

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI CGV CINEMAS INDONESIA DI JAKARTA

Oleh :

Nama : Darren Patrick Anderson

NIM : 79210067

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Program Studi Administrasi Bisnis

Konsentrasi Bisnis Digital



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2025

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI CGV CINEMAS INDONESIA DI JAKARTA

Diajukan Oleh

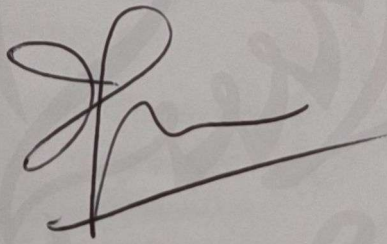
Nama : Darren Patrick Anderson

NIM : 79210067

Jakarta, 12 Maret 2025

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing



(Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.)

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2025

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





ABSTRAK

Darren Patrick Anderson / 79210067 / 2025 / Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia di Jakarta / Pembimbing: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Teknologi dan informasi digital yang berkembang pesat dan alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat melalui internet. Salah satu perubahan yang terlibat adalah layanan hiburan melalui aplikasi berbasis daring yang diminati oleh seluruh kalangan. CGV, salah satu layanan hiburan terbesar di Indonesia dan cukup diminati masyarakat. Saat ini CGV telah memiliki 73 cabang yang merupakan terbesar kedua di Indonesia. Hal ini tentunya tidak lepas dari promosi penjualan dan kualitas layanan yang diberikan CGV kepada pelanggannya. Sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian promosi penjualan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia.

Teori yang digunakan untuk mendukung adalah promosi penjualan, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini melibatkan dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Dalam hal ini, Promosi Penjualan (X1) dan kualitas layanan (X2) dianggap sebagai variabel bebas, sedangkan kepuasan pelanggan (Y) dipandang sebagai variabel terikat. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

Objek penelitian ini adalah aplikasi CGV Cinemas Indonesia, dengan sampel yang diambil dari 132 responden yang diantaranya 30 pra responden dan 102 responden yang telah melakukan transaksi melalui aplikasi. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner menggunakan Google Form, yang berisi pertanyaan terkait variabel yang diteliti. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian instrument mempergunakan uji validitas dan reabilitas, metode analisis regresi linier berganda mempergunakan uji F dan uji t. Data yang diperoleh diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 26.

Dari hasil yang diolah menunjukkan bahwa pada uji asumsi klasik memenuhi syarat normalitas dan residu berdistribusi normal, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, dan tidak ada gejala multikolinearitas. Hasil penelitian membuktikan responden sangat setuju bahwa promosi penjualan dan kualitas layanan aplikasi CGV sudah baik. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa promosi penjualan dan kualitas layanan memberi pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini yaitu bahwa promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang baik terhadap promosi penjualan CGV, serta mengakui bahwa kualitas layanan yang diberikan telah memenuhi harapan.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Pelanggan



ABSTRACT

Darren Patrick Anderson / 79210067 / 2025 / *The Effect of Sales Promotion and Service Quality on Customer Satisfaction at CGV Cinemas Indonesia Application in Jakarta* / Advisor: Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Digital technology and information and communication tools are in high demand by the public through the internet. One of the changes involved is entertainment services through online-based applications that are in demand by all groups. CGV, one of the largest entertainment services in Indonesia and quite popular with the public. Currently CGV has 73 branches which is the second largest in Indonesia. This certainly cannot be separated from the sales promotion and quality of service provided by CGV to its customers. So the authors are interested in conducting research on sales promotion and service quality on customer satisfaction in the CGV Cinemas Indonesia application.

The theories used to support are sales promotion, service quality, and customer satisfaction. This study involves two types of variables, namely independent variables and dependent variables. In this case, Sales Promotion (X1) and service quality (X2) are considered as independent variables, while customer satisfaction (Y) is seen as the dependent variable. Thus, the purpose of this study is to determine whether there is an influence between the independent variable and the dependent variable.

The object of this research is the CGV Cinemas Indonesia application, with a sample taken from 132 respondents, including 30 pre-respondents and 102 respondents who have made transactions through the application. This study collects data by distributing questionnaires using Google Form, which contains questions related to the variables studied. Hypothesis testing is done with a quantitative approach. Instrument testing uses validity and reliability tests, multiple linear regression analysis methods using the F test and t test. The data obtained is processed using IBM SPSS 26 software.

From the processed results, it shows that the classical assumption test meets the normality requirements and the residues are normally distributed, there are no symptoms of heteroscedasticity, and there are no symptoms of miltikolinearity. The results of the study prove that respondents strongly agree that the sales promotion and service quality of the CGV application are good. This study found that sales promotion and service quality have a positive influence on customer satisfaction.

The conclusions generated in this study are that sales promotion has a positive effect on customer satisfaction, and service quality has a positive effect on customer satisfaction. The research shows that respondents give a good assessment of CGV's sales promotion, and recognize that the quality of service provided has met expectations.

