

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, SERVICE QUALITY, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN ULANG TIKET PESAWAT DI PT. SRIWIJAYA MEGA WISATA



**Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Studi
D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Puan Maharani
NIM 062240612773

Dosen Pembimbing:

Dr. Dra. Nurul Aryanti, M.Pd
NIP 196802181993032001

Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si.
NIP 198602262015042003

**D-IV USAHA PERJALANAN WISATA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

PENGARUH PROMOSI, SERVICE QUALITY, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN ULANG TIKET PESAWAT DI PT. SRIWIJAYA MEGA WISATA disusun oleh **Puñ Maharani (NIM 062240612773)** telah disetujui oleh pembimbing untuk dipertanggungjawabkan dalam **Seminar Skripsi**.

Pembimbing 1



Dr. Dra. Nurul Aryanti, M.Pd
NIP 196802181993032001

Pembimbing 2

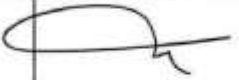
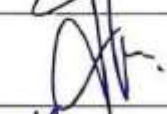


Yulia Pebrianti, S.E.L., M.Si.
NIP 198602262015042003

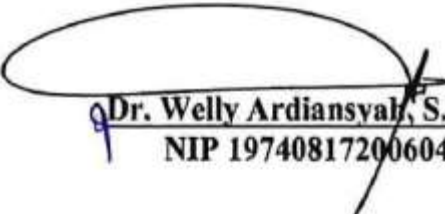
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi:

PENGARUH PROMOSI, SERVICE QUALITY, DAN BRAND IMAGE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN ULANG TIKET PESAWAT DI PT. SRIWIJAYA MEGA WISATA disusun oleh **Puan Maharani (NIM 062240612773)** telah dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi di hadapan dosen penguji pada _____, _____

	Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd. NIP 197408172006041001	
Anggota Penguji 1	Dr. Dra. Nurul Aryanti, M.Pd NIP 196802181993032001	
Anggota Penguji 2	Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par. NIP 199206082019032025	
Anggota Penguji 3	Wirda Ningsih, S.Pd., M.A. NIP 198812012022032001	

Disetujui oleh:
Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata
Politeknik Negeri Sriwijaya


Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd.
NIP 197408172006041001

PERNYATAAN BEBAS FLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Puan Maharani
NIM : 062240612773
Tahun Masuk : 2022
Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini tidak mengandung bagian apa pun dari karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi mana pun. Selain itu, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain/instansi, kecuali yang telah dikutip secara benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya dengan ini menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini bebas dari segala unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat pihak lain sebagai milik saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 17 Juni 2026



Puan Maharani
NIM 062240612773

PENGARUH PROMOSI, *SERVICE QUALITY* DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PEMBELIAN ULANG TIKET PESAWAT DI PT. SRIWIJAYA MEGA WISATA

Abstrak

Industri pariwisata mengalami perkembangan khusus nya di indonesia yang ditandai dengan peningkatan perjalanan wisatawan dan penggunaan transportasi udara. Hal ini menimbulkan persaingan bagi biro perjalanan wisata konvensional dengan hadirnya online travel agent. PT. Sriwijaya Mega Wisata, sebuah biro perjalanan konvensional yang bertindak sebagai agen tiket resmi bagi berbagai maskapai penerbangan di Palembang, mengalami penurunan jumlah pelanggan setia yang membeli tiket pesawat, dari 2.841 pada tahun 2023 menjadi 1.857 pada tahun 2025. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh promosi, mutu layanan, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan 100 responden dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi dengan SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan *service quality* sebagai variabel yang berhubungan dengan pemasukan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan *service quality* yang didukung promosi dan *brand image* yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Promosi, *Service quality*, *Brand image*, Loyalitas Pelanggan, Biro Perjalanan Wisata

THE INFLUENCE OF PROMOTION, SERVICE QUALITY, AND BRAND IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY IN AIRLINE TICKET REPEAT PURCHASES AT PT. SRIWIJAYA MEGA WISATA

Abstract

The tourism sector in Indonesia has experienced steady growth, as indicated by the increasing number of domestic and international tourist trips as well as the rising volume of air transportation passengers. This development creates both opportunities and challenges for conventional travel agencies, which must now compete with online travel agent platforms. PT. Sriwijaya Mega Wisata, a traditional travel agency that operates as an official ticket agent for several airlines in Palembang, has seen a decline in the number of airline tickets purchased by its loyal customers over the past three years, from 2,841 customers in 2023 to 1,857 customers in 2025. This phenomenon highlights the importance of examining the factors that influence customer loyalty, particularly promotion, service quality, and brand image. This research seeks to examine how these three variables influence customer loyalty, considering both their individual (partial) effects and their combined (simultaneous) effects. A quantitative explanatory research approach was employed at PT Sriwijaya Mega Wisata. The sample consisted of 100 respondents selected from a population of 1,857 active customers using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data was gathered using a Likert-scale questionnaire and then examined with validity and reliability checks, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination, all done using SPSS version 29. The findings indicate that promoting the business, providing good service, and having a strong brand image all help to build customer loyalty in a meaningful way. Among these factors, service quality has the biggest impact. These findings indicate that improving service quality, supported by consistent promotion and a strong brand image, is an effective strategy for enhancing customer loyalty in the highly competitive tourism industry.

