

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
KUALITAS LAYANAN DYANDRA GLOBAL
EDUTAINMENT TERHADAP KEPUASAN PENONTON
PADA ACARA KONSER MUSIK NCT DREAM DI
JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Administrasi Bisnis



OLEH :

ISDAYANTRI MAR'ATUS SHOLICHAH

NPM : 1122000129

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH *RELATIONSHIP MARKETING* DAN
KUALITAS LAYANAN DYANDRA GLOBAL
EDUTAINMENT TERHADAP KEPUASAN PENONTON
PADA ACARA KONSER MUSIK NCT DREAM DI
JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan Memenuhi Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Strata-1 Program Administrasi Bisnis**



OLEH :

ISDAYANTRI MAR'ATUS SHOLICHAH

NPM. : 1122000129

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Isdayantri Mar'atus Sholichah**


NBI : **1122000129**

Judul Skripsi : **Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan Dyandra Global Edutainment Terhadap Kepuasan Penonton Pada Acara Konser Musik NCT Dream di Jakarta.**

Surabaya, 04 Juli 2024

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.
NPP 20120870103

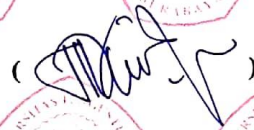

Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.
NPP 20120850032

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 04 Juli 2024.

DEWAN PENGUJI

1. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**
Ketua

()

2. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**
Anggota 1

()

3. **Drs. Agung Pudjiyanto, M.M.**
Anggota 2

()

Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP 20120870103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Isdayantri Mar'atus Sholichah

NIM : 1122000129

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh Relationship Marketing dan Kualitas Layanan
Dyandra Global Edutainment Terhadap Kepuasan Penonton
Pada Acara Konser Musik NCT Dream di Jakarta.

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/ atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi.

Surabaya, 07 Juli 2024

Yang Membuat Pernyataan



Isdayantri Mar'atus Sholichah



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : pcrpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Isdayantri Mar'atus Sholichah

NBI : 1122000129

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demikian perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

"Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan Dyandra Global Edutainment Terhadap Kepuasan Penonton Pada Acara Konser Musik NCT Dream di Jakarta"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 07 Juli 2024



LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, skripsi ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, karunia, dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Almarhum Papa (Iswandi) yang meskipun telah tiada dan tidak bersama penulis, namun semangat dan cinta kasih Papa selalu menjadi inspirasi dan sumber kekuatan dalam setiap perjuangan penulis. Semoga Papa tenang di sisi-Nya.

Mama (Juniah) tercinta yang dengan penuh cinta dan pengorbanan selalu memberikan dukungan moral, spiritual, dan materi. Terima kasih atas segala pengorbanan, do'a, kasih sayang, dan semangat yang Mama berikan kepada penulis.

Kedua kakakku (Mbak Vivi dan Mas Wahyu) dan kedua adikku (Icha dan Azca) yang selalu memberikan dukungan semangat, menjadi sumber kebahagiaan dan inspirasi serta menjadi contoh teladan yang baik.

Dosen pembimbing, Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. yang dengan sabar memberikan bimbingan, ilmu, dan nasihat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang diberikan.

Para dosen dan staf pengajar di Prodi Administrasi Bisnis dan Almamater tercinta Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi saya serta menjadi tempat menimba ilmu dan mengembangkan diri.

Responden serta fans NCT Dream yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penulis.

Sahabat-sahabatku (Bodrek, Pia, Shinta, Shalsa), ciwi-ciwi 129 seperjuangan selama kuliah (Indah, Pia, Dila) dan teman konser penulis

yang selalu ada dalam suka dan duka serta turut membantu ketika penulis dalam proses mengerjakan skripsi. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang kalian berikan.

My best partner 24/7 Pricha Olvian Dentatama yang selalu memberikan segala bantuan, waktu, support, dan kebaikan kepada penulis disaat masa sulit saat mengerjakan skripsi ini.

