**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS KEPADA MEREK**

(Survey terhadap konsumen produk televisi LG di Bandung)

JURNAL



**OLEH :**

**MUHAMAD FAQIHUDIN**

**168020122**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2019**

**PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN IMPLIKASINYA PADA LOYALITAS KEPADA MEREK**

(Survey terhadap konsumen produk televisi LG di Bandung)

**OLEH :**

**MUHAMAD FAQIHUDIN**

**168020122**

Abstract

The growing technology and the rapid advancement in the era of globalization, the development of electronic technology especially television products have been very extraordinary progress because the need for the television product is driven by the needs of From various fields of both entertainment and work and the business, the purpose of this research is to know the influence of promotion to satisfaction and its implications on loyalty to the brand, the analytical tools used are The analysis of the pathway, where the samples used as many as 100 people, using descriptive research methods and verificative analysis, and the results of the research that promotion, satisfaction and loyalty are significant, therefore preferably in This is PT. LG Electronics Indonesia, especially Bandung branch and the primarily all Indonesia continue to pay attention to the promotion, satisfaction so that the consumer of television is increasing.

Keywords: technological developments, television, promotion, satisfaction, loyalty,

ABSTRAK

Semakin berkembangnya teknologi dan pesatnya kemajuan di era globalisasi, perkembangan teknologi electronik terutama produk televisi telah mengalami kemajuan yang sangat luar biasa pesatnya karena kebutuhan akan produk televisi ini didorong oleh kebutuhan dari berbagai bidang baik kebutuhan hiburan ataupun tentang pekerjaan maupun dunia usaha, Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan dan implikasinya pada loyalitas kepada merek, alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur, dimana sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan analisis verifikatif, dan hasil penelitian bahwa promos, kepuasan maupun loyalitas berpengaruh signifikan, oleh karena itu sebaiknya dalam hal ini PT. LG Electronics Indonesia khususnya Cabang Bandung dan umunya seluruh indonesia terus memperhatikan promosi, kepuasan supaya loyaitas konsumen televisi semakin meningkat.

Kata Kunci : perkembangan teknologi, televisi, promosi, kepuasan, loyalitas,

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, T., dan Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo

Persada.

Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan.* Yogyakarta: CAPS.

Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Assauri, S. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

Bryan Sacaksana Setya Praja. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Loyalitas konsumen Produk Fanta PT.Coca-Cola Amatil Indonesia*

*dikota Semarang*. Jurnal Ilmu Ekonomi. <http://eprints.dinus.ac.id/17160/1/jurnal_15634.pdf> [20/02/2019]

Benedhita Devina, Asep Rokhyadi. (2019). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menggunakan jasa leasing ACC (Astra Credit Company) Cab.Balikpapan yang Dimediasi oleh Kepuasan Konsumen*. Jurna Manajemen 11(1). <http://www.jurnal.unmul.ac.id> [20/02/2019]

Bahrul Kirom. 2010. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan

Konsumen.Bandung. Pustaka Reka Cipta

Berry Leonard L, and Parasuraman A. Marketing Services. Macmillan., Engliton Avenue East New York, 1991

Blackwell, R.D., et al. (2012). *Consumer behavior*. Singapore: Cengage Learning

Asia Pte Ltd.

Christian Lasander.(2013). Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasaan Konsumen Pada Makanan Tradisional. Jurnal EMBA Vol 1 No.3. Terindeks dalam Google Scholar.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2024> [1/12/18]

Dra Cicik Harini, MM, Andi Tri Haryono, SE, MM. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek dan kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pengunna Produk Downy di Perum Puri Dinar Semarang*. Jurnal Of Management 4(4). <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/1140/1112> [20/02/2019]

Darmawati. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Memakai Jasa Percetakaan CV.Rahmat Nur Di Samarinda. eJurnal Ilmu Administasi Bisnis Vol 4 No 1. Terindeks dalam Google Scholar. [https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as\_sdt=0,5&as\_vis=1&q=darmaw ati+pengaruh+kualitas+layanan+terhadap+loyalitas+jasa+percetakan+samarin da+jurnal](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&as_vis=1&q=darmaw%09ati+pengaruh+kualitas+layanan+terhadap+loyalitas+jasa+percetakan+samarin%09da+jurnal) [9/11/2018]

Gbadamosi, A. (2016). *Handbook of Research Consumerism and Buying Behaviour in*

*Developing Nations*. US: Business Science Reference

Griffin, R.W. (2015). *Management* (12th ed.). Boston :Cengage Learning.

Griffin, Jill.2005. *Costumer Loyalty*. Alih Bahasa: Dwi Kartini Yahya. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Gloria J Tamon, Silvya Mandey, Rudy Wenas. (2019). *Strategi Promosi, Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Mobil Toyota di Kota Manado*. Jurnal EMBA, 7(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22482> [20/02/2019]

Hasibuan, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Edisi Revisi.). Jakarta:

Penerbit PT Bumi Aksara.

