

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI
KENANGAN *THE AVENUE MERR* SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

ARLIN KHOZINATUD DURRIYAH

NPM. 19042010009

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

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI KENANGAN *THE AVENUE*
MERR SURABAYA**

Disusun oleh :

ARLIN KHOZINATUD DURRIYAH
NPM. 19042010009

Telah Disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



Dr. Cafur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KOPI KENANGAN *THE AVENUE***

MERR SURABAYA

Disusun oleh :

ARLIN KHOZINATUD DURRIYAH

NPM. 19042010009

**Telah Dipertahankan dihadapan dan diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 27 Maret 2023**

Menyetujui

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

TIM PENGUJI

1. Ketua



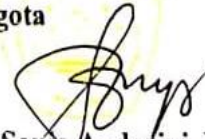
Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB
NIP. 198910302020121007

2. Sekretaris



Dr. Drs. Nurhadi, M.Si
NIP. 196902011994031001

3. Anggota



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 19680418202121

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arlin Khozinatud Durriyah

NPM : 19042010009

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

**Pengaruh Inovasi produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap
Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel
Intervening pada Kopi Kenangan *The Avenue Merrr* Surabaya**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya asli pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata I di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku
3. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku

Surabaya, 29 Maret 2023

Yang membuat pernyataan


Arlin Khozinatud Durriyah

NPM. 19042010009

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayat saya dapat menyelesaikan penelitian proposal ini yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening pada Kopi Kenangan *The Avenue MERR* Surabaya”**. Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan penelitian Proposal ini tidak akan berjalan dengan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih khususnya kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing penelitian proposal ini, yang telah bersedia memberikan masukan dan bimbingannya, sehingga terselesaikannya proposal ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian

skripsi ini.

5. Teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis khususnya angkatan 2019 yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Sahabat SMA dan SMP penulis yang selalu senantiasa memberikan segala macam dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Surabaya, Maret 2023

Penulis.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 <i>Latar Belakang Masalah</i>	<i>1</i>
1.2 <i>Rumusan Masalah</i>	<i>9</i>
1.3 <i>Tujuan Penelitian</i>	<i>10</i>
1.4 <i>Manfaat Penelitian</i>	<i>11</i>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 <i>Penelitian Terdahulu</i>	<i>12</i>
2.2 <i>Landasan Teori.....</i>	<i>18</i>
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	18
2.2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.1.3 Konsep Pemasaran	21
2.2.1.4 Tujuan Pemasaran	22
2.2.2 Inovasi Produk	24
2.2.2.1 Pengertian Inovasi Produk.....	24
2.2.2.2 Tipe Inovasi Produk	26
2.2.2.3 Indikator Inovasi produk	27
2.2.2.4 Tujuan Inovasi produk.....	27
2.2.3 Kualitas Pelayanan.....	28
2.2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	28
2.2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	29
2.2.4 Promosi	30
2.2.4.1 Pengertian Promosi.....	30
2.2.4.2 Jenis Promosi.....	32
2.2.4.3 Indikator Promosi	33
2.2.4.4 Tujuan Promosi	33
2.2.5 Kepuasan pelanggan	34
2.2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	34
2.2.5.2 Indikator kepuasan pelanggan	36
2.2.5.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan	36
2.2.6 Loyalitas pelanggan	38
2.2.6.1 Pengertian Loyalitas	38
2.2.6.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	39
2.2.6.3 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	40

2.3	<i>Kerangka Berpikir</i>	40
2.4	<i>Hipotesis</i>	43
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	<i>Jenis Penelitian</i>	44
3.2	<i>Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel</i>	45
3.2.1	<i>Definisi Operasional Variabel</i>	45
3.2.2	<i>Pengukuran Variabel</i>	48
3.3	<i>Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel</i>	49
3.3.1	<i>Populasi</i>	49
3.3.2	<i>Sampel</i>	50
3.3.3	<i>Teknik Penarikan Sampel</i>	51
3.4	<i>Teknik pengumpulan Data</i>	52
3.4.1	<i>Jenis Data</i>	52
3.4.2	<i>Sumber Data</i>	53
3.4.3	<i>Teknik Pengumpulan Data</i>	53
3.5	<i>Teknik Analisis Data</i>	54
3.6	<i>Model Analisis Data</i>	54
3.7	<i>Langkah Analisis PLS</i>	58
3.8	<i>Waktu penelitian</i>	59
BAB IV PEMBAHASAN		61
4.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data</i>	61
4.1.1	<i>Gambaran Umum Objek Penelitian</i>	61
4.1.1.1	<i>Visi dan Misi Perusahaan</i>	62
4.1.1.2	<i>Logo Perusahaan</i>	62
4.1.2	<i>Deskripsi Hasil Penelitian</i>	63
4.1.2.1	<i>Deskriptif Karakteristik Responden</i>	63
4.1.2.2	<i>Deskripsi Variabel Penelitian</i>	67
4.1.3	<i>Analisis PLS-SEM</i>	84
4.1.3.1	<i>Analisis Model Pengukuran (Outer Model)</i>	84
4.1.3.2	<i>Analisis Model Struktural (Inner Model)</i>	89
4.2	<i>Pembahasan Hasil Penelitian</i>	97
4.2.1	<i>Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan</i>	97
4.2.2	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan</i>	98
4.2.3	<i>Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan</i>	99
4.2.4	<i>Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	100
4.2.5	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	102
4.2.6	<i>Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	103
4.2.7	<i>Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan</i>	104
4.3	<i>Kendala dalam Penelitian</i>	105
4.4	<i>Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu</i>	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		110
5.1	<i>Kesimpulan</i>	110
5.2	<i>Saran</i>	111
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN		118

