

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi TIX ID)**

**TUGAS AKHIR**



**FIRLI AVISTA RAMADINA  
1151001066**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
(Studi Kasus Pengguna Aplikasi TIX ID)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**FIRLI AVISTA RAMADINA  
1151001066**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2019**


## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

---

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang diuji maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Firlis Avista Ramadina**

**NIM : 1151001066**

**Tanda Tangan :** 

**Tanggal : 14 Agustus 2019**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tentang **“PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI TIX ID)”**. Penulis Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang terus membantu selama proses penyusunan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dominica Arni Widyastuti, SE., MM selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta dengan sabar memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Seluruh dosen Program studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan Tugas Akhir.
3. Papa dan adik yang selalu meyemangati, mendokan, mendukung, memberikan bantuan material, serta mengingatkan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan lancar dan tepat waktu.
4. Maria Jennifer dan Dita Tanzila, selaku teman dekat penulis selama perkuliahan yang selalu mau meluangkan waktunya untuk mendengarkan keluhan dari penulis, membantu

memberikan semangat, memotivasi, serta menghibur penulis dan berusaha untuk 'selalu ada'.

5. Desty Riyani, Erdian Saputri, Putri Daryanti, Nurdiana Rismaini, Maryam Fadliyah, Angel Ravenszka, selaku teman dekat penulis yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan untuk penulis dari awal perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Arini Elhaq, Syafrina, Sri Riski Amalia, selaku teman seperjuangan penulis dan teman seperbimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang selalu menyemangati satu sama lain.
7. Mbah Ti, Bude Sur, Mba Na, Oma, Tante Desi, dan lainnya yang selalu mendoakan dan terus memberikan semangat kepada penulis dalam penyusunan Tugas Akhir, dari awal penyusunan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
8. Teman – teman program studi Manajemen 2015 yang selalu memberikan semangat dan dukungan satu sama lain.
9. Serta pihak lain yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan namanya satu – persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna serta masih terdapat banyak kekurangan baik dalam hal teori maupun praktik. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, 14 Agustus 2019



Firli Avista Ramadina

## HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Firli Avista Ramadina  
NIM : 1151001066  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI TIX ID)

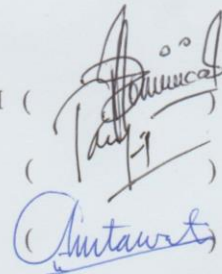
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM (

Penguji I : M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D (

Penguji II : M.Th Anitawati., Ir., M.S., M.Sc (



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Agustus 2019

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Firli Avista Ramadina

NIM : 1151001066

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Penelitian Kuantitatif

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PENGGUNA APLIKASI TIX ID).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Agustus 2019

Yang menyatakan



Firli Avista Ramadina

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PENGGUNA  
APLIKASI TIX ID)**

Firli Avista Ramadina<sup>1</sup>

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen pengguna aplikasi TIX ID. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deksriptif dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif lebih menekankan pada penggunaan angka – angka yang membuat menjadi mendetail. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, dimana responden tersebut merupakan konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian tiket film minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir pada aplikasi TIX ID. Hasil penelitian Uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Konsumen dapat dijelaskan oleh variabel Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan untuk hasil penelitian Uji T menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel promosi penjualan sebesar 0,021 < 0,05 dan hasil signifikansi untuk variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial di antara masing – masing variabel promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Promosi Penjualan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Konsumen



***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND SERVICE QUALITY ON  
CONSUMER LOYALTY (TIX ID USER CASE STUDY)***

Firli Avista Ramadina<sup>1</sup>

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of sales promotion and service quality on consumer loyalty TIX ID application users. This research uses descriptive research with quantitative research methods. Quantitative research places more emphasis on using numbers that make it detailed. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total of 100 respondents, where the respondents were consumers who had made movie ticket purchases at least 2 times in the last 3 months on the TIX ID application. The results of the F Test show the significance value of 0,000, which is less than 0.05, so it can be concluded that the Consumer Loyalty variable can be explained by the variable Sales Promotion and Service Quality. While for the T Test results, the significance value for the sales promotion variable is 0.021 <0.05 and the significance result for the service quality variable is 0.000 <0.05, so it can be concluded that there is a positive and partially significant effect between each of the sales promotion variables. and quality of service to consumer loyalty.*

*Keywords: Sales Promotions, Service Quality, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>	<b>7</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis .....</b>	<b>8</b>
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 Landasan Teori.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.1 Promosi Penjualan .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1.2 Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1.3 Loyalitas Konsumen.....</b>	<b>16</b>
<b>2.1.4 Hubungan antara Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen .....</b>	<b>19</b>
<b>2.2 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>20</b>

2.3 Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	22
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	22
3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian .....	24
3.6 Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	25
3.7 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	25
3.8 Sistematika Kuesioner .....	28
3.9 Metode Analisis Data.....	28
3.10 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.11 Uji Kelayakan Model.....	31
3.12 Analisis Statistik Deskriptif.....	32
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Pre-Test Kuesioner .....	34
4.2 Analisis Karakteristik Responden .....	36
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	40
4.3.1 Uji Normalitas .....	40
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	41
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
4.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	43
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	44
4.4.2 Uji F (Simultan).....	45
4.4.3 Uji T (Parsial).....	46
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	48

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
<b>5.1 Simpulan .....</b>	<b>51</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>51</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>56</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1 1 Jumlah Penonton Bioskop di Indonesia (2015-2019E) .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1 2 <i>Review</i> Pengguna TIX ID .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2 1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>21</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1 1 Aplikasi Digital <i>Online</i> Tiket Bioskop .....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 2 1 Hubungan antara Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3 1 Jumlah Populasi.....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 3 2 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian.....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3 3 Tabel Kualifikasi Nilai Cronbach's Alpha.....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 4 1 Hasil Pre-Test Uji Validitas.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4 2 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas (Promosi Penjualan) .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 4 3 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas (Kualitas Pelayanan) .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4 4 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas (Loyalitas Konsumen) .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4 5 Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4 6 Usia Responden.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4 7 Domisili Responden .....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4 8 Pekerjaan Responden .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4 9 Pengeluaran Membeli Tiket Film .....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 4 10 Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4 11 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4 13 Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4 15 Uji F.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4 16 Uji T .....</b>	<b>46</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner .....	56
LAMPIRAN 2 Hasil Pre-Test Uji Validitas.....	62
LAMPIRAN 3 Hasil Pre-Test Uji Reliabilitas.....	69
LAMPIRAN 4 Karakteristik Responden.....	70
LAMPIRAN 5 Uji Normalitas ( <i>One-Samplw Kolmogrov-Smirnov Test</i> .....	72
LAMPIRAN 6 Uji Multikolinearitas .....	72
LAMPIRAN 7 Uji Heteroskedastisitas .....	73
LAMPIRAN 8 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	73
LAMPIRAN 9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
LAMPIRAN 10 ANOVA Uji F.....	74
LAMPIRAN 11 Uji T.....	74
LAMPIRAN 12 Promosi Penjualan TIX ID.....	75