Idol-idol K-pop terutama 7DREAM (Mark Lee, Huang Renjun, Lee Jeno, Lee Haechan, Na Jaemin, Zhong Chenle, dan Park Jisung), DPR Ian, serta DAY6 (Park Sungjin, Kang Younghyun, Kim Wonpil, dan Yoon Dowoon) yang musik dan karya-karyanya selalu menjadi sumber inspirasi menulis skripsi dan semangat bagi penulis. Terima kasih telah memberikan kebahagiaan dan semangat melalui musik yang indah.

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 just being me at all times.

MOTTO

“I will no longer go full throttle. Instead, I will walk slowly, enjoying every steps of my journey. At my own pace, following my own rhythm.”

(Mark Lee of NCT)

“Don’t be afraid to fail. Be afraid not to try”

(Lee Haechan of NCT)

“You just have to little further. Your legs might hurt a little, but you can just endure it. You’re almost there.”

(YoungK of DAY6)

“The answer to life is a part of God we have yet to solve.”

(Kim Wonpil of DAY6)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *relationship marketing* dan kualitas layanan acara musik terhadap kepuasan penonton konser NCT Dream yang diselenggarakan oleh Dyandra Global Edutainment di Jakarta. Konser musik merupakan salah satu bentuk hiburan yang sangat digemari, terutama di kalangan penggemar K-pop. Kepuasan penonton menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan sebuah acara konser. *Relationship marketing* mencakup strategi dan upaya yang dilakukan untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan penonton, sementara kualitas layanan mencakup aspek-aspek seperti kenyamanan, keamanan, dan pengalaman keseluruhan yang diterima oleh penonton selama acara berlangsung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui *e*-kuesioner yang disebarakan kepada penonton konser NCT Dream. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel terhadap kepuasan penonton. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik variabel *relationship marketing* maupun variabel kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan penonton. Komunikasi yang efektif dan interaksi yang baik antara penyelenggara acara dan penonton dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas penonton. Fasilitas yang memadai, pelayanan yang nyaman dan aman selama konser berkontribusi secara signifikan terhadap kepuasan penonton. Keterkaitan dari temuan ini adalah pentingnya penyelenggara konser untuk terus meningkatkan strategi *relationship marketing* dan kualitas layanan guna memastikan kepuasan penonton yang lebih tinggi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan kehadiran pada acara-acara selanjutnya.

Kata Kunci : *Relationship Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Penonton.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Relationship Marketing and service quality on audience satisfaction at the NCT Dream music concert organized by Dyandra Global Edutainment in Jakarta. Music concerts are one of the most popular forms of entertainment, especially among K-Pop fans. Audience satisfaction is a crucial factor that determines the success of a concert event. Relationship marketing includes strategies and efforts made to build and maintain good relationships with the audience, while service quality includes aspects such as comfort, safety, and the overall experience received by the audience during the event. The research method used was quantitative by collecting data through e-questionnaires which were distributed to NCT Dream concert audiences. The data obtained was analyzed using multiple linear regression to determine how much influence each variable has on audience satisfaction. The result showed that both relationship marketing and service quality variable have a significant influence on audience satisfaction. Effective communication and good interaction between the event organizers and the audience can enhance loyalty and satisfaction. Adequate facilities, fast and friendly service, as well as a comfortable and safe atmosphere during the concert significantly contribute to audience satisfaction. The relevance of these findings is the importance of concert organizers continuing to improve relationship marketing strategies and service quality to ensure higher audience satisfaction, which in turn can increase loyalty and attendance at future events.

Keywords : *Relationship Marketing, Service Quality, and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Relationship Marketing* dan Kualitas Layanan Acara Musik Terhadap Kepuasan Penonton Konser NCT Dream di Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan dengan sabar selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan berbagai fasilitas dan dukungan selama masa studi.
3. Ibu Dra. Ni Made Ayu Ida Pratiwi, M.M. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis yang selalu memberikan dorongan dan semangat dalam menyelesaikan studi.
4. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan do'a, dukungan, dan motivasi yang tiada henti kepada penulis.
5. Teman-teman dan rekan seperjuangan prodi Administrasi Bisnis'20 atas kebersamaan, bantuan, dan dukungan moral selama masa studi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran dan *event management*.