Keywords: Promotion, Service quality, Brand image, Customer Loyalty, Travel Agency

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas seluruh rahmat, karunia, dan kemudahan yang telah diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi ketentuan kelulusan Program Studi D4 Usaha Perjalanan Wisata di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Penelitian ini mengkaji pengaruh promosi, service quality, dan brand image terhadap loyalitas pelanggan pada pembelian ulang tiket pesawat di PT. Sriwijaya Mega Wisata, dengan analisis menggunakan pendekatan kuantitatif serta teknik analisis regresi linear berganda. Data penelitian dihimpun melalui kuesioner skala Likert terhadap 100 responden yang merupakan pelanggan PT. Sriwijaya Mega Wisata yang pernah melakukan pembelian ulang tiket pesawat.

Penyusunan skripsi ini diharapkan mampu memberikan kontribusi, baik secara teoritis bagi pengembangan kajian pemasaran pariwisata maupun secara praktis bagi PT. Sriwijaya Mega Wisata dalam merumuskan strategi promosi, meningkatkan service quality, serta memperkuat brand image guna meningkatkan loyalitas pelanggan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, baik dalam aspek penyusunan, metode, maupun isi pembahasan. Karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan agar penelitian ini dapat disempurnakan pada masa mendatang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya di bidang manajemen pemasaran pariwisata.

Palembang, Juni 2026



Penulis

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
PERYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	IV
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan.....	6
1.5 Manfaat.....	6
BAB II	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Pengertian Promosi	11
2.2.2 Tujuan Promosi	12

2.2.3 Dimensi Promosi	13
2.3 <i>Service quality</i>	15
2.3.1 Pengertian <i>Service quality</i>	15
2.3.2 Dimensi <i>Service quality</i>	16
2.4 <i>Brand image</i>	18
2.4.1 Pengertian <i>Brand image</i>	18
2.4.2 Dimensi <i>Brand image</i>	20
2.5 Loyalitas Pelanggan.....	21
2.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	21
2.5.2 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	23
2.6 Hubungan Antar Variabel	24
2.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	24
2.6.2 Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	25
2.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	26
2.6.4 Pengaruh simultan antara Promosi, <i>Service quality</i> , <i>Brand image</i> , dan Loyalitas Pelanggan.	27
2.7 Kerangka berpikir	28
2.8 Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	33
3.1 Pendekatan Penelitian.....	33
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
3.3 Jenis dan sumber data.....	34
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.4.1 Populasi	35
3.4.2 Sampel.....	36
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	38
3.5.1 Kuesioner	38
3.6 Operasional Variabel	40
3.7 Teknik Analisis Data	41

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	41
3.7.2 Uji Instrumen Penelitian.....	42
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
3.7.4 Uji Hipotesis.....	48
3.7.5 Koefisien determinasi (R^2)	48
BAB IV	50
4.1 Gambaran Umum	50
4.2 Karakteristik Responden	50
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tiket	53
4.3 Hasil Analisis Data	54
4.3.1 Hasil Statistik Deskriptif	54
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	55
4.4.1 Uji Validitas	56
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.5 Uji Pengaruh.....	60
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
4.5.1 Uji T (Parsial).....	62
4.5.2 Uji F (Simultan).....	64
4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)	65
4.6 Pembahasan	65
4.6.1 Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan	66
4.6.2 Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	68
4.6.3 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	72
4.6.4 Pengaruh Simultan Promosi, <i>Service quality</i> , dan <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	74

BAB V	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	35
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Mega Wisata.....	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.	38
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Tiket. ...	55
Tabel 4.5 Kriteria Nilai Rata-rata (Mean).	56
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.	57
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service quality</i> (X2).....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand image</i> (X3).....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).	61
Tabel 4.11 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Seluruh Variabel.	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Variabel Penelitian.	63
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t (Parsial).....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji F (Simultan)	67
Tabel 4.16 Koefisien Determinasi	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data

Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan data

Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data

Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing I

Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing II

Lampiran 6 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I

Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II

Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi

Lampiran 9 Hasil Penyebaran Kuesioner

Lampiran 10 Hasil Olah Data Kuesioner SPSS

Lampiran 11 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner