603

NIDN. 0317128504

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul "Analisis Kepuasan Konsumen Dengan

Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Penyedia Air Bersih" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari di temukan adanya kecurangan dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini di pinjam dan di foto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Bekasi, 23 Juli 2020
Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL

47718460515104

6000

Roro Sari Wijanarti
201610515104

ABSTRAK

Roro Sari Wijanarti. 201610515104. Analisis Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Penyedia Air Bersih.

Abstrak. Perilaku Menunggak berkaitan dengan kewajiban dalam melakukan pembayaran, berupa pembayaran yang tidak tepat waktu dengan setiap bulannya, bentuk tagihan bulanan yang harus dibayar seperti; tagihan listrik PLN pasca bayar, tagihan air PAM pasca bayar, tagihan telepon pasca bayar (Rumah dan Handphone), dan lain-lain. PAM pasca bayar adalah suatu layanan dari PDAM dimana konsumen menggunakan pelayanan air PAM terlebih dahulu dan konsumen membayar rekening pada bulan berikutnya. Gejala faktor yang menjadi masalah yaitu, konsumen sengaja tidak membayar, malas untuk membayar, dan sering menunda-nunda pembayaran hingga jatuh tempo. Adapun sikap dan perilaku dalam gejala yang terlihat dari masalah konsumen menunggak pembayaran karna kurangnya komitmen dan kurangnya loyal dalam kewajiban membayar perilaku tersebut dapat disebut sebagai loyalitas konsumen. Menurut Adelina & Siregar terbentuknya perilaku menunggak berkaitan dengan perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen, salah satunya seperti yang dijelaskan oleh teori Kotler yaitu kepuasan konsumen. Berdasarkan fenomena dan teori yang ada, penelitian ini bermaksud melakukan analisis kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pada konsumen pengguna jasa atau produk. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan studi korelasional. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil uji koefisien korelasi 0.304^{**} memperlihatkan terjadi hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen pengguna jasa penyedia air bersih, yang berbentuk hubungan yang bersifat positif dengan angka signifikansi 0.004, dan hasil uji regresi memiliki 0.92% kepuasan konsumen mempengaruhi loyalitas konsumen. Artinya kepuasan konsumen rendah maka loyalitas konsumen akan mengalami penurunan ataupun sebaliknya bila kepuasan konsumen tinggi maka loyalitas konsumen mengalami peningkatan. Kedepannya menjadi wawasan bagi konsumen dan pelaku usaha, kemudian bagi peneliti lain dapat melihat faktor lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Konsumen, PDAM

ABSTRACT

Roro Sari Wijanarti. 201610515104. *Analysis of Consumer Satisfaction with Consumer Loyalty of Users of Clean Water Service Providers.*

Abstract. Behavior in arrears related to obligations in making payments, in the form of payments that are not timely with each month, the form of monthly bills that must be paid such as postpaid PLN electricity bills, postpaid PAM water bills, postpaid telephone bills (Home and Mobile), and others. Postpaid PAM is a service from PDAM where consumers use PAM water services first and consumers pay an account the following month. Symptoms of the problematic factors are that consumers deliberately do not pay, are lazy to pay, and often procrastinate until payment is due. The attitudes and behaviors in the symptoms seen from the problem of consumers in arrears in payment due to lack of commitment and lack of loyalty in the obligation to pay for this behavior can be called consumer loyalty. According to Adelina & Siregar the formation of behavior in arrears is related to the comparison of the performance of products or services received with those expected by consumers, one of them as explained by Kotler's theory of customer satisfaction. Based on existing phenomena and theories, this research intends to conduct an analysis of customer satisfaction with consumer loyalty to consumers using services or products. The method used in this research is a quantitative approach with correlational studies. Researchers used a purposive sampling technique. Correlation coefficient test results 0.304 ** shows a relationship between consumer satisfaction with consumer loyalty of users of water service providers, in the form of a positive relationship with a significance value of 0.004, and the results of regression tests have 0.92% of customer satisfaction affecting consumer loyalty. This means that customer satisfaction is low, consumer loyalty will decrease or vice versa if customer satisfaction is high, customer loyalty has increased. In the future, it will be an insight for consumers and business people, then for other researchers to see other factors that influence consumer loyalty.

Keyword : Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Consumers, PDAMs

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen Pengguna Jasa Penyedia Air Bersih”** ini dengan tepat waktu. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, diantaranya ;

1. Kedua orang tua Bapak Sunarto Giran R dan Ibu Juniah serta tetehku tersayang Woro Wanda A yang tercinta dan tersayang terima kasih banyak atas doa dan dukungannya sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan dan selama penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas semua doa dan kebaikan yang diberikan disurga nanti, Aamiin yaAllahumma Aamiin.
2. Bapak Erik Saut H. Hutahaean, S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pikiran, motivasi dan ilmunya untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis
3. Bapak Dr. Tugimin Supriyadi, M.M., Psikolog dan Ibu Yuarini Wahyu Pertiwi, M.Psi., Psikolog sebagai Penguji yang telah memberikan banyak bimbingan dan masukan serta motivasi yang sangat berkesan kepada saya.
4. Ibu Mira Sekar Arumi S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan motivasi kepada Mahasiswa/i Psikologi untuk tetap semangat menyelesaikan skripsi
5. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Bhayangkara Jakarta Raya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan pengalaman, ilmu dan wawasan kepada penulis
6. PT. AETRA Air Jakarta yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Perusahaan.
7. Fahreza Januar terima kasih banyak atas doa, motivasi, dukungan serta kesabaran dan kasih yang diberikan. Semoga kebaikannya dibalas dengan kebaikan oleh Allah SWT, Aamiin.

