

LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE DI YOGYAKARTA

CUSTOMER LOYALTY ON THE SHOPEE APPLICATION IN YOGYAKARTA

Melania Mega Ambarwati

Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Loyalitas pelanggan pada Aplikasi Shopee di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pelanggan aplikasi shopee di Yogyakarta yang berusia 18-35 tahun. Pengambilan subjek dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan satu skala, yaitu skala loyalitas pelanggan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian pada kategorisasi yang dilakukan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa subjek dengan kategori loyalitas pelanggan tinggi sebanyak 89% (89 subjek), sedang sebesar 11% (11 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Selanjutnya berdasarkan kategorisasi pada aspek melakukan pembelian ulang secara teratur, subjek dengan kategori tinggi 88% (88 subjek), kategori sedang sebanyak 12% (12 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek melakukan pembelian secara antar lini produk dan jasa subjek dengan kategori tinggi 90% (90 subjek), kategori sedang sebanyak 10% (10 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek merekomendasikan kepada orang lain subjek dengan kategori tinggi 89% (89 subjek), kategori sedang sebanyak 11% (11 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing subjek dengan kategori tinggi 91% (91 subjek), kategori sedang sebanyak 9% (9 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa aspek loyalitas pelanggan yang paling tinggi yaitu aspek menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing sebesar (*demonstrates on immunity to the full of the competition*) dan menjadi aspek yang paling kuat.

Kata Kunci: Aplikasi, Loyalitas Pelanggan, Produk dan Jasa

LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI SHOPEE DI YOGYAKARTA

CUSTOMER LOYALTY ON THE SHOPEE APPLICATION IN YOGYAKARTA

Melania Mega Ambarwati

Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstract

This study aims to determine the description of customer loyalty to the Shopee application in Yogyakarta. The subjects in this study amounted to 100 shopee application customer respondents in Yogyakarta aged 18-35 years. Subjects were taken using purposive sampling method. Data collection in this study using one scale, namely the customer loyalty scale. The data analysis technique used is quantitative descriptive data analysis. Based on the results of the research on the categorization carried out, the results of this study indicate that subjects with high customer loyalty categories are 89% (89 subjects), moderate by 11% (11 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Furthermore, based on the categorization on the aspect of making regular repurchases, subjects with high categories are 88% (88 subjects), medium categories are 12% (12 subjects), and 0% (0 subjects) are in the low category. Based on the categorization on the aspect of making purchases across product and service lines, subjects with a high category of 90% (90 subjects), a medium category of 10% (10 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Based on categorization on the aspect of recommending to others subjects with a high category of 89% (89 subjects), a medium category of 11% (11 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Based on the categorization on the aspect of showing immunity to competitor attraction, 91% (91 subjects) of subjects in the high category, 9% (9 subjects) in the medium category, and 0% (0 subjects) in the low category. Overall, This study shows that the highest aspect of customer loyalty is the aspect of demonstrating immunity to the full of the competition and being the strongest aspect.

Keywords: *Application, Customer Loyalty, Products and Services*