

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IMPACTNATION JAPAN FESTIVAL**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

DEA KRISTIANA
NIM: 2412008535



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IMPACTNATION JAPAN FESTIVAL**

Oleh:

Nama : DEA KRISTIANA
NIM : 2412008535
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 05 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Catik Yustina Mart, SE., MM.

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si.

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
IMPACTNATION JAPAN FESTIVAL**

Oleh:

Nama : DEA KRISTIANA
NIM : 2412008535
Jurusan : Manajemen

Telah Dipertahankan Dihadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 05 Agustus 2024
Waktu : 09.20 – 10.40 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Iman Hermawan, SIP., MM. (.....)

Anggota : Yumartono, SE., MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : DEA KRISTIANA
NIM : 2412008535
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 3175035612020007
Alamat : Tanjung Lengkong Rt. 017/007
Bidaracina, Jatinegara, Jakarta Timur
DKI Jakarta – 13330

Dengan ini saya menyatakan ;

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Impactnation Japan Festival ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalih formatkan, mengelola mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai peneliti.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 05 Agustus 2024

DEA KRISTIANA

ABSTRAK

DEA KRISTIANA. NIM 2412008535. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Impactnation Japan Festival.

Dalam dekade terakhir Jepang mencuri perhatian masyarakat dunia dengan festival-festival yang diadakan. Hal ini disukseskan dengan adanya promosi yang dilakukan, kualitas pelayanan yang diberikan dan citra merek dari penyelenggara acara.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Impactnation Japan Festival. Model analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purpose sampling*. Sampel berjumlah 100 responden, dengan menggunakan analisis linier berganda.

Hasil uji regresi menunjukan bahwa 74,9% faktor loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh promosi, kualitas pelayanan dan citra merek. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan citra merek secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji t menunjukkan bahwa promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Impactnation Japan Festival. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan dan citra merek berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Impactnation Japan Festival. Variabel yang dominan mempengaruhi loyalitas pelanggan Impactnation Japan Festival adalah promosi.

Kata kunci : promosi, kualitas pelayanan dan citra merek

ABSTRACT

DEA KRISTIANA. NIM 2412008535. *The Influence of Promotion, Service Quality and Brand Image on Impactnation Japan Festival Customer Loyalty.*

In the last decade, Japan has stolen the attention of the world community with the festivals it holds. This was successful with the promotions carried out, the quality of service provided and the brand image of the event organizer.

The purpose of this research is to determine and analyze the influence of promotion, service quality and brand image on customer loyalty at the Impactnation Japan Festival. The data analysis model used is multiple linear analysis. Sample selection was carried out by means of purpose sampling. The sample consisted of 100 respondents, using multiple linear analysis.

The results of the regression test show that 74.9% of customer loyalty factors can be explained by promotion, service quality and brand image. The results of the F test show that promotion, service quality and brand image simultaneously have a positive and significant effect on customer loyalty. The t test results show that promotions partially have a positive and significant effect on Impactnation Japan Festival customer loyalty. Service quality has no positive and insignificant effect and brand image has a positive but not significant effect on Impactnation Japan Festival customer loyalty. The dominant variable influencing Impactnation Japan Festival customer loyalty is promotion.

Keywords: promotion, service quality and brand image

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas berkat Tuhan Allah Tritunggal, Tuhan dan Allah kami yang Hidup. Puji Tuhan peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya sesuai dengan ketentuan yang telah diberikan. Penelitian dengan judul Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Impactnation Japan Festival ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Business School Depok. Alasan pemilihan judul tersebut karena peneliti melihat dan merasakan fenomena masuknya festival budaya Jepang yang menjadi semakin marak akhir-akhir ini dan memiliki banyak sekali penggemar. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana suatu festival dapat berjalan dengan baik bahkan memiliki pelanggan-pelanggan tetap.

