

**PENGARUH *EVENT MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BRAND* IMPLORA
DI EVENT SOCIAL CHIC SURABAYA 2023**

SKRIPSI



Oleh :

SITI NURHALIZA
NPM. 20042010025

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2024

**PENGARUH *EVENT MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BRAND* IMPLORA
DI EVENT SOCIAL CHIC SURABAYA 2023**

SKRIPSI



Oleh :

SITI NURHALIZA
NPM. 20042010025

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *EVENT MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BRAND IMPLORA*
DI *EVENT SOCIAL CHIC SURABAYA 2023***


Disusun Oleh :

SITI NURHALIZA
NPM. 20042010025

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *EVENT MARKETING* DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA *BRAND* IMPLORA
DI EVENT SOCIAL CHIC SURABAYA 2023


Disusun Oleh :

SITI NURHALIZA
NPM. 20042010025

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 05 Maret 2024


Menyetujui :

PEMBIMBING UTAMA



Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP.196805011994032001

2. Sekretaris


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, S.Sos, M.Si
NIP. 197011012021211004

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catun Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Siti Nurhaliza
NIM : 20042010025
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Event Marketing* dan Promosi Terhadap
Kepuasan Pelanggan pada Brand Implora Di Event
Social Chic Surabaya 2023

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 12 Maret 2024

Yang Menyatakan



(Siti Nurhaliza)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah Swt., karena berkat rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan, dengan judul **“Pengaruh Event Marketing dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Brand Implora di Event Social Chic Surabaya 2023”**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak **Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.** selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dan membantu memberikan arahan, masukan serta meluangkan waktunya dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis banyak memperoleh dukungan dan bantuan maupun saran dari banyak pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos, MM, MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
4. Bapak/Ibu Penyelenggara Event Social Chic Surabaya 2023 dan manager *brand* implora yang memberikan perizinan/akses untuk melakukan penelitian dan lainnya.

5. Kedua Orang Tua Ayahanda Kusnan dan Ibunda Hidariwayati serta Kakak Dwi Retno M.S dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan Do'a dan dukungan sehingga dapat mengenyam pendidikan perguruan tinggi.
6. Seluruh teman-teman jurusan Administrasi Bisnis angkatan 2020 serta teman-teman bimbingan bapak yang telah memberikan semangat dan dukungan selalu dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
7. Sahabat kuliah anggota grup "7 Icons dan Ladies Cumlaude / LC Pride" terutama kepada Anindita dan Devi yang menemani perjalanan dari semester 1 "Mari kita selesaikan perkuliahan ini tapi tidak dengan pertemanan kita".
8. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, and I wanna thank me for just being me at all times.*

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran diharapkan dapat membangun dan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap kepada Allah SWT senantiasa memberikan berkah dan rahmat yang berlimpah bagi semua.

Surabaya, Maret 2024

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1 <i>Event Marketing</i>	14
2.2.2 Promosi.....	24
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	31
2.3. Kerangka Berpikir	36
2.4. Hipotesis	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1. Jenis Penelitian	39
3.2. Ruang Lingkup dan Lokasi Penelitian	40
3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	40

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampel	45
3.4.1. Populasi	45
3.4.2. Sampel	46
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1. Sumber Data	48
3.5.2. Pengumpulan Data	48
3.6. Teknik Analisis Data	49
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	49
3.6.1.1 Uji Validitas	49
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	50
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	50
3.6.2.1 Uji Normalitas	50
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	51
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	51
3.6.2.4 Autokorelasi	52
3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.6.4. Uji Hipotesis	54
3.6.4.1 Uji F (Simultan)	54
3.6.4.2 Uji t (Parsial)	55
3.6.5. Analisis Koefisien Determinan (R^2)	55
3.7. Waktu Penelitian	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Profil Perusahaan	57

4.1.2 Visi dan Misi	58
4.1.3 Logo Perusahaan PT Implora Sukses Abadi	58
4.2 Penyajian Data.....	59
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	63
4.3 Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 Uji Validitas	68
4.3.2 Uji Reliabilitas	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.3.3.1 Uji Normalitas	71
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	72
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.3.3.4 Uji Autokorelasi	74
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	75
4.3.5 Uji Hipotesis	77
4.3.5.1 Uji Simultan (Uji f)	77
4.3.5.2 Uji Parsial (Uji t)	78
4.3.5.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R ²).....	79
4.4 Pembahasan	80
4.4.1 Pengaruh <i>Event Marketing</i> dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan.....	81
4.4.2 Pengaruh <i>Event Marketing</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.4.3 Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	82
4.5 Matriks Penelitian.....	84

