

ABSTRAK

E-Card Member adalah sebuah perpaduan layanan fasilitas yang ditawarkan oleh kartu keanggotaan dan aplikasi mobile. Menyadari tingginya jumlah pengguna *smartphone* termasuk para penonton film di Indonesia khususnya para pelanggan CGV Cinemas, fitur ini pun dianggap mampu memberikan solusi kemudahan penonton dalam melakukan transaksi pembelian tiket. CGV Cinemas memilih *E-Card Member* sebagai wadah promosi agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mampu mengikat para penggunanya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh promosi *E-Card Member* tersebut terhadap loyalitas pelanggan CGV Cinemas kota Bandung. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel promosi (X) sebagai variabel independen, sedangkan loyalitas pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai *sample* dan pengolahan data menggunakan *SPSS 22 For Windows* untuk mengukur uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier sederhana. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi *E-Card* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan CGV Cinemas BEC Mall Bandung. Dari analisis koefisien determinasi bahwa promosi *E-Card Member* CGV Cinemas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 45,6% sedangkan sisanya 54,4% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan sebaiknya CGV Cinemas mempertahankan maupun meningkatkan loyalitas pelanggan melalui *feedback* yang diberikan (promosi), harga yang bersaing, fasilitas, kenyamanan, dan keamanan agar mendapatkan pelanggan baru terutama mempertahankan pelanggan yang sudah loyal.

Kata kunci : promosi, *e-card*, dan loyalitas pelanggan