

SKRIPSI
PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *ONLINE*
PROMOTION ON PRICE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY CINEMA XXI
DI JAKARTA



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : BELLA SUTANTO
NIM : 115130126

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

SKRIPSI
PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *ONLINE*
PROMOTION ON PRICE* TERHADAP *CUSTOMER
LOYALTY CINEMA XXI
DI JAKARTA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : BELLA SUTANTO
NIM : 115130126

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Bella Sutanto
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115130126
Program Studi : Ekonomi-Manajemen

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 09 Juli 2020



Bella Sutanto

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : BELLA SUTANTO
NO. MAHASISWA : 115130126
PROGRAM/ JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN
ONLINE PROMOTION ON PRICE TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY CINEMA XXI DI
JAKARTA

Jakarta, 04 Juli 2020

Pembimbing,

Co-pembimbing,



(Dr. Keni, S.E., M.M)



(Purnama Dharmawan S.E., M.Si.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Bella Sutanto
NIM : 115130126
Program Studi : S1 Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi

Pengaruh Perceived Quality dan Online Promotion on Price terhadap Customer Loyalty Cinema XXI di Jakarta

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 24 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

- A. Ketua : Ida Puspitowati, S.E., M.M.
- B. Anggota : Dr. Keni, S.E., M.M.
- C. Anggota : Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

Jakarta, 24 Juli 2020

Pembimbing,



(Dr. Keni, S.E., M.M.)

Co. Pembimbing,



(Purnama Dharmawan, S.E., M.Si.)

ABSTRAK

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
JAKARTA

- (A) BELLA SUTANTO (115130126)
- (B) PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *ONLINE PROMOTION ON PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY CINEMA XXI* DI JAKARTA
- (C) xv+88 halaman, 2020, 60 tabel, 6 gambar, 5 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstract:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah 1) Persepsi konsumen dapat memprediksi kesetiaan konsumen *Cinema XXI* di Jakarta. 2) Promosi secara *online* dari segi harga dapat memprediksi kesetiaan pelanggan *Cinema XXI* di Jakarta. Sampel dipilih menggunakan metode *non-probability sampling* (acak) dengan teknik *convenience sampling* pada 170 orang responden di Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas dan promosi secara *online* yang dilakukan memiliki pengaruh signifikan untuk memprediksi kesetiaan konsumen di *Cinema XXI* Jakarta.
- (F) *Perceived Quality, Online Promotion on Price, Customer Loyalty*
- (G) *Reference*
- (H) Dr. Keni, S.E., M.M
- (I) Purnama Dharmawan S.E., M.Si

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMY
JAKARTA

- (A) BELLA SUTANTO (115130126)
- (B) PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN *ONLINE PROMOTION ON PRICE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY CINEMA XXI* DI JAKARTA
- (C) xv+88 pages, 2020, 60 tables, 6 pictures, 5 attachments
- (D) MARKETING MANAGEMENT
- (E) *Abstract: The purpose of this research is to examine wheter 1) perceived quality can predict customer loyalty of Cinema XXI in Jakarta. 2) online promotion on price can predict customer loyalty of Cinema XXI in Jakarta Sample was selected using non-probability sampling method amounted to 170 respondents at Jakarta. The result of this study show that prceived quality and online promotion on price has significant effect to predict customer loyalty of Cinema XXI in Jakarta.*
- (F) *Perceived Quality, Online Promotion on Price, Customer Loyalty*
- (G) *Reference*
- (H) Dr. Keni, S.E., M.M
- (I) Purnama Dharmawan S.E., M.Si..