

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN  
TRAVELOKA.COM TERHADAP LOYALITAS GENERASI Y DI  
JAKARTA BARAT**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Feny Mardiah**

**NIM : 43113010433**

**PROGRAM STUDI MENEJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**

**PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN  
TRAVELOKA.COM TERHADAP LOYALITAS GENERASI Y DI  
JAKARTA BARAT**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



**PROGRAM STUDI MENEJEMEN S1**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2017**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feny Mardiah  
NIM : 43113010433  
Program Studi : Manajemen – S1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan  
Traveloka.com Terhadap Loyalitas Generasi Y Di  
Jakarta Barat

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikecualikan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan penjiplakan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 14 Maret 2017



(Feny Mardiah)  
43113010433

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feny Mardiah

NIM : 43113010433

Program Studi : Manajemen – S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan  
Traveloka.com Terhadap Loyalitas Generasi Y Di  
Jakarta Barat

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :

Pembimbing Skripsi



**(Mochammad Rizki, BBA, MBA)**

Tanggal: 15 / 3 / 2017

Ketua Penguji



**(Dudi Permana, MM., Ph.D)**

Tanggal: 14/3-2017

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



**(Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA)**

Tanggal: 15 / 3 / 2017

Ketua Program Studi Manajemen S1



**((Dudi Permana, MM., Ph.D)**

Tanggal: 14/3-2017

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi sebagai salah satu syarat penulisan skripsi. Dengan judul penelitian “Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Pelayanan Traveloka.com Terhadap Loyalitas Generasi Y di Jakarta Barat”. Dalam penulisan proposal skripsi ini, penulis menyadari masih adanya keterbatasan, ketidak sempurnaan dalam penyusunan proposal skripsi ini, baik dari segi penyampaian, penampilan, dan penyajiannya. Penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan yang sangat berarti dan bermanfaat dari berbagai pihak, khususnya kepada Bapak Moch. Rizki Sadikin, BBA, MBA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran, bimbingan dan masukan-masukan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Serta penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan proposal skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff program studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah membantu, dan memberikan segenap ilmunya.

5. Kepada Almarhum bapak Wawan Purwanto, SE., MM., yang selalu memberikan masukan-masukan yang bermanfaat bagi saya
6. Kedua orang tua saya tercinta Nurlina br Pandia yang memberikan semangat serta do'a yang tidak bisa tergantikan oleh apapun dan (Alm) Wagino menjadi sosok panutan dan contoh yang baik.
7. Untuk kakak saya tercinta Nurdinard yang selalu memberikan dukungan dalam segala hal
8. Kepada idola saya yang selalu menjadi motivator untuk diri saya, TVXQ (Jung Yunho, Shim Changmin, Kim Jaejoong, Park Yoochun, dan Kim Junsu)
9. Kepada fans dari idola saya yang menjadi keluarga ke dua bagi saya, Cassiopeia.

Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan khususnya bagi penulis. Akhir kata dengan segala ketulusan, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan dan kelemahan dalam proposal skripsi ini.

Jakarta, 31 Januari 2016

Feny Mardiah

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	11
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka.....	13
1. Manajemen Pemasaran .....	13
2. Pengertian Media Baru .....	13
3. Teknologi Informasi.....	14
4. Pengertian <i>Internet</i> .....	14



5. <i>E-Commerce</i> .....	15
a. Komponen-Komponen <i>E-Commerce</i> .....	15
6. Pengertian Promosi .....	16
7. Bauran Promosi.....	17
a. Periklanan ( <i>Advertising</i> ).....	17
b. Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) .....	20
c. Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) .....	21
d. Penjualan Tatap Muka ( <i>Personal Selling</i> ) .....	24
e. Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ).....	26
8. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	27
9. Indikator Kualitas Pelayanan .....	28
10. Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	29
11. Loyalitas.....	32
12. Generasi Y .....	33
B. Hubungan Antar Variabel .....	34
1. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan..	34
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	35
C. Penelitian Terdahulu .....	36
D. Rerangka Pemikiran .....	37
E. Hipotesis Penelitian .....	37

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	38
B. Lokasi dan Tempat Penelitian .....	39



C. Desain Penelitian.....	39
D. Devinisi dan Operasional Variabel .....	40
E. Pengukuran Variabel .....	44
F. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	47
G. Teknik Pengumpulan Data.....	48
H. Metode Analisis Data .....	49
1. Uji Validitas .....	49
2. Uji Reliabilitas .....	50
3. Uji Asumsi Klasik.....	50
a. Uji Normalitas .....	50
b. Uji Multikolinearitas .....	51
c. Uji Heteroskedastisitas .....	52
4. Uji Analisis Linier Berganda .....	53
5. Koefisien Determinasi .....	53
6. Uji Hipotesis .....	54

#### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Analisis Data .....	56
1. Analisis Deskriptif .....	56
2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	64
3. Pengujian Asumsi Klasik .....	67
4. Analisis Regresi Linier Berganda .....	72
5. Pengujian Hipotesis .....	74
a. Uji Hipotesis Simultan (F) .....	74

b. Uji Hipotesis Parsial (t) .....	75
B. Koefisien Determinasi .....	76
C. Pembahasan .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	80
B. Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Total Penjualan B2C <i>E Commerce</i> Seluruh Dunia Menurut Wilayah 2012-2017 (dalam satuan milyar) .....	2
Tabel 1.2	Pertumbuhan Penjualan B2C <i>E Commerce</i> Seluruh Dunia Menurut Wilayah 2012-2017 (dalam persen) .....	3
Tabel 1.3	Situs Penjualan Tiket Pesawat di Indonesia .....	7
Tabel 1.4	Persentase Pengunjung Situs Traveloka.com Berdasarkan Negara .....	9
Tabel 3.1	Operasional Variabel X1 .....	42
Tabel 3.2	Operasional Variabel X2 .....	43
Tabel 3.3	Operasional Variabel Y .....	44
Tabel 3.4	Skor Jawaban Responden .....	46
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	56
Tabel 4.2	Usia Responden .....	57
Tabel 4.3	Pendidikan Responden .....	58
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden .....	58
Tabel 4.5	Penghasilan Responden .....	59

Tabel 4.6	Penggunaan Responden.....	60
Tabel 4.7	Daftar Frekuensi Variabel X1 .....	61
Tabel 4.8	Daftar Frekuensi Variabel X2 .....	62
Tabel 4.9	Daftar Frekuensi Variabel Y .....	64
Tabel 4.10	Uji Validitas Bauran Promosi.....	65
Tabel 4.11	Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	65
Tabel 4.12	Uji Validitas Loyalitas.....	66
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.14	Uji Multikolinearitas .....	70
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.16	Uji secara Simultan (F) .....	74
Tabel 4.17	Uji secara Simultan (t) .....	75
Tabel 4.18	Uji Koefisien Determinasi Model Regresi .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Online Shopping</i> .....	5
Gambar 4.1	Uji Normalitas .....	68
Gambar 4.2	Histogram .....	69
Gambar 4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	71

