

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui promosi media sosial, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan pada Luxury Aquarium serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi media sosial dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi media sosial yang dilakukan atau yang diterapkan dapat dikatakan cukup baik karena Luxury Aquarium menggunakan promosi melalui bantuan sebuah media sosial karena pada saat ini konsumen cenderung melakukan pencarian informasi atau pembelian secara *online* atau melalui media sosial karena dianggap lebih efektif dan efisien karena dapat dilakukan kapan saja tetapi akun media sosial Luxury Aquarium tidak selalu memberikan informasi yang *up to date* sehingga para pelanggan merasa kesulitan untuk mencari informasi terbaru mengenai ikan yang dijual oleh Luxury Aquarium.

Pelayanan yang diberikan oleh Luxury Aquarium dapat dikatakan kurang berkualitas karena tidak semua karyawan mampu untuk memberikan informasi secara *detail* kepada para pelanggan mengenai ikan hias apa saja yang dijual oleh Luxury Aquarium sehingga seringkali pelanggan merasa kebingungan. Tetapi meskipun demikian, para pelanggan tetap loyal terhadap Luxury Aquarium karena mayoritas dari mereka selalu melakukan pembelian secara berkala sehingga para pelanggan dapat dikatakan loyal.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif-verifikatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen yang menjadi pelanggan Luxury Aquarium. Sampel diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara promosi media sosial terhadap loyalitas pelanggan pada Luxury Aquarium. Serta terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pelanggan pada Luxury Aquarium. Promosi media sosial dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Luxury Aquarium.

Kata Kunci: Promosi Media Sosial, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the promotion of social media, service quality and customer loyalty to Luxury Aquarium and to determine how much influence social media promotions and service quality have on customer loyalty. Social media promotion carried out or implemented can be said to be quite good because Luxury Aquarium uses promotion through the help of a social media because at this time consumers tend to conduct information searches or purchase online or through social media because they are considered more effective and efficient because they can be done at any time but the Luxury Aquarium social media account does not always provide up to date information so that customers find it difficult to find the latest information about the fish sold by the Luxury Aquarium. The services provided by Luxury Aquarium can be said to be of less quality because not all employees are able to provide detailed information to customers regarding any ornamental fish sold by the Luxury Aquarium so that customers often feel confused. But even so, customers remain loyal to Luxury Aquarium because the majority of them always make regular purchases so that customers can be said to be loyal. The research method used is descriptive-verification method. The sample used in this study is consumers who are Luxury Aquarium customers. Samples are obtained using accidental sampling techniques. Data processing is done by using multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis testing. Based on the results of the study it can be concluded that there is a significant influence between social media promotion on customer loyalty to the Luxury Aquarium. And there is a significant influence between service quality on customer loyalty to the Luxury Aquarium. Promotion of social media and service quality have a simultaneous effect on customer loyalty at the Luxury Aquarium.

Keywords: Promotion of Social Media, Service Quality and Customer Loyalty.