

# sociolla

(sumber: [www.sociolla.com](http://www.sociolla.com))

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* PRODUK *E-COMMERCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Survei Kepada *Followers* produk kecantikan SOCIOLLA di Instagram)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan

Dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Alifvia Wimbi Wardani NIM :

1610411125

*Public Relations*



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAKARTA

2019

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alifvia Wimbi Wardani

NRP : 1610411125

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Desember 2019  
Yang Menyatakan



Alifvia Wimbi Wardani

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alifvia Wimbi Wardani  
NRP : 1610411125  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta hak bebas royalti non-eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* PRODUK *E-COMMERCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Survei Kepada *Followers* SOCIOLLA di Instagram).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 16 Juli 2020

Yang Menyatakan,



**Alifvia Wimbi Wardani**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi diajukan oleh :

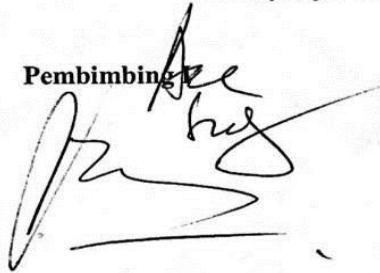
Nama : Alifvia Wimbi Wardani  
NIM : 1610411125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Public Relations*  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* Produk *E-Commerce* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Jakarta, Desember 2019

Skripsi ini telah disetujui untuk disajikan

Menyetujui dan Mengetahui

Pembimbing



Dr. Anter Venus, M.A. Comm

Pembimbing II



Uljanatunnisa, S.Sos., MA

Ketua Program Studi



Maria Febiana Christanti, M.Si

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* PRODUK**

## ***E-COMMERCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Survei Kepada *Followers* produk kecantikan SOCIOLLA di Instagram)**

**ALIFVIA WIMBI WARDANI**

### **ABSTRAK**

SOCIOLLA merupakan *platform* digital dibidang kecantikan yang menawarkan ribuan produk yang didistribusikan dari dalam dan luar negeri. Agar dapat mempertahankan eksistensinya, maka SOCIOLLA harus meningkatkan kualitas pelayanan terbaiknya dengan menjaga kepuasan pelanggan agar dapat terus menjadi pilihan masyarakat dalam membeli produk kecantikan *online*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan *customer relations* pada SOCIOLLA terhadap tingkat loyalitas pelanggan. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan objektif atau pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dengan metode survei yang dilakukan pada konsumen SOCIOLLA di Instagram. Berdasarkan hasil uji regresi, hasil koefisien antara variabel X (kualitas pelayanan) dengan variabel Y (loyalitas pelanggan) bernilai positif dan signifikan. Analisis korelasi menunjukkan hasil bahwa variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (loyalitas pelanggan) memiliki hubungan yang kuat. Dari hasil uji koefisien determinasi, hubungan pelayanan customer terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan hasil yang menonjol. Berdasarkan hasil uji hipotesis, teori pelayanan *Customer Relations* dan teori loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan dependen. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Instagram di SOCIOLLA.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, *Customer Relations*, *E-Commerce*, Loyalitas Pelanggan.

## ***THE EFFECT OF CUSTOMER RELATION SERVICES QUALITY FROM E-COMMERCE TOWARDS THE LOYALTY OF CUSTOMER***

***(Survey from Followers of SOCIOLLA Beauty Products)***

### **ABSTRACT**

*SOCIOLLA is a digital platform in beauty industry that offers thousands of products distributed from inside and outside country. In order to maintain its existence, SOCIOLLA must improve the quality of its best services by maintaining customer satisfaction in order to continue to be the people's choice in buying beauty products online. The purpose of this study was to determine how much influence of the quality of customer relations services at SOCIOLLA on the level of customer loyalty. The approach used in this research is objective approach or quantitative approach. In this study, researchers did a survey method conducted on SOCIOLLA consumers on Instagram. Based on the results of the regression test, the coefficient results between variable X (service quality) and Y variable (customer loyalty) are positive and significant. Correlation analysis shows the result that variable X (service quality) and variable Y (customer loyalty) have a strong relationship. From the results of the coefficient of determination test, the relationship of customer service to customer loyalty shows a striking result. Based on the results of hypothesis testing, Customer Relations service theory and customer loyalty theory have a significant influence between each independent and dependent variable. Based on the results of research that has been done it can be seen that there is a significant relationship between the effect of service quality on customer loyalty on Instagram at SOCIOLLA.*

**Keywords:** *Quality of Services, Customer Relations, E-Commerce, Customer Loyalty.*

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulis skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations* FISIP Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* PRODUK *E-COMMERCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Survei Kepada *Followers* produk kecantikan *SOCIOLLA* di Instagram)”**.

Dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini penulis mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Mamaku yang tercinta selalu mengasihi, mendukung, dan mendoakan Via selama ini. Ifah dan Lisa yang selalu mendoakan kak Via.
2. Dr. Antar Venus, M.Comm, MA sebagai Wakil Rektor 1 sekaligus dosen pembimbing Saya dan Uljanatunnisa, S.Sos, M.A selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas bimbingan, arahannya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
3. Dr. R. Dudy Heryadi sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Maria Febiana Christanti M.Si sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
5. Donny Agasi, yang telah menjadi teman bercerita dan membantu secara moral dan materil serta mendukung saya dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Asikin Aja, yang telah menghibur saya dikala mengerjakan skripsi ini.
7. Teman seperjuangan dan sepekerjaan, Aphanih arisan dan *mango sticky rice* yang saling bertukar informasi dari awal kuliah hingga sampai skripsi, dan saling memberikan dukungan satu sama lain.

8. Sahabat seangkatan 2016 FISIP yang saling membantu, meluangkan waktu untuk bisa saling *sharing*, sama – sama menyemangati lewat *whatsapp*, *instagram*, maupun secara langsung.

Terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada saya semoga mendapat balasan yang baik dari Tuhan YME. Banyak sekali hal yang ingin saya ungkapkan, tetapi tidak dapat dituliskan satu persatu. Semoga hasil dan perjuangan saya selama ini dapat membuahkan hasil yang manis.

Jakarta, 16 Juli 2020

Alifvia Wimbi Wardani

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK (BAHASA INDONESIA).....	iv
ABSTRAK (BAHASA INGGRIS) .....	IV
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.4. Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1. Manfaat akademis.....	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	11
1.5. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Terdahulu .....	13
2.2. Konsep Penelitian .....	16
2.2.1. Pengaruh .....	16
2.2.2. Kualitas Pelayanan .....	16
2.2.3. Customer Relations.....	19
2.2.4. Produk.....	20
2.2.5. E-Commerce .....	20
2.2.6. Loyalitas Pelanggan.....	21
2.3. Teori Penelitian.....	23
2.3.1. Customer Relationship Management .....	23
2.4. Kerangka Berpikir.....	26
2.5. Hipotesis Penelitian .....	27



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Metode Penelitian .....	28
3.2. Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1. Populasi .....	28
3.2.2. Sampel .....	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4. Teknik Analisis Data.....	30
3.5. Operasionalisasi Konsep .....	30
3.6. Pre Test .....	40
3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas .....	43
3.6.3. Uji Korelasi.....	45
3.6.4. Uji Regresi .....	46
3.6.5. Uji Koefisien Determinasi .....	47
3.6.6. Uji Hipotesis .....	47
3.7. Tahapan Kegiatan dan Waktu Penelitian .....	48

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	49
4.1.1. Profil Sociolla .....	49
4.2. Analisis Penelitian .....	50
4.2.1. Deskripsi Data .....	50
4.2.2. Karakteristik Responden.....	50
4.3. Hasil Jawaban Penelitian .....	53
4.3.1. Kualitas Pelayanan Customer Relations.....	53
4.3.2. Loyalitas Pelanggan.....	70
4.4. Analisis Korelasi .....	78
4.5. Analisis Regresi .....	80
4.6. Analisis Koefisien Determinasi (R Square).....	81
4.7. Analisis Hipotesis .....	82

### **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan .....	85
5.2. Saran .....	86

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>88</b>
-----------------------------	-----------

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1.</b> <i>Internet User Growth Projection</i> 2.....	2
<b>Gambar 1.2.</b> <i>Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia</i> .....	3
<b>Gambar 1.3.</b> Peta Persaingan E-Commerce di Indonesia Q1 2019.....	5
<b>Gambar 1.4.</b> Profil Instagram Sociolla.....	9
<b>Gambar 1.5.</b> Salah Satu Unggahan Informasi di Profil Instagram Sociolla.....	9

