

# **LOYALITAS PELANGGAN PADA PRO VAPE STORE DI YOGYAKARTA**

## ***CUSTOMER LOYALTY AT PRO VAPE STORE IN YOGYAKARTA***

**Riski Febrian Dwi Cahya**

Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada Pro Vape Store di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 responden pelanggan Pro Vape Store 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 menunjukkan bahwa subjek dengan kategori loyalitas pelanggan tinggi sebanyak 96% (96 subjek), sedang sebesar 4% (4 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Selanjutnya berdasarkan kategorisasi pada aspek melakukan pembelian ulang secara teratur, subjek dengan kategori tinggi 94% (94 subjek), kategori sedang sebanyak 6% (6 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek melakukan pembelian secara antar lini produk dan jasa subjek dengan kategori tinggi 95% (95 subjek), kategori sedang sebanyak 5% (5 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek merekomendasikan kepada orang lain subjek dengan kategori tinggi 95% (95 subjek), kategori sedang sebanyak 5% (5 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Berdasarkan kategorisasi pada aspek menunjukkan kekebalan terhadap tarikan produk pesaing subjek dengan kategori tinggi 93% (93 subjek), kategori sedang sebanyak 7% (7 subjek), dan 0% (0 subjek) dalam kategori rendah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan penelitian ini menunjukkan bahwa aspek loyalitas pelanggan yang paling tinggi yaitu aspek merekomendasikan kepada orang lain (*refers other*) dan menjadi aspek yang paling kuat.

**Kata Kunci:** Loyalitas Pelanggan, Pembelian, Produk

# **LOYALITAS PELANGGAN PADA PRO VAPE STORE DI YOGYAKARTA**

## **CUSTOMER LOYALTY AT PRO VAPE STORE IN YOGYAKARTA**

**Riski Febrian Dwi Cahya**

Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

### ***Abstract***

*This study aims to determine the description of customer loyalty at Pro Vape Store in Yogyakarta. The subjects in this study amounted to 100 respondents of pro vape store customers 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, it shows that subjects with high customer loyalty categories are 96% (96 subjects), moderate by 4% (4 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Furthermore, based on the categorization on the aspect of making regular repeat purchases, subjects with a high category are 94% (94 subjects), a medium category of 6% (6 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Based on categorization on the aspect of making purchases across product and service lines, subjects with a high category are 95% (95 subjects), a medium category of 5% (5 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 95% (95 subjects), a medium category of 5% (5 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. Based on the categorization on the aspect of showing immunity to the attraction of competing products, the subjects in the high category are 93% (93 subjects), the medium category is 7% (7 subjects), and 0% (0 subjects) in the low category. So it can be concluded that overall this study shows that the highest aspect of customer loyalty is the aspect of recommending to others (refers others) and is the strongest aspect.*

**Keywords:** *Customer Loyalty, Purchase, Product*