8. Kapal Baja, angkatan 5 kalang kabut terimakasih sudah menjadi keluarga dan tempat memberikan ilmu yang sangat bermanfaat
9. 7Cantik terimakasih tertawa bahagia selama kuliah
10. Teman-teman Psikologi angkatan 2016 dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan, semangat dan bantuan. Semoga teman-teman tetap semangat dan sukses untuk kita semua.

Skripsi ini saya persembahkan untuk mereka orang-orang tercinta dan tersayang yang baik hati telah berperan penting dalam menyelesaikan pendidikan serta dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang sifatnya membangun guna sempurnanya skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya bagi pembaca. Atas segala bantuan, bimbingan serta perhatian yang telah diberikan kepada penulis, semoga semua kebaikan yang diberikan dibalas oleh Allah SWT. Aamiin Yaa Robbal Alamiin.

Bekasi, 23 Juli 2020

Roro Sari Wijanarti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
TABEL GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Identifikasi Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Kegunaan Penelitian.....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	13
1.6 Uraian Keaslian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Uraian Variabel	20
2.1.1 Variabel Tergantung (Dependent Variabel/DV)	20
2.1.1.1 Definisi Loyalitas Konsumen	20
2.1.1.2 Jenis- jenis Loyalitas konsumen	21
2.1.1.3 Karakteristik Loyalitas konsumen	22
2.1.1.4 Aspek – aspek Loyalitas Konsumen	23
2.1.1.5 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Konsumen	24
2.1.2 Variabel Bebas (Independent Variabel/IV)	25
2.1.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen.....	25
2.1.2.2 Elemen Kepuasan Konsumen	27
2.1.2.3 Faktor- faktor Kepuasan Konsumen	28

2.1.3 Definisi Konsumen	29
2.1.3.1 Jenis- jenis Konsumen	29
2.1.3.2 Hak dan Kewajiban Konsumen.....	29
2.2 Hubungan antara Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	31
2.3 Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Tipe Penelitian.....	35
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	35
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian	36
3.3.1 Definisi Operasional Kepuasan Konsumen	36
3.3.2 Definisi Operasional Loyalitas Konsumen.....	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4.1 Populasi Penelitian	37
3.4.2 Sampel Penelitian	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1 Instrumen Penelitian	38
3.5.1.1 Skala Loyalitas Konsumen.....	39
3.5.1.2 Skala Kepuasan Konsumen.....	40
3.5.2 Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.5.2.1 Validitas	42
3.5.2.2 Reliabilitas	43
3.6 Hasil Uji Coba.....	44
3.6.1 Uji Validitas.....	44
3.6.1.1 Skala Loyalitas Konsumen.....	44
3.6.1.2 Skala Kepuasan Konsumen.....	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	46
3.7 Analisis Data	46
BAB IV PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Konteks atau Ruang Lingkup Penelitian	47
4.1.1 Gambaran Lokasi Penelitian.....	47
4.1.2 Subjek Penelitian	47
4.2 Pelaksanaan Penelitian	48
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	48
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian	50

4.3 Hasil Penelitian	50
4.3.1 Kategorisasi Subjek Penelitian	50
4.3.1.1 Kategorisasi Loyalitas Konsumen	50
4.3.1.2 Kategorisasi Kepuasan Konsumen.....	52
4.3.2 Hasil Uji Asumsi	53
4.3.3 Uji Hipotesis.....	54
4.3.3.1 Uji Korelasi	54
4.3.3.2 Uji Regresi	55
4.3 Pembahasan	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Konsumen Air PAM yang Menungguak.....	4
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Subjek	9
Tabel 1.3 Uraian Keaslian.....	14
Tabel 2.1 Jenis-Jenis Loyalitas	22
Tabel 2.2 Kepuasan Konsumen.....	26
Tabel 2.3 Kerangka Berfikir Kepuasan Konsumen dengan Loyalitas Konsumen.....	34
Tabel 3.1 Pemberian Skor	39
Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> Skala Loyalitas Konsumen Sebelum Uji Coba	40
Tabel 3.3 <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen Sebelum Uji Coba.....	41
Tabel 3.4 Klasifikasi Indeks Daya Beda Item.....	42
Tabel 3.5 Klasifikasi Skor Reliabilitas	43
Tabel 3.6 <i>Blue Print</i> Skala Loyalitas Konsumen Setelah Uji Coba.....	44
Tabel 3.7 <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Konsumen Setelah Uji Coba.....	45
Tabel 3.8 Reliabilitas Skala Loyalitas konsumen dan Kepuasan Konsumen	46
Tabel 4.1 Deskripsi Subjek Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2 Deskripsi Subjek Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Deskripsi Subjek Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.4 Deskripsi Subjek Berdasarkan Lamanya Penggunaan.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Statistik	51
Tabel 4.6 Kategorisasi Loyalitas Konsumen	51
Tabel 4.7 Deskripsi Statistik	52
Tabel 4.8 Kategorisasi Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Asumsi.....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Korelasi <i>product-moment pearson</i>	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear	55

TABEL GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Konsumen Air PAM yang Menunggak.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian.....	34

