

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN PROMOTION  
TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PEMBACA  
KOMIK DIGITAL DI APLIKASI WEBTOON**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**



**UNIVERSITAS  
BAKRIE**

**Disusun oleh:  
SHAFIRA JOANNIE SIREGAR  
1201003202**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2024**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

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

**Nama : Shafira Joannie Siregar**

**NIM : 1201003202**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 2 Agustus 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Shafira Joannie Siregar

NIM : 1201003202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Brand Experience dan Promotion terhadap Customer Loyalty pada Pembaca Komik Digital di Aplikasi Webtoon.

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang dibutuhkan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Bakrie.

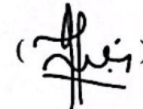
#### Dewan Penguji

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ( )

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.



Penguji 2 : Ari Kurnia, S.Ikom, M.Ikom.



Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 19 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Dengan segala rasa puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT, penulis menyampaikan terima kasih atas rahmat dan karunia-Nya selama proses penyusunan Tugas Akhir untuk berjudul “Pengaruh Brand Experience dan Promotion terhadap Customer Loyalty pada Pembaca Komik Digital di Aplikasi Webtoon” dapat dilaksanakan hingga selesai. Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Selama proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, inspirasi, dan bimbingan dalam perjalanan penyusunan sidang akhir ini. Dengan kesempatan yang diberikan, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

### **1. Keluarga Penulis**

Terima kasih kepada keluarga besar Siregar & Sluiters yang sangat penulis cintai atas doa dan dukungan yang selalu diberikan untuk penulis, terutama untuk Ayah, Kak Sheila, Kak Sherley, Shelomita, dan Mama yang sudah sangat pengertian dan memahami keadaan penulis yang sangat heboh dan penulis yang sukar untuk *quality time*. Penulis sangat bersemangat untuk segera menyelesaikan perkuliahan dengan lancar dan tepat waktu berkat keluarga penulis

### **2. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.**

Terima kasih kepada Ibu Prima selaku dosen pembimbing penulis yang telah membantu memberikan penjelasan, arahan, dan masukan mengenai Tugas Akhir kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikannya dengan lancar.

### 3. Teman-teman Terkasih Penulis

Terima kasih kepada orang-orang terdekat dan terkasih penulis yaitu Lanang, Devina, Artilla, Helsya, dan Febri yang sudah menghibur, menyemangati, dan mendengarkan penulis sehingga membuat penulis menjadi lebih bersemangat dalam menjalani proses penyusunan tugas akhir.

Jakarta, 2 Agustus 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Shafira Joannie Siregar', with a stylized flourish at the end.

Shafira Joannie Siregar

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Shafira Joannie Siregar

NIM : 1201003202

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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 BRAND EXPERIENCE DAN PROMOTION TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PEMBACA KOMIK DIGITAL DI APLIKASI WEBTOON**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 2 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Shafira Joannie Siregar

**PENGARUH BRAND EXPERIENCE DAN PROMOTION TERHADAP  
CUSTOMER LOYALTY PADA PEMBACA KOMIK DIGITAL DI  
APLIKASI WEBTOON**

Shafira Joannie Siregar

---

**ABSTRAK**

Dalam industri komik digital yang semakin kompetitif, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan bagi Webtoon. Untuk itu, penting bagi platform ini untuk memahami seberapa besar pengaruh Brand Experience dan Promotion terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh Brand Experience dan Promotion, baik secara parsial maupun simultan, terhadap Customer Loyalty pada aplikasi Webtoon. Survei kuantitatif dilakukan dengan melibatkan 400 responden, yang dipilih dari followers akun Instagram resmi Webtoon, @linewebtoon.id, menggunakan teknik random sampling dengan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan 56 item dan dianalisis menggunakan regresi berganda melalui IBM SPSS 26. Hasilnya menunjukkan bahwa Brand Experience berpengaruh sebesar 4,1% dan Promotion sebesar 1,7% terhadap Customer Loyalty. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh sebesar 4,9%. Hasil ini mengindikasikan adanya faktor lain yang lebih dominan dalam membentuk loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Brand Experience, Promotion, Customer Loyalty, Analisis Regresi Berganda, Webtoon,

**THE INFLUENCE OF BRAND EXPERIENCE AND PROMOTION ON  
CUSTOMER LOYALTY AMONG DIGITAL COMIC READERS ON THE  
WEBTOON APPLICATION**

Shafira Joannie Siregar

---

**ABSTRACT**

*In the increasingly competitive digital comic industry, maintaining customer loyalty has become a challenge for Webtoon. Therefore, it is crucial for this platform to understand the extent to which Brand Experience and Promotion influence customer loyalty. This study aims to measure the impact of Brand Experience and Promotion, both partially and simultaneously, on Customer Loyalty in the Webtoon application. A quantitative survey was conducted involving 400 respondents, selected from the followers of Webtoon's official Instagram account, @linewebtoon.id, using random sampling techniques and the Slovin formula. Data were collected through a questionnaire with 56 items and analyzed using multiple regression analysis through IBM SPSS 26. The results show that Brand Experience influences Customer Loyalty by 4.1%, while Promotion influences it by 1.7%. Simultaneously, both variables have a 4.9% impact on Customer Loyalty. These findings suggest that there are other, more dominant factors contributing to customer loyalty*