Hurriyati,R. (2015)*.Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta

Hatane Semuel. (2012). *Customer Relationship Marketing* Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Perbankan Nasional. Jurnal Manajemen Pemasaran

7(1),33-41. Terindeks dalam Google Scholar. <http://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/18782> [1/12/18]

Inda GQ Ngalimin, Willem, Yunita. (2018). *Strategi Realtionship Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen di Matahari Departement Store Mega Mall Manado.* Jurnal Akrab Juara 3(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22446> [20/02/2019]

Indrawan, R., dan Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*, Bandung: Refika

Aditama

Irmawati. (2014). *Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit*. Jakarta: University Press

Jessica J.Lenzun, James D.D Massie Decky Adare. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. Jurnal Emba Vol 2 No.3. Terindeks dalam Google Scholar. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/5802> [10/11/18]

Karyoto. (2015). *Dasar Dasar Manajemen Teori, Definisi dan Konsep*. Yogyakarta:

Andi.

Koler, P., Bowen, J.T., dan Makens, J.C. (2012). *Marketing for Hospitality and*

*Tourism.* Upper Saddle River: Pearson Education Inc.

Kotler, P., dan Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing, Global Edition* (14th ed.).

Upper Saddle River: Pearson Education.

Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016) . *Marketing Management* (16th ed.). New Jersey:

Pentice Hall Published.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas, Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa Bob Sabran, Erlangga. Jakarta.

Lia Indah Wahyuni, Sri Wahyuni, Joko Widodo. (2018*). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Merek pada Kartu Prabayar Simpati Telkomsel di Universitas Jember”.* Jurnal Pendidikan Ekonomi 12(2). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JPE/article/view/8560> [20/02/2019]

Lovelock, C., dan Gummesson, E. (2011). *Service Marketing*. New Jersey USA:

Pearson.

Lupiyoadi, R. (2014)*. Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi* (edisi 3).

Jakarta: Salemba Empat.

Merita Bernik, Aldy Gustian Dwi Putra. (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Rokok Djarum MLD di Kalangan Anak Muda*. eBA Journal 5(1). <http://www.jurnal.unpad.ac.id/> [20/02/2019]

Muhammad Muiz, N Rachman, Afi R Slamet. (2019). *Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen (survei pada konsumen GrabBike online di kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen 8(10). [http://www.riset.unisma.ac.id/](http://www.riset.unisma.ac.id) [20/02/2019]

Mursalim. (2018). Dampak Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Cahaya Ungas

Jurnal Akrab Juara Vol 3 No. 3. Terindeks dalam Google Scholar. <http://www.akrabjuara.com/index.php/akrabjuara/article/view/339> [16/11/2018]

Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian. Jakarta*: Kencana Prenada Media Group

Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian,* Jakarta: Rineka Cipta.

Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: PRESSindo

Pramono., Suyono, A.G., dan Sukmawati,S. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli*

*Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press

Rangkuti, Freddy*. 2016.* Riset Pemasaran. Jakarta. *PT. Gramedia Pustaka Utama.*

Robbins, S.P., Decenzo, D.A., Coulter, M., Woods,M. (2015). *Management The*

*Essentials* (3rd ed.). Australia:Pearson.

Robbins, S.P., dan Coulter, M. (2012). *Management*. New Jersey: Pearson Education.

Ronal Aprianto SE, M. Si. (2016). Pengaruh Promosi Dan Layanan Terhadap Kepuasaan Pelanggan Pada Toko BNJ Electronik Kota Lubuklinggau. Jurnl EMBA Vol 2 No.1. Terindeks dalam Google Scholar. [https://www.neliti.com/publications/58277/pengaruh-promosi-dan-pelayanan- terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-toko-bnj-elektro](https://www.neliti.com/publications/58277/pengaruh-promosi-dan-pelayanan-%09terhadap-kepuasan-pelanggan-pada-toko-bnj-elektro) [1/11/2018]

Rully, I., Poppy Yaniawati. 2014. Metodologi Penelitian. Bandung. PT. Refika Aditama.

Sabarguna, B.S. (2011). *Buku Pegangan Mahasiswa Manajemen Rumah Sakit*. Jakarta: Sagung Seto.

Sangadji, E.M., dan Sopiah.(2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:*

*Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Silalahi, U. (2015). *Asas-Asas Manajemen*. Bandung: PT.Refika Aditama.

Slameto. 2010.  Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Jakarta: Rineka Cipta

Sudarso, A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Statistika untuk Penelitian. Bandung*: Alfabeta.

Sule, E.T., dan Saefullah, K.(2009). *Pengantar Manajemen* (edisi 1). Jakarta:

Prenadamedia Group.

Suharsimi A., 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Edisi I, Jakarta. PT. Rineka Cipta.

Sumarwan, et al. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen. Panduan Riset dan Kajian:*

*Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko*.

Bogor: IPB Press

Sumarwan,U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.

Bogor :Ghalia Indonesia.

Sunyonto,D., dan Susanti, F.E. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa, Merencanakan,*

*Mengelola dan Membidik Pasar Jasa*. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategi*. Yogyakarta: ANDI.

Umar, H. (2002). *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam pemasaran* (edisi 2). Jakarta:

PT. Gramedia Pustaka Utama.

Zeithaml *et al.* (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the*

*Firm* (6th ed). Boston: McGraw-Hill.