Dalam proses penelitian dan penulisannya, tentunya peneliti dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Ibu Catik Yustina Mart, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan peneliti dari awal hingga peneliti selesai menyusun skripsi dengan nilai *cumlaude*.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Jurusan Manajemen yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar peneliti hingga peneliti bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.
6. Para staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani peneliti dengan sepenuh hati.

7. Bapak Adi Nugroho dan Ibu Yunia selaku pemilik acara Impactnation Japan Festival yang sudah memperkenalkan Impactnation Japan Festival untuk diteliti oleh peneliti.
8. Ayahanda alm. Kindarto Lukmantoro serta Ibunda Linda tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Saudara Bong Yudha Citrawang dan rekan-rekan mahasiswa/I Annastasya Rosalyn, Nurchaeliza, Amanda Syntia Putri dan Muhammad Ridwan yang telah memberikan dukungan kepada peneliti.
10. Rekan-rekan yang terlibat dalam pengisian kuesioner yang telah di sebar oleh peneliti.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu peneliti selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, di masa yang akan datang nanti peneliti mampu meneliti dan menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi peneliti mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesuksesan. Amiin.

Depok, 05 Agustus 2024
Peneliti,

DEA KRISTIANA
NIM: 2412008535

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Rumusan Masalah	3
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Pengertian Pemasaran	6
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.3. PROMOSI	6
2.1.3.1. Pengertian Promosi	6
2.1.3.2. Indikator Promosi	7
2.1.4. KUALITAS PELAYANAN	8
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
2.1.4.2. Indikator Kualitas Pelayanan	8
2.1.5. CITRA MEREK	9

2.1.5.1. Pengertian Citra Merek.....	9
2.1.5.2. Indikator Citra Merek	10
2.1.6. LOYALITAS PELANGGAN	11
2.1.6.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.6.2. Indikator Loyalitas Pelanggan	11
2.2. Penelitian terdahulu	12
2.3. Kerangka Konseptual	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1. Waktu Penelitian	17
3.2. Jenis Penelitian	17
3.3. Populasi dan Sampel	17
3.3.1. Populasi	17
3.3.2. Sampel.....	18
3.4. Teknik Pengumpulan Data	19
3.5. Definisi Operasional Variabel	19
3.5.1. Variabel bebas	20
3.5.2. Variabel Terikat.....	21
3.6. Teknik Analisis Data	23
3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran.....	24
3.6.2. Persamaan Regresi	25
3.6.3. Uji Kualitas Data	26
3.6.4. Uji Asumsi Klasik	28
3.6.5. Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Hasil Penelitian	33
4.1.1. Gambaran Umum Festival	33
4.1.2. Karakteristik Responden	34
4.1.3. Tanggapan Responden	35
4.1.4. Hasil Uji Kualitas Data	40
4.1.5. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	43
4.1.6. Hasil Uji Hipotesis	46

4.2. PEMBAHASAN	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	17
Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel.....	22
Tabel 3.3. Angka Penafsiran	24
Tabel 4.1. Karakteristik Responden	34
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi.....	35
Tabel 4.3. Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Pelayanan	37
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Atas Variabel Citra Merek.....	38
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Atas Variabel Loyalitas Pelanggan	39
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	41
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	41
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	42
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	42
Tabel 4.10. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance & VIF)	45
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	47
Tabel 4.13. Hasil Uji F	48
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.15. Hasil Uji t (Parsial)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Kerangka Konseptual.....	15
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Histogram.....	44
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas P-P Plot	44
Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Pendekatan Grafik	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian	57
Lampiran 2. Kuestioner Penelitian.....	58
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	61
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	63
Lampiran 5. Kartu Bimbingan	70
Lampiran 6. Hasil Uji Plagiarisme / Turnitin.....	71
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	72
Lampiran 8. Tabel r.....	73
Lampiran 9. Tabel Distribusi F_{tabel}	74
Lampiran 10. Distribusi T_{tabel}	77
Lampiran 11. Impactnation Japan Festival 2023	78