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Penelitian Terdahulu.....	13
<b>Tabel 2.</b> Operasional Variabel X .....	30
<b>Tabel 3.</b> Operasional Variabel Y .....	37
<b>Tabel 4.</b> Uji Validitas Variabel X.....	41
<b>Tabel 5.</b> Uji Validitas Variabel Y.....	42
<b>Tabel 6.</b> Tingkat Reliabilitas Berdasarkan nilai AlphaCronbach's .....	44
<b>Tabel 7.</b> Hasil Pengujian Uji Reabilitas Variabel X .....	44
<b>Tabel 8.</b> Hasil Pengujian Uji Reabilitas Variabel Y .....	45
<b>Tabel 9.</b> Interpretasi Koefisiensi Korelasi .....	45
<b>Tabel 10.</b> Tabel Waktu Penelitian .....	48
<b>Tabel 11.</b> Usia Responden.....	51
<b>Tabel 12.</b> Jenis Kelamin Responden.....	51
<b>Tabel 13.</b> Jenis Pekerjaan Responden.....	52
<b>Tabel 14.</b> Pernyataan X1 .....	53
<b>Tabel 15.</b> Pernyataan X2 .....	54
<b>Tabel 16.</b> Pernyataan X3 .....	54
<b>Tabel 17.</b> Pernyataan X4 .....	55
<b>Tabel 18.</b> Pernyataan X5 .....	55
<b>Tabel 19.</b> Pernyataan X6 .....	56
<b>Tabel 20.</b> Pernyataan X7 .....	56
<b>Tabel 21.</b> Pernyataan X8 .....	57
<b>Tabel 22.</b> Pernyataan X9 .....	57
<b>Tabel 23.</b> Pernyataan X10 .....	58
<b>Tabel 24.</b> Pernyataan X11 .....	58
<b>Tabel 25.</b> Pernyataan X12 .....	59
<b>Tabel 26.</b> Pernyataan X13 .....	59
<b>Tabel 27.</b> Pernyataan X14 .....	60
<b>Tabel 28.</b> Pernyataan X15 .....	61
<b>Tabel 29.</b> Pernyataan X16 .....	61
<b>Tabel 30.</b> Pernyataan X17 .....	62
<b>Tabel 31.</b> Pernyataan X18 .....	62
<b>Tabel 32.</b> Pernyataan X19 .....	63
<b>Tabel 33.</b> Pernyataan X20 .....	63
<b>Tabel 34.</b> Pernyataan X21 .....	64

<b>Tabel 35.</b> Pernyataan X22.....	64
<b>Tabel 36.</b> Pernyataan X23.....	65
<b>Tabel 37.</b> Pernyataan X24.....	65
<b>Tabel 38.</b> Pernyataan X25.....	66
<b>Tabel 39.</b> Pernyataan X26.....	66
<b>Tabel 40.</b> Pernyataan X27.....	67
<b>Tabel 41.</b> Pernyataan X28.....	67
<b>Tabel 42.</b> Pernyataan X29.....	68
<b>Tabel 43.</b> Pernyataan X30.....	68
<b>Tabel 44.</b> Pernyataan X31.....	69
<b>Tabel 45.</b> Pernyataan Y1 .....	70
<b>Tabel 46.</b> Pernyataan Y2 .....	70
<b>Tabel 47.</b> Pernyataan Y3 .....	71
<b>Tabel 48.</b> Pernyataan Y4 .....	71
<b>Tabel 49.</b> Pernyataan Y5 .....	72
<b>Tabel 50.</b> Pernyataan Y6 .....	72
<b>Tabel 51.</b> Pernyataan Y7 .....	73
<b>Tabel 52.</b> Pernyataan Y8 .....	73
<b>Tabel 53.</b> Pernyataan Y9 .....	74
<b>Tabel 54.</b> Pernyataan Y10.....	74
<b>Tabel 55.</b> Pernyataan Y11.....	75
<b>Tabel 56.</b> Pernyataan Y12.....	75
<b>Tabel 57.</b> Pernyataan Y13.....	76
<b>Tabel 58.</b> Pernyataan Y14.....	76
<b>Tabel 59.</b> Pernyataan Y15.....	77
<b>Tabel 60.</b> Pernyataan Y16.....	77
<b>Tabel 61.</b> Pernyataan Y17.....	78
<b>Tabel 62.</b> Nilai Koefisien (Korelasi R).....	79
<b>Tabel 63.</b> Koefisien Korelasi .....	79
<b>Tabel 64.</b> Hasil Uji Regresi.....	80
<b>Tabel 65.</b> Hasil Koefisien Determinasi.....	81