

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Tokopedia Dengan Kepuasan Menjadi Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagun)”** ini ditulis oleh Ummi Chusnul Khotimah, NIM. 17402163208, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dengan pembimbing Dr. H. Dede Nurohman, MAg.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan *e-commerce* di Indonesia. *E-commerce* membawa peluang bisnis yang besar (seperti penjualan produk dan penyediaan layanan *online*) dan pertumbuhan pendapatan. Oleh karena itu, perusahaan saat ini berlomba- lomba menyediakan layanan *online* dengan baik. Namun, meski dengan meningkatnya jumlah pelanggan untuk belanja *online*, *e-commerce* terbukti lebih rumit dibandingkan cara tradisional dalam berbisnis.

Penelitian ini bertujuan (1) Menguji pengaruh pelayanan terhadap loyalitas konsumen Tokopedia (2) Menguji pengaruh pelayanan terhadap kepuasan (3) Menguji pengaruh loyalitas terhadap kepuasan (4) Menguji pengaruh pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen Tokopedia.

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian kuantitatif dan pendekatan deskriptif. Jenis data yang digunakan termasuk ke dalam jenis data primer. Respondennya adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Tulungagung sebanyak 220 orang. Metode analisis yang digunakan yaitu uji regresi sederhana, uji determinasi, analisis sobel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen $0,000 < 0,05$, Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen $0,000 < 0,05$, Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen $0,000 < 0,05$, Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan sebagai variabel intervening $0,000 < 0,05$. Dan Uji Sobel Kepuasan mampu memediasi hubungan antara Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai thitung $3,48865417 >$ dari ttabel $1,970906$.

Kata Kunci : kepuasan , loyalitas konsumen, pelayanan

ABSTRACT

The thesis with the title “The Influence Of Service On Consumer Loyalty Tokopedia With Satisfaction Being An Nterening Variable(A Casa Study Of Sharia Economics, Faculty Of Economics And Islamic Business, Tulungagung Institute State Of Islamic)” written by Ummi Chusnul Khotimah, NIM. 17402163208, Departement of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung Institute State of Islamic, with Dr. Dr. H. Dede Nurohman, MAg

This research is based on the development of e-commerce in Indonesia. E-commerce opens up huge business opportunities (such as selling product and online service providers) and increase are revenue. Therefore, companies are currently competing to provide good online services. However, despite a loyal number of customers for online shopping, e-commerce is proving to be more complicated than the traditional way of doing business.

This study aims (1) to examine the effect of service on the loyalty of Tokopedia's customers (2) to test the effect of service on satisfaction (3) to test the effect of loyalty on satisfaction (4) to examine the effect of service on loyalty through the consumer's satisfaction of Tokopedia.

Research is classified as a quantitative research and descriptive approach. the type of data used includes primary data. The respondents were 220 students majoring in Islamic economics at IAIN Tulungagung. The analysis method used was t test, path analyze, determination test, single analysis.

The results showed that service has a positive and significant effect on customer loyalty $0.00 < 0.05$, service has a positive and significant effect on customer satisfaction $0.00 < 0.05$, loyalty has a positive and significant effect on satisfaction $0.00 < 0.05$. , service has a positive and significant effect on loyalty through satisfaction $0.00 < 0.05$. And the sobel test of satisfaction is able to mediate the relationship between service to loyalty through satisfaction with a t-count value of $3.48865417 > 1.970906$ keywords: service, satisfaction, customer loyalty.

Keywords: customer loyalty, service, satisfaction

