

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABLE INTERVENING**

(STUDI KASUS : KRIPIK BALADO CHRISTINE HAKIM)



DISUSUN OLEH :
ESEN ANDREAS TAMPUBOLON
NMP: 1710011211133

Dosen Pebimbing : Dahliana Kamener, BS., MBA., Ph.D

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Falkatas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Esen Andreas Tampubolon
Npm : 1710011211133
Program Studi : Strata Satu (S1)
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap
Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen
Sebagai Variabel Intervening. Studi Kasus : Kripik
Balado Christine Hakim

Telah disetujui Skripsi sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman
yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif
pada hari **Sabtu, 23 Juli 2022**

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dahliana Kamener, B.S.,MBA.,Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Eriyati Pehrina Harahap, SE.,M.si

ANALYSIS OF THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND PRICE ON CONSUMER LOYALTY WITH CONSUMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE

(STUDI KASUS : KRIPIK BALADO CHRISTINE HAKIM)

Esen Andreas¹,Dahliana Kamener²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bunghatta
E-mail :esenandreas@unib.bogor.ac.id, dahlianakamener@gmail.com,

Abstract.

This study aims to determine how much influence product innovation and price have on consumer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable in kripik balado Christine Hakim. Qualitative analysis techniques were used to test seven hypotheses through a survey using a five-point Likert scale. The sampling technique in this research is non purposive sampling. Data were obtained from 100 respondents who bought kripik balado Christine Hakim. Giving Questionnaire is directly used to collect data. The influence between the determinants was analyzed using SmartPLS 3 software. The results showed that product innovation had a positive effect on consumer loyalty. price has a positive effect on consumer loyalty. product innovation does not have a positive effect on consumer satisfaction. price has a positive effect on consumer satisfaction. Consumer satisfaction does not have a positive effect on consumer loyalty. consumer satisfaction has no effect in mediating the relationship between product innovation and consumer loyalty. consumer satisfaction has no effect in mediating the relationship between price and consumer loyalty.

Keywords: product innovation, price, consumer satisfaction, consumer loyalty, smartPLS3, second- order constructs

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABLE INTERVENING
(STUDI KASUS : KRIPIK BALADO CHRISTINE HAKIM)**

Esen Andreas¹,Dahliana Kamener²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bunghatta

E-mail :esenandrestampubolon99@gmail.com, dahlianakamener@gmail.com,

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk dan harga terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada kripik balado Christine Hakim. Teknik analisis kualitatif digunakan untuk menguji tujuh hipotesis melalui survei yang menggunakan skala likert lima poin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non purposive sampling. Data diperoleh dari 100 responden yang membeli produk kripik balado Christine Hakim. Memberikan Kuisioner secara langsung digunakan untuk mengumpulkan data. Pengaruh antara faktor-faktor penentu dianalisis menggunakan software SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. harga berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. inovasi produk tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen. kepuasan konsumen tidak berpengaruh dalam memediasi hubungan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen. kepuasan konsumen tidak berpengaruh dalam memediasi hubungan harga terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: inovasi produk, harga, kepuasan konsumen,loyalitas konsumen, smartPLS3, second-order constructs

DAFTAR ISI

Abstrak.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Latar Belakang Masalah	1
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Kesimpulan Bab I	11
BAB II KAJIAN LITERATUL DAN HIPOTESIS.....	12
2.1 Pendahuluan.....	12
2.2 Kajian Literatur	12
2.2.1 Loyalitas Konsumen	12
2.2.2 Inovasi Produk	15
2.2.3 Harga.....	18
2.2.4 Kepuasan Konsumen	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	23
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Konsumen.....	24
2.3.3 Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	25
2.3.4 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.....	26
2.3.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Konsumen.....	27
2.3.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Antara Inovasi Produk Dengan Loyalitas konsumen	29
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervenin Antara Harga Dengan Loyalitas konsumen	30
2.4 Kerangka Konseptual.....	31
2.5 Kesimpulan BAB II	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Pendahuluan.....	33

3.2 Objek Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	35
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6 Identifikasi Variabel.....	37
3.7 Defenisi Operasional Variabel	38
3.8 Skala Pengukuran Data dan Kisi-Kisi Instrumen.....	40
3.9 Metode Analisis	41
3.10 Kesimpulan BAB III	46
BAB IV HASIL PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskriptif Responden.....	48
4.2 Analisis Deskriptif	50
4.3 Analisis Structural Equation Model (SEM)	56
4.4 Analisis Pengujian R ²	65
4.5 Structural Model Assessment.....	66
4.6 Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.3 Implikasi Penelitian	74
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	75
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	40
Tabel 3.2 Parameter Uji Validitas.....	42
Tabel 3.3 Kriteria Jawaban Responden	44
Tabel 4.1 Karakteristik Respon Penelitian.....	48
Tabel 4.2 Deskriptif Inovasi Produk.....	51
Tabel 4.3 Deskriptif Harga	52
Tabel 4.4 Deskriptif Kepuasan Konsumen	53
Tabel 4.5 Deskriptif Loyalitas Konsumen	55
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas I Loyalitas Konsumen.....	57
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas II Loyalitas Konsumen.....	58
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas I Kepuasan Konsumen	59
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas II Kepuasan Konsumen.....	60
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas I Harga	60
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas I Inovasi Produk.....	61
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas II Inovasi Produk.....	62
Tabel 4.13 Fornel Lacker Criterion	63
Tabel 4.14 Hasil pengujian Cross Loading.....	64
Tabel 4.15 Hasil Pengujian R-square.....	65
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 4.1 Model Struktual	67