Surabaya, 06 Juni 2024

Penulis,

Isdayantri Mar'atus Sholichah

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR GRAFIK	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	17

2.2.2	<i>Relationship Marketing</i>	21
2.2.3	Kualitas Layanan.....	24
2.2.4	Kepuasan Pelanggan	28
2.3	Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	30
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel	32
2.4.1	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Penonton....	32
2.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penonton	32
2.4.3	Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Penonton	33
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran.....	34
2.6	Hipotesis.....	34
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1	Rancangan Penelitian	36
3.2	Populasi dan Sampel	36
3.2.1	Populasi	36
3.2.2	Sampel.....	37
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	38
3.3.1	Skala Pengukuran.....	39
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	40
3.4	Jenis Data dan Sumber Data.....	41
3.4.1	Jenis Data	42
3.4.2	Sumber Data.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1	Uji Asumsi Klasik	43
3.6.2	Analisis Linier Berganda.....	45
3.6.3	Uji Hipotesis.....	46
BAB IV	49
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	49
4.1	Penyajian Data.....	49

4.1.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	49
4.1.2	Karakteristik Responden	51
4.1.3	Uji Instrumen.....	53
4.2	Tabulasi Data	55
4.2.1	Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	55
4.2.2	Tabulasi Data Variabel Kualitas Layanan (X2)	58
4.2.3	Tabulasi Data Variabel Kepuasan Penonton (Y).....	61
4.2.4	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1)	65
4.2.5	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Kualitas Layanan (X2)....	67
4.2.6	Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Kepuasan Penonton (Y) ..	69
4.3	Analisis Data	71
4.3.1	Uji Asumsi Klasik	71
4.3.2	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	75
4.3.3	Uji Hipotesis.....	76
4.4	Pembahasan.....	80
BAB V		87
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Rekomendasi.....	88
DAFTAR PUSTAKA		91
LAMPIRAN		95

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	12
------------	---------------------------	----

Tabel 2.3 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	31
Tabel 3. 1 Tabel Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 3. 2 Interval Rata-Rata Skor	40
Tabel 4.1 Domisili Responden	52
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 5 Hasil Tabulasi Data Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1) ...	55
Tabel 4. 6 Hasil Tabulasi Data Variabel Kualitas Layanan (X2).....	58
Tabel 4. 7 Hasil Tabulasi Data Variabel Kepuasan Penonton (Y)	61
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai <i>Mean</i> Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X1).....	65
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai <i>Mean</i> Variabel Kualitas Layanan (X2).....	67
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Responden dan Nilai <i>Mean</i> Variabel Kepuasan Penonton (Y).....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas <i>Relationship Marketing</i>	73
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas Kualitas Layanan	74
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji t	76
Tabel 4. 17 Hasil Uji F	78
Tabel 4. 18 Hasil Uji R ²	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Cuitan Salah Satu Penggemar Tentang Dyandra Global Edutainment.....	3
Gambar 1.2 Cuitan Salah Satu Penggemar	3
Gambar 1.3 Member NCT Dream berada di backstage.....	4
Gambar 1.4 Berita Konser NCT 127 di Jakarta dibubarkan	7
Gambar 2. 1 Model Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.1 Gedung Dyandra Global Edutainment.....	49
Gambar 4.2 Logo Dyandra Global Edutainment	50
Gambar 4.3 Model Histogram	71
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	73

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Diagram Jenis Kelamin.....	51
Grafik 4.2 Diagram Pekerjaan.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Kuesioner.....	96
Lampiran 2 Karakteristik Responden	100
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas.....	101
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	107
Lampiran 5 Model Histogram Normalitas.....	107
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	108
Lampiran 7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	108
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	109
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	109
Lampiran 10 Hasil Uji t (Parsial).....	110
Lampiran 11 Hasil Uji F (Simultan).....	110
Lampiran 12 Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	110
Lampiran 13 Bukti Penyebaran Kuisisioner Secara <i>Online</i>	111
Lampiran 14 Lembar Kartu Bimbingan	113
Lampiran 15 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	115
Lampiran 16 Surat Bebas Laboratorium.....	118
Lampiran 17 Surat Keterangan Turnitin.....	119
Lampiran 18 Hasil Turnitin	120