

ABSTRACT

This thesis discusses how Promotion mix and Quality of Service influence customer Loyalty by distributing questionnaires to 150 correspondents to Traveloka.com user. The sampling technique used was purposive sampling, while analysis tools used is SPSS.

Hypothesis testing results show that Promotion mix does not have a significant influence on loyalty, Quality of Service has a significant influence on loyalty. The research model tested in this study were able to meet the criteria for eligibility testing models.

Keywords: Promotion mix, The quality of service, Loyalty.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh bauran promosi dan kualitas pelayanan Traveloka.com mempengaruhi loyalitas konsumen generasi Y di Jakarta Barat. Data diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuisisioner kepada 150 koresponden pengguna jasa Traveloka.com. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah *SPSS*.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa bauran promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas, kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas. Model penelitian yang diuji dalam penelitian ini mampu memenuhi kriteria pengujian kelayakan model.

Kata kunci : Pauran promosi, Kualitas pelayanan dan Loyalitas.

