

PENGARUH KETERIKATAN DAN KESEJAHTERAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PEMBIAYAAN X DAN Y

AULIA ELISA ADIN NUGRAHA



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Keterikatan dan Kesejahteraan terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pembiayaan X dan Y” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2024

Aulia Elisa Adin Nugraha
I24190007

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



ABSTRAK

AULIA ELISA ADIN NUGRAHA. Pengaruh Keterikatan dan Kesejahteraan terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pembiayaan X dan Y. Dibimbing oleh ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Layanan pembiayaan saat ini menunjukkan peran pentingnya dalam memenuhi kebutuhan finansial, namun konsumen cenderung melakukan pembelian tanpa berencana. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterikatan dan kesejahteraan terhadap loyalitas konsumen layanan pembiayaan. Data dikumpulkan dari 200 responden menggunakan *purposive sampling*. Kriteria contoh pada penelitian ini adalah masyarakat berusia 19-65 tahun yang tinggal di kawasan Jabodetabek dan pernah menggunakan layanan pembiayaan. Data kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program Microsoft Excel 2019 untuk analisis deskriptif, SPSS ver. 25 untuk uji korelasi, dan *Smart-PLS* untuk uji SEM. Hasil uji deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa keterikatan, kesejahteraan, dan loyalitas konsumen berada pada kategori tinggi. Hasil uji SEM menunjukkan bahwa semakin terikat konsumen terhadap layanan, maka tingkat loyalitas konsumen cenderung meningkat. Kesejahteraan konsumen memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu, konsumen diharapkan untuk lebih bijak dalam memilih layanan yang tidak hanya memberikan manfaat produk, tetapi juga berkontribusi positif terhadap kesejahteraan eudaimonik dan hedonis.

Kata kunci: kesejahteraan konsumen, keterikatan konsumen, layanan pembiayaan, loyalitas konsumen, pengaduan konsumen

ABSTRACT

AULIA ELISA ADIN NUGRAHA. The Influence of Engagement and Well-being on Consumer Loyalty of X and Y Financing Services. Supervised by ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI

Financing services are currently showing their essential role in meeting financial needs, but consumers tend to make unplanned purchases. This study analyzes the influence of engagement and well-being on consumer loyalty of financing services. Data was collected from 200 respondents using *purposive sampling*. The sample criteria for this study are people aged 19-65 who live in the Jabodetabek area and have used financing services. The data was then processed and analyzed using the Microsoft Excel 2019 program for descriptive analysis, SPSS ver—25 for the correlation test, and *Smart-PLS* for the SEM test. The descriptive test results in this study show that consumer engagement, well-being, and loyalty are in the high category. The SEM test results show that the more engaged consumers are with the service, the more consumer loyalty increases. Consumer well-being has an indirect effect on consumer loyalty. Therefore, consumers are expected to be wiser in choosing services that provide product benefits and contribute positively to eudaimonic and hedonic well-being.

Keywords: consumer complaint, consumer engagement, consumer loyalty, consumer well-being, financing services



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PENGARUH KETERIKATAN DAN KESEJAHTERAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN LAYANAN PEMBIAYAAN X DAN Y

AULIA ELISA ADIN NUGRAHA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.FSA
 2. Risda Rizkillah, S.Si., M.Si



IPB University
— Bogor Indonesia —

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

Judul Skripsi : Pengaruh Keterikatan dan Kesejahteraan terhadap Loyalitas
Konsumen Layanan Pembiayaan X dan Y

Nama : Aulia Elisa Adin Nugraha
NIM : 124190007

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si
NIP 196406161989032014



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si.
NIP 197204282006042007



Tanggal Ujian:
4 Oktober 2024

Tanggal Lulus: 31 OCT 2024

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas berkah, karunia, dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Keterikatan dan Kesejahteraan terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Pembiayaan X dan Y” dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi dan pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan, semangat serta motivasi sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga kepada Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.FSA dan Risda Rizkillah, S.Si., M.Si selaku dosen penguji skripsi, Dr. Defina, S.S., M.Si selaku moderator seminar, serta Zahra Cahyani dan Amira Zahra Novitasari selaku panelis dalam seminar hasil penelitian. Selain itu, penghargaan penulis sampaikan kepada seluruh dosen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah membimbing serta memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan, serta seluruh tenaga pendidik yang membantu proses administrasi selama perkuliahan.

Ucapan terima kasih juga tidak lupa diberikan kepada orang tua Penulis Ibu Dina Mariani Hutapea dan Bapak Wahyudi, serta Audra Tardas Ramadhani dan Aurora Rentina selaku adik penulis serta seluruh keluarga besar penulis atas segala doa, dukungan, semangat, serta kasih sayangnya yang senantiasa diberikan. Selain itu, kepada teman peneliti Auliya Dian Pertiwi, Salma Dwi Lestari, Sania Septiraningrum, Chikasya Emily, Sally Triana Sachiko, Rima Syifani Fuadah, Anggun Nayra Natasha, dan Civitas PSM Agria Swara. Serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Demikian ucapan terima kasih ini Penulis ucapkan. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Oktober 2024

Aulia Elisa Adin Nugraha



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Kesejahteraan Konsumen	4
2.2 Keterikatan Konsumen	5
2.3 Loyalitas Konsumen	5
2.4 Hubungan antara Karakteristik Konsumen dengan Keterikatan, Kesejahteraan, dan Loyalitas Konsumen	6
2.5 Layanan Pembiayaan	8
2.6 Kerangka Pemikiran	8
III METODE	10
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	10
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	10
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	10
3.4 Variabel dan Pengukuran	11
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	12
3.6 Definisi Operasional	14
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	15
4.1 Karakteristik Konsumen	15
4.2 Keterikatan Konsumen	17
4.3 Kesejahteraan Konsumen	19
4.4 Loyalitas Konsumen	20
4.5 Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Keterikatan, Kesejahteraan, dan Loyalitas Konsumen	22
4.6 Pengaruh Keterikatan dan Kesejahteraan terhadap Loyalitas Konsumen	22
4.7 Pembahasan	27
V SIMPULAN DAN SARAN	33
5.1 Simpulan	33
5.2 Saran	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	42
RIWAYAT HIDUP	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR TABEL

1	Variabel, skala, dan kategori data	11
2	Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, dan pendidikan	15
3	Sebaran responden berdasarkan pekerjaan, masa kerja, pendapatan bulanan, dan jumlah tanggungan	16
4	Produk yang dibeli responden menggunakan layanan pembiayaan	17
5	Sebaran responden berdasarkan variabel keterikatan konsumen	18
6	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel keterikatan konsumen	19
7	Sebaran responden berdasarkan variabel kesejahteraan konsumen	19
8	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel kesejahteraan konsumen	20
9	Sebaran responden berdasarkan variabel loyalitas konsumen	21
10	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel loyalitas konsumen	21
11	Uji korelasi karakteristik, keterikatan, kesejahteraan, dan loyalitas konsumen	22
12	Hasil nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> , <i>composite reliability</i> , dan <i>Cronbach's alpha</i>	25
13	Hasil nilai <i>Adjusted R Square</i>	26
14	Hasil uji hipotesis	26
15	Pengaruh langsung, tidak langsung, dan total pengaruh keterikatan dan kesejahteraan terhadap loyalitas konsumen	27
16	Uji reliabilitas dan validitas variabel keterikatan konsumen	54
17	Uji reliabilitas dan validitas variabel loyalitas konsumen	54
18	Uji reliabilitas dan validitas variabel kesejahteraan konsumen	55

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran pengaruh keterikatan dan kesejahteraan terhadap loyalitas konsumen layanan pembiayaan	9
2	Model <i>hybrid SEM</i>	13
3	Model awal persamaan struktural	23
4	Model akhir persamaan struktural	24

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	43
2	Hasil sebaran jawaban responden	49
3	Uji reliabilitas dan validitas	54
4	Hubungan antar variabel	56