*Keywords: Brand Experience, Promotion, Customer Loyalty, Multiple Regression  
Analysis, Webtoon.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>15</b>
<b>1.1. Latar Belakang.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>25</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>1.4. Manfaat Penelitian.....</b>	<b>25</b>
<b>1.4.1. Manfaat Teoritis .....</b>	<b>25</b>
<b>1.4.2. Manfaat Praktis .....</b>	<b>26</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>27</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1. Teori yang Relevan .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Hipotesis.....</b>	<b>31</b>
<b>2.3. Model Kerangka Hipotesis.....</b>	<b>38</b>
<b>2.3.1. Kerangka Konseptual Berpikir .....</b>	<b>38</b>
<b>2.3.2. Hipotesis.....</b>	<b>39</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1. Desain dan Pendekatan .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2. Populasi dan Sampling .....</b>	<b>41</b>
<b>3.2.1. Populasi.....</b>	<b>41</b>
<b>3.2.2. Sampling .....</b>	<b>42</b>
<b>3.3. Pengumpulan Data dan Pengukuran .....</b>	<b>43</b>

3.3.1.	Pengumpulan Data .....	43
3.3.2.	Teknik Pengukuran Data.....	44
3.4.	Teknik Analisis Data.....	44
3.4.1.	Analisis Deskriptif .....	44
3.4.2.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik .....	45
3.4.3.1.	Uji Normalitas.....	45
3.4.3.2.	Uji Linearitas .....	46
3.1.1.1.	Uji Multikolinearitas .....	46
3.1.1.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.1.1.3.	Uji Parsial (T) .....	46
3.2.	Uji Keabsahan Data .....	47
3.2.1.	Uji Validitas.....	47
3.2.2.	Uji Reliabilitas.....	47
3.3.	Operasionalisasi Variabel .....	48
BAB IV .....		51
HASIL PEMBAHASAN.....		51
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian.....	51
4.2.	Penyajian Data .....	52
4.2.1.	Karakteristik Responden.....	52
4.2.2.	Hasil Uji Keabsahan Data .....	53
4.2.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	53
4.2.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas.....	59
4.2.3.	Analisis Deskriptif .....	60
4.1.1.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	75
4.1.1.	Hasil Uji Hipotesis .....	78
4.2.	Pembahasan dan Diskusi.....	81
SIMPULAN DAN SARAN .....		90
5.1.	Simpulan.....	90
5.2.	Kendala dan Keterbatasan .....	92
5.3.	Saran dan Implikasi .....	92
5.3.1.	Saran untuk Penelitian Berikutnya .....	92
5.1.1.	Saran untuk Industri/Lembaga/Subyek .....	93
DAFTAR PUSTAKA .....		94

**DAFTAR LAMPIRAN..... 98**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tren Nilai Budaya Literasi di Indonesia (2019-2022) .....	15
Gambar 1.2 Di Tahun 2018 terdapat Peningkatan pada Penjualan Komik Digital 17	
Gambar 1.3 Tampilan Webtoon pada Google Play Store di Desktop .....	18
Gambar 1.4 Tampilan Webtoon pada Google Play Store di Mobile.....	19
Gambar 1.5 Tampilan Fitur Pencarian dan Ragam Genre pada Aplikasi Webtoon di Mobile .....	20
Gambar 1.6 Tampilan Fitur Multi Bahasa pada Aplikasi Webtoon di Mobile .....	21
Gambar 1.7 Salah Satu dari Tampilan Komik pada Aplikasi Webtoon di Mobile	22
Gambar 1.8 Tampilan Fitur Komunitas pada Aplikasi Webtoon di Mobile.....	22
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Berpikir .....	39
Gambar 4.1 Diagram Analisis Deskriptif Brand Experience (X1).....	63
Gambar 4.2 Diagram Analisis Deskriptif Promotion (X2) .....	67
Gambar 4.3 Diagram Analisis Deskriptif Customer Loyalty (Y).....	72

**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Pengukuran Jawaban Skala Likert.....	44
Tabel 3.2 Operasional Variable.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	52
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Brand Experience (X1).....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Promotion (X2) .....	56
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Customer Loyalty (Y1) .....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Coba Reliabilitas .....	59
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Brand Experience (X1) .....	59
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Promotion (X2).....	60
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Customer Loyalty (Y1).....	69
Tabel 4.9 Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.10 Uji Linearitas X1 Terhadap Y .....	76
Tabel 4.11 Uji Linearitas X2 Terhadap Y .....	77
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas .....	78
Tabel 4.14 Uji Pengaruh Parsial T.....	78
Tabel 4.15 Uji Pengaruh Simultan.....	79
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi Variabel X1 terhadap Y .....	80
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Variabel X2 terhadap Y .....	80
Tabel 4.18 Koefisien Determinasi Variabel X1 & X2 terhadap Y.....	80

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Rtabel .....	98
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	99
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	100
Lampiran 4 Ttabel.....	101