

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH SIKAP, PERSEPSI NILAI DAN PERSEPSI PELUANG KEBERHASILAN TERHADAP NIAT MENYAMPAIKAN KELUHAN. (Studi Kasus Pada Pengguna *Online Shop* di Fisip Unila).**

**Oleh**

**Ari Syapri Wantama**

Tujuan penelitian untuk memberikan gambaran mahasiswa tentang fenomena yang sedang marak di dunia maya tentang penjualan secara *online* terutama mahasiswa Fisip Unila, untuk mengetahui keluhan-keluhan konsumen pada perusahaan *online shop*, dan untuk mengetahui penanggulangan masalah keluhan konsumen pada perusahaan *online shop*. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fisip Unila dengan sampel penelitian 40 orang responden menggunakan metode *purposive sampling*, yakni sampel yang dipilih dengan kriteria tertentu. Sedangkan alat analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda. Hasil uji t menunjukkan variabel pengaruh sikap berpengaruh terhadap niat menyampaikan keluhan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory* (tingkat penjelasan) penelitian tingkat penjelasan adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar satu sama lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel dari niat menyampaikan keluhan yaitu pengaruh sikap, persepsi terhadap niat keluhan, dan persepsi terhadap peluang keberhasilan dan menyampaikan keluhan.

Dengan demikian dapat disimpulkan rata-rata mahasiswa Fisip mempunyai pengaruh sikap setuju terhadap pernyataan menyampaikan keluhan pada pengelola *online shop* jika merasa tidak puas. Uji t untuk variabel persepsi nilai tidak berpengaruh terhadap niat menyampaikan keluhan. Uji t untuk variabel persepsi peluang keberhasilan tidak berpengaruh terhadap niat menyampaikan keluhan, sedangkan hasil uji simultan bahwa ketiga variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat menyampaikan keluhan .

**Kata kunci : Sikap, Persepsi Nilai, dan Keluhan.**

## **ABSTRACT**

### **INFLUENCE OF ATTITUDE , THE VALUE OF PERCEPTION AND PERCEPTION OF SUCCESS OF INTENTION TO COMMUNICATE OPPORTUNITIES COMPLAINTS. (Case Study In Users Online Shop in Fisip Unila )**

**By**

**Ari Syapri Wantama**

The research objective to give students an overview of the phenomenon that is emerging in the virtual world of online sales, especially FISIP Unila, to determine the complaints of consumers on the company's online shop, and to know the deal with the problem of consumer complaints at the company's online shop. The study population was the whole FISIP Unila sample of 40 respondents using purposive sampling method, the sample is selected with certain criteria. While data analysis tool used is multiple linear analysis. T test results showed the influence of variables affect the attitude of intention to make a complaint.

This type of research is explanatory research ( level description ) explanation level research is research that intends to explain the position of the variables that were analyzed and the relationship between each other. In this study, researchers used a variable of intention to make a complaint that influence attitudes , perceptions of the complaint intention , and perception of the chances of success and make a complaint.

It can be concluded on average FISIP have influence attitudes agree to the statement lodged a complaint to the manager of the online shop if you feel dissatisfied. The t-test for the variable value perception does not affect the intention to make a complaint. The t-test for the perception variables affect the chance of success is not the intention to make a complaint, while simultaneously test results that these three variables together have a significant effect on the intention to make a complaint.

**Keywords : Attitude, Perceived Value, and Complaints.**