Keywords: Sales Promotion, Service Quality, and Customer Satisfaction

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis persembahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: “Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia di Jakarta.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Selama proses penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis memperoleh banyak pengalaman, wawasan, serta dukungan dari berbagai pihak yang membantu mengatasi berbagai tantangan. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan laporan ini, terutama kepada:

1. Ibu Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang membimbing serta memberikan arahan dan bimbingan yang sangat berarti dalam penyelesaian karya akhir.
2. Kepada kedua orang tua penulis yaitu Bapak Tjong Yohanes dan Alm. Ibu Tju Su Tjin, serta adik penulis yang senantiasa memberikan dukungan berupa doa dan motivasi selama proses penyusunan karya akhir.
3. Seluruh Dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangatlah berharga bagi penulis.
4. Kepada Sebastian, Jerry, Dylan, Gabriel, dan semua teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu
5. Teruntuk Sheila Nathania, perempuan yang saat ini selalu mendengarkan dan mendukung penulis dalam setiap kondisi, baik saat menghadapi tantangan maupun merayakan keberhasilan dalam penyusunan penelitian skripsi ini





6. Kepada para responden yang telah berkontribusi dengan mengisi kuesioner, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik

7. Kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberi dukungan dan bantuan penulis dapat menyelesaikan karya akhir.

8. Diri saya sendiri karena tidak pernah menyerah hingga titik ini walaupun harus melewati proses naik-turun nya kehidupan di dalam pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun serta bermanfaat demi perbaikan penulisan skripsi ini akan disambut dengan baik. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca secara umum.

Jakarta, Februari 2025

Penulis

Darren Patrick Anderson



DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Perumusan Masalah	8
1.6 Tujuan Penelitian	9
1.7 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teoritis	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 Promosi Penjualan	13
2.1.3 Layanan	16
2.1.4 Kualitas Layanan	18
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran	24
2.3.1 Hubungan Promosi Penjualan Dengan Kepuasan Pelanggan	25
2.3.2 Hubungan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Pelanggan	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Desain Penelitian	29
3.2.1 Tingkat Perumusan Masalah	29
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	29
3.2.3 Kontrol Peneliti Terhadap Variabel	30

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Manajemen Kwik Kian Gie



3.2.4	Tujuan Studi	30
3.2.5	Dimensi Waktu	30
3.2.6	Cakupan Ruang Lingkup Topik	30
3.2.7	Lingkungan Penelitian	30
3.2.8	Kesadaran Perspesi Partisipan	31
3.3	Populasi dan Sampel	31
3.3.1	Populasi	31
3.3.2	Sampel	31
3.4	Lokasi Penelitian	32
3.5	Variabel Penelitian	32
3.5.1	Variabel independen (X).....	32
3.5.2	Variabel dependen (Y)	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Pengolahan Data dan Analisis Data	36
3.7.1	Pengolahan Data	36
3.7.2	Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2	Profil Responden	47
4.2.1	Persentase Responden berdasarkan jenis kelamin	48
4.2.2	Persentase Responden berdasarkan Usia	48
4.2.3	Persentase Responden berdasarkan Pekerjaan	49
4.2.4	Persentase Responden yang sudah melakukan pembelian pada aplikasi CGV	49
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.3.1	Uji Validitas	50
4.3.2	Uji Reliabilitas	53
4.4	Analisis Deskriptif	53
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1	Uji Normalitas	57
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	57
4.5.3	Uji Multikolinieritas	58
4.6	Uji Hipotesis.....	58
4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6.2	Uji Kesesuaian Model (Uji F)	59
4.6.3	Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t).....	60
4.6.4	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	61

Hak Cipta Ditanggung Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4.6 Pembahasan	62
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Halah Cipta Dililik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Dimensi Variabel Promosi Penjualan	33
Tabel 3.2	Dimensi Variabel Kualitas Layanan	33
Tabel 3.3	Dimensi Variabel Kepuasan Pelanggan	34
Tabel 3.4	Tabel Skala Likert.....	35
Tabel 3.5	Rentang Skala.....	40
Tabel 4.1	Persentase Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2	Persentase Usia	48
Tabel 4.3	Persentase Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 4.4	Persentase Responden Berdasarkan Pembelian.....	49
Tabel 4.5	Uji Validitas Promosi Penjualan (X1)	50
Tabel 4.6	Uji Validitas Kualitas Layanan (X2)	51
Tabel 4.7	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	52
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.9	Pengujian Mean Variabel Promosi Penjualan (X1)	54
Tabel 4.10	Pengujian Mean Variabel Kualitas Layanan (X2).....	55
Tabel 4.11	Pengujian Mean Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	56
Tabel 4.13	Uji Normalitas	57
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.15	Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.12	Persamaan Regresi.....	58
Tabel 4.16	Uji F.....	59
Tabel 4.17	Uji t.....	60
Tabel 4.18	Uji R ² Model Summary	61



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Bioskop dan Layar Bioskop di Indonesia	2
Gambar 1.2	Beberapa Promosi Penjualan pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia	4
Gambar 1.3	Aplikasi Bioskop di Indonesia.....	5
Gambar 1.4	Beberapa Keluhan Pelanggan Terhadap Aplikasi CGV.....	6
Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	27
Gambar 4.1	Logo CGV Cinemas Indonesia.....	45
Gambar 4.2	Aplikasi CGV Cinemas Indonesia.....	46
Gambar 4.3	Promosi CGV melalui akun Instagram @cgv.id	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner	68
Lampiran 2 : Sampel 30 Responden.....	70
Lampiran 3 : Uji Validitas	73
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	74
Lampiran 5 : Sampel 100 Responden	75
Lampiran 6 : Analisis Deskriptif	81
Lampiran 7 : Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 8 : Uji Hipotesis	84



- Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.