

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN IKLAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN (Survey pada Pelanggan Starbucks Coffee di  
Jogja City Mall)**

**AZIZAH DWI KURNIAWATI**

**NPM : 141120213**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta**

**Email : niaa97@hotmail.com**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis apakah promosi penjualan dan iklan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian dilakukan pada Starbucks Coffee Jogja City Mall. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Oktober hingga bulan Desember 2015. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Starbucks coffee Jogja City Mall yang melakukan pembelian. Dari populasi ini akan ditarik sampel yang digunakan dalam penelitian sebagai responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah Purposive sample. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100. Metode analisis yang digunakan oleh penulis adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan dan iklan secara langsung mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Promosi Penjuala, Iklan, dan Loyalitas Pelanggan.