BAB V PENUTUP	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pasar kecantikan di Indonesia tahun 2018 hingga 2028	2
Gambar 2.1 Bagan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan.....	34
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	37
Gambar 3.1 Garis bilangan Perhitungan Uji Autokorelasi.....	53
Gambar 3.2 Analisis Jalur (Path Analysis)	54
Gambar 4.1 Logo Perusahaan PT Implora Sukses Abadi	58
Gambar 4.2 Uji Normalitas P Plot	72
Gambar 4.3 Grafik Uji Heteroskedastisitas	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Kosmetik Lokal Terpopuler di Indonesia.....	5
Tabel 2.1 Skala Likert.....	48
Tabel 2.2 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	56
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk ...	62
Tabel 4.6 Deskripsi <i>Event Marketing</i> (X1).....	64
Tabel 4.7 Deskripsi Promosi (X2).....	65
Tabel 4.8 Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y).....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Autokorelasi.....	75
Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	78
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	80
Tabel 4.18 Matriks Hasil Penelitian.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuesioner	91
Lampiran 2 Hasil Tanggapan Responden	95
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	103
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 5 Uji Regresi Linier Berganda.....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis secara simultan Uji f	109
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis secara parsial (Uji t)	109
Lampiran 8 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	110
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	110

ABSTRAK

Siti Nurhaliza, 20042010025, Pengaruh *Event Marketing* dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada *Brand Implora* Di Event Social Chic Surabaya 2023

Perkembangan Industri kecantikan di Indonesia saat ini sedang meningkat pesat. Produk kecantikan menjadi kebutuhan sehari-hari terutama bagi wanita sehingga banyak perusahaan kosmetik di Indonesia berlomba-lomba dalam menarik perhatian pelanggan. Salah satu perusahaan kosmetik yang menarik perhatian pelanggan yaitu PT Implora Sukses Abadi yang berdiri tahun 2004. PT Implora Sukses Abadi sendiri mampu mempertahankan penjualan kosmetik lokal melalui berbagai strategi yang dilakukan yaitu memasarkan produk melalui kegiatan *event*. *Event marketing* dan promosi yang dilakukan PT Implora Sukses Abadi untuk meningkatkan citra merek produk lokal agar lebih dikenal dan menarik perhatian pelanggan. Metode kuantitatif menjadi teknik dalam penelitian ini dengan total sampel yang diambil yaitu 100 responden pengunjung event social chic Surabaya 2023. Sampel yang diambil menggunakan teknik *Purposive sampling* dengan persyaratan tertentu dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil olah data menggunakan spss 25 pada uji F nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 93,667 > F_{tabel} 3,090$ maka dalam penelitian ini *Event Marketing* dan Promosi berkontribusi secara bersamaan pada kepuasan pelanggan di Event Social Chic Surabaya 2023.

Kata Kunci : *Event Marketing*, Promosi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Siti Nurhaliza, 20042010025, *The Influence Of Event Marketing And Promotion On Customer Satisfaction With The Implora Brand At The Event Social Chic Surabaya 2023*

The development of the beauty industry in Indonesia is currently increasing rapidly. Beauty products are a daily necessity, especially for women, so many cosmetic companies in Indonesia are competing to attract customers' attention. One of the cosmetic companies that attract customers' attention is PT Implora Sukses Abadi, which was established in 2004. PT Implora Sukses Abadi itself is able to maintain sales of local cosmetics through various strategies carried out, namely marketing products through event activities. Event marketing and promotions carried out by PT Implora Sukses Abadi to improve the brand image of local products to be better known and attract the attention of customers. In this study, the method used was quantitative with the sample used, namely 100 respondents who visited the Surabaya 2023 social chic event. The sampling technique used purposive sampling with certain criteria with data collection using a questionnaire. Based on the results of data processing using spss 25 in the F test, the sig value is 0.000 Ftabel 3.090, so in this study Event Marketing and Promotion have a significant effect simultaneously on Customer Satisfaction at the Social Chic Surabaya 2023 Event.

Keywords : Event Marketing, Promotion, Customer Satisfaction