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award Kedai Kopi 2022	7
Tabel 3. 1 Bobot Skala Pengukuran	49
Tabel 3. 2 Skala Likert.	54
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	65
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden.....	66
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Penghasilan Perbulan.....	66
Tabel 4. 5 Analisis Deskripsi Variabel Inovasi Produk (X1).....	68
Tabel 4. 6 Analisis Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	72
Tabel 4. 7 Analisis Deskripsi Variabel Promosi (X3).....	75
Tabel 4. 8 Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Z).....	78
Tabel 4. 9 Analisis Deskripsi Loyalitas Pelanggan (Y)	81
Tabel 4. 10 Hasil Outer Loading Melalui Uji PLS Algorithm.....	84
Tabel 4. 11 Hasil Average Variance Extracted (AVE) Melalui Uji Pls Algorithm	86
Tabel 4. 12 Hasil Cross Loading Melalui Uji Pls Algorithm.....	87
Tabel 4. 13 Composite Reliability	89
Tabel 4. 14 Hasil R Square (R ²)	90
Tabel 4. 15 Path Coefficients Melalui Uji Bootstraping.....	91
Tabel 4. 16 Indirect effects Melalui Uji Bootstraping	95
Tabel 4. 17 Perbandingan Hasil Penelitian dengan Penelitian Terdahulu	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi Kopi di Indonesia Tahun 2017-2021	4
Gambar 1. 2 Konsumsi Kopi Dosmetik di Indonesia periode 2014-2019 (ICO).....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 4. 1 Logo Kopi Kenangan	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	118
Lampiran 2 Karakteristik Responden	125
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	129
Lampiran 4 Outer Loading.....	132
Lampiran 5 Composite Reliability dan AVE	133
Lampiran 6 Cross Loading.....	133
Lampiran 7 Nilai R-Square	134
Lampiran 8 Nilai Path Coefficients	134
Lampiran 9 Nilai Indirect Effect.....	134

ABSTRAK

ARLIN KHOZINATUD DURRIYAH, 19042010009, PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN PELANGGAN PADA KOPI KENANGAN *THE AVENUE MERR* SURABAYA.

Setiap perusahaan saat ini dituntut menciptakan kepuasan pada pelanggan karena kepuasan hal yang penting guna perusahaan dapat bertahan dalam persaingan perusahaan atau bisnis yang semakin ketat ini. Dengan adanya kepuasan pada pelanggan dapat menyebabkan munculnya loyalitas pada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software SmartPLS 3.0 untuk menguji hubungan antar variabel. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang membeli dan mengonsumsi Kopi Kenangan *The Avenue MERR* Surabaya. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik penarikan sampel menggunakan teknik accidental dengan melakukan pengumpulan data diperoleh berasal dari penyebaran kuisioner dengan menggunakan google forms. Diketahui hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kopi kenangan *The Avenue MERR* Surabaya. dan Inovasi produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi kenangan *The Avenue MERR* Surabaya. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Kopi Kenangan *The Avenue MERR* Surabaya

Kata Kunci : Inovasi produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

ARLIN KHOZINATUD DURRIYAH, 19042010009, THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, SERVICE QUALITY, AND PROMOTION ON CUSTOMER SATISFACTION IN KENANGAN COFFE THE AVENUE MERR SURABAYA

Every company is currently required to create customer satisfaction because satisfaction is important for companies to survive in this increasingly fierce corporate or business competition. The existence of customer satisfaction can lead to the emergence of customer loyalty. This study aims to determine and analyze the effect of product innovation, service quality, and promotion on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable. This type of research is quantitative research. The method used in this study uses Partial Least Square (PLS) analysis using SmartPLS 3.0 software to examine the relationship between variables. The population in this study are customers who buy and consume Kopi Kenangan The Avenue MERR Surabaya. The number of samples in this study amounted to 100 respondents. The sampling technique uses an accidental technique by collecting data obtained from distributing questionnaires using Google Forms. It is known the results of this study indicate that product innovation, service quality, and promotion have a positive and significant impact on customer satisfaction at The Avenue MERR Surabaya memorable coffee. and product innovation, service quality, and promotions have a positive and significant impact on customer loyalty at the Memories of The Avenue MERR Surabaya. And customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at Kopi Kenangan The Avenue MERR Surabaya

Keywords: Product innovation, Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty