

**PERAN KEPUASAN MEMEDIASI PENGARUH CITRA MEREK DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN SURAT KABAR
DI ERA DIGITALISASI**

SALSABILA RIFDAH

1707617089



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi Ini Ditulis Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

BRAND IMAGE AND PROMOTION ON CUSTOMER LOYALTY OF NEWSPAPERS IN ERA DIGITALIZATION

SALSABILA RIFDAH

1707617089



*Building
Future
Leaders*

*This thesis is organized as one of the requirements for obtaining Bachelor of Education
at Faculty of Economics State University of Jakarta*


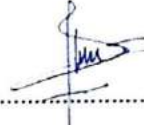
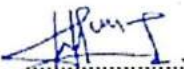
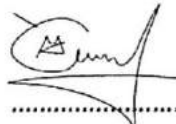


BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi			
 Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua Penguji)		06 Agustus 2021
2	Drs. Nurdin Hidayat, MM., M.Si NIP. 196610302000121001 (Penguji I)		12 Agustus 2021
3	Muhammad Yusuf, S.E., M.M NIP. 198906202020121006 (Penguji II)		16 Agustus 2021
4	Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si NIP. 196301191992032001 (Pembimbing 1)		09 Agustus 2021
5	Rvna Parlyna, MBA NIP.197701112008122003 (Pembimbing 2)		14 Agustus 2021
Nama : Salsabila Rifdah			
No. Registrasi : 1707617089			
Program Studi : Pendidikan Bisnis			
Tanggal Lulus : 30 Juli 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

mpus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si.**
NIP : 196301191992032001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : **Ryna Parlyna, M.B.A**
NIP : 197701112008122003
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Salsabila Rifdah
No. Registrasi : 1707617089
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek
Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan
Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai
Variabel Pemediasi

untuk mengikuti Sidang Skripsi.

Jakarta, 23 Juli 2021

Dosen Pembimbing I

Dra. Basrah Saidani, M.M., M.Si
NIP. 196301191992032001

Dosen Pembimbing II

Ryna Parlyna, MBA
NIP. 197701112008122003

Mengetahui,
Koord. Program Studi Pendidikan Bisnis

Ryna Parlyna, MBA.
NIP. 197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Salsabila Rifdah

NIM. 1707617089

ABSTRAK

SALSABILA RIFDAH. Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar di digitalisasi pada masyarakat Jabodetabek: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2021.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan, serta peran kepuasan pelanggan memediasi pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan surat kabar di era digitalisasi. Penelitian ini dilakukan di Jabodetabek. Penelitian dilakukan selama kurang lebih enam bulan terhitung sejak Januari 2021 hingga Juni 2021. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan *google form*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif disertai dengan analisis jalur. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembaca atau pelanggan surat kabar di Jabodetabek. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 200 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pembaca surat kabar. Citra merek dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra merek dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara positif dan signifikan mampu memediasi pengaruh citra merek dan promosi terhadap loyalitas pelanggan surat kabar.

Kata Kunci : Citra merek, Promosi, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

SALSABILA RIFDAH. The Role of Satisfaction Mediating the Effect of Brand Image and Promotion on Newspaper Customer Loyalty in digitizing the Jabodetabek community: Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2021. The purpose of this study was to determine how the influence of brand image and promotion on customer loyalty, and the role of customer satisfaction mediating the effect of brand image and promotion on newspaper customer loyalty in the digitalization era. This research was conducted in Jabodetabek. The research was conducted for approximately six months starting from January 2021 to June 2021. The research method used was a survey method by distributing questionnaires to respondents using a google form. The data used in this study is quantitative data accompanied by path analysis. The population used in this research is the readers or subscribers of newspapers in Jabodetabek. In taking the sample used purposive sampling technique as many as 200 respondents. The results showed that brand image has a positive and significant influence on customer satisfaction. Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. Brand image has a positive and significant influence on customer loyalty. Promotion has a positive and significant effect on customer loyalty. Customer satisfaction has a positive and significant influence on the loyalty of newspaper readers. Brand image and promotion together have a positive and significant influence on customer satisfaction. Brand image and promotion together have a positive and significant influence on customer loyalty. In addition, this study also shows that customer satisfaction is positively and significantly able to mediate the effect of brand image and promotion on newspaper customer loyalty.

Keywords : *Brand Image, Promotion, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat, hidayah dan karunianya Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Citra Merek dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Sabar Di Era Digitalisasi”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini Peneliti menyadari bahwa pembuatan dan penyusunan pada skripsi ini masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Basrah Saidani, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, saran, serta dukungan dalam membimbing peneliti untuk penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, waktu, dukungan serta saran kepada peneliti dalam penulisan skripsi ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
4. Dita Puruwita, S.Pd., M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
5. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Kedua orang tua yang tercinta, yaitu Bapak Mat Sasih dan Ibu Lismanah, serta kedua adik saya Dwi Tamara, Prita Kamelia yang telah mendukung dan menemani saya selama ini.
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2017 yang telah membantu Peneliti sehingga proposal ini dapat diselesaikan.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi kuesioner penelitian.

Peneliti menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih terdapat beberapa kekurangan baik dalam bentuk maupun isinya, oleh karena itu Peneliti sangat mengharapkan saran dan kritik dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini. Peneliti pun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta pemahaman.

Jakarta, Juli 2021



Peneliti