

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING PADA SUSHI TEI
DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Olch :

RACHELIA ANGEL MELIANA

NPM: 20420146

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Rachelia Angel Meliana
NPM : 20420146
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Sushi Tei di Kota Surabaya ”** bukan merupakan plagiasi atau saduran dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 25 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Rachelia Angel Meliana
NPM. 20420146

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SUSHI TEI DI KOTA SURABAYA**

Diajukan oleh:

RACHELIA ANGEL MELIANA
NPM 20420146

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIBING



Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M.SI.
NIK/NIP. 8980-ET

Tanggal, 18 Juli 2024

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.
NIK/NIP. 09420-ET

Tanggal, 19 Juli 2024

SKRIPSI
PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA SUSHI TEI DI KOTA SURABAYA

Diajukan oleh:

RACHELIA ANGEL MELIANA
NPM 20420146

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama




Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE, M, SI.

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM.



Djojo Dihardio, SE., MM., M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 24 Agustus 2024



Dr. Adrianto Trimarjono, SE, MM
Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Sushi Tei Di Kota Surabaya”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Manajemen di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, dorongan, dan bimbingan yang ditunjukkan kepada saya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada Yth :

1. Bapak Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp.THT-KL(K), FICS, selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM., MAK., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
4. Ibu Dewi Nuraini, SE.,M.SM selaku Dosen Wali Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
5. Ibu Dr. Dwi Bhakti Iriantini, SE,M.Si.selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, kritik dan saran dalam proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan sangat baik.

6. Ibu Husni Indrawati selaku Dosen Interpretasi SPSS yang telah memberikan arahan dan saran dengan sabar dalam proses penyusunan skripsi supaya terselesaikan dengan baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama proses perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
8. Seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma yang telah membantu menyampaikan informasi kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Kepada Bapak Erwanto dan Ibu Krisnawati yaitu bapak dan ibu kandung saya yang telah membiayai kuliah dari awal hingga selesai dan dapat memberikan perhatian dan kasih sayangnya sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
10. Sahabat – sahabatku tercinta Terutama Tiara Intan Yolanda yang telah memberikan support dan saling membantu satu sama lain dalam memberikan saran sehingga skripsi ini terselesaikan.
11. Kepada Bripda David Endyano Saputra, yang telah membantu mendoakan dan memberi semangat setiap hari dalam proses pengerjaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Perusahaan Waralaba	12
2.1.2 Konsep Inovasi produk	12
2.1.2.1 Produk	12
2.1.2.2 Definisi Inovasi Produk	17
2.1.2.3 Jenis-Jenis Inovasi Produk	18
2.1.2.4 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk	19
2.1.2.5 Indikator Inovasi Produk	20
2.1.3 Konsep Loyalitas Konsumen	21
2.1.3.1 Definisi Loyalitas Konsumen	21
2.1.3.2 Indikator Loyalitas Konsumen	23
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	26

2.1.4	Definisi Kepuasan Konsumen	27
2.1.4.1	Dimensi-Dimensi Kepuasan Konsumen	31
2.1.4.2	Indikator Kepuasan konsumen	33
2.1.5	Perilaku Konsumen	36
2.2	Penelitian terdahulu	36
2.2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	37
2.2.2	Persamaan & Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan saat ini.....	41
2.2.2.1	Judul Penelitian Terdahulu.....	41
2.2.2.2	Judul Penelitian Terdahulu.....	42
2.2.2.3	Judul Penelitian Terdahulu.....	43
2.2.2.4	Judul Penelitian Terdahulu.....	43
2.3	Hipotesis dan Model Analisis	44
2.3.1	Hipotesis	44
2.3.2	Model Analisis	46
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Pendekatan Penelitian	49
3.2	Populasi dan Sampel	50
3.2.1	Populasi	50
3.2.2	Sampel	50
3.3	Identifikasi Variabel.....	52
3.3.1	Variabel Bebas (X).....	52
3.3.2	Variabel Mediasi (Z)	52
3.3.3	Variabel Terikat (Y)	52
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	52
3.5	Jenis dan Sumber Data	54
3.5.1	Jenis Data	54
3.5.2	Sumber Data	55
3.6	Prosedur Pengumpulan Data	55
3.7	Teknik Analisis	58
3.7.1	Uji Validitas	58

3.7.2	Uji Reliabilitas.....	58
3.7.3	Regresi Linear Berganda	59
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	60
3.7.5	Koefisien Determinasi Berganda (R ²)	62
3.7.6	Uji Hipotesis.....	63
3.7.7	Skala Likert	63
3.7.8	Uji F atau Uji Signifikaan Persamaan	65
3.7.8.1	Uji t.....	66
3.7.8.2	Uji Variabel Dominan	67
3.7.9	Uji Pengaruh Mediasi (Path Analysis)	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		69
4.1	Gambaran Umum Penelitian	70
4.1.1	Sejarah Singkat Sushi Tei.....	70
4.1.2	Visi & Misi Sushi Tei.....	72
4.1.2.1	Visi Sushi Tei	72
4.1.2.2	Misi Sushi Tei	72
4.1.3	Produk & Layanan Sushi Tei	73
4.1.3.1	Produk Sushi Tei	73
4.1.3.2	Layanan Sushi Tei.....	74
4.1.4	Lokasi Outlet Sushi Tei di Kota Surabaya	75
4.2	Hasil Penelitian	76
4.2.1	Karakteristik Responden	76
4.2.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	76
4.2.2	Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian.....	79
4.2.2.1	Analisa Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X1)	80
4.2.2.2	Analisa Responden Terhadap Kepuasan Konsumen (Z)	83
4.2.2.3	Analisa Responden Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)	86
4.3	Hasil Analisis Data.....	90

4.3.1	Uji Instrumen.....	90
4.3.1.1	Uji Validitas	90
4.3.1.2	Uji Reliabilitas.....	92
4.3.2	Uji Hipotesis.....	92
4.3.2.1	Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	92
4.3.2.2	Uji T	94
4.3.2.3	Uji Path Analysis (Uji Analisis Jalur).....	95
4.4	Pembahasan.....	100
4.4.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen ...	100
4.4.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen	101
4.4.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	101
4.4.4	Pengaruh Inovasi Produk (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z)	102
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		103
5.1	Kesimpulan.....	104
5.2	Saran.....	105
5.3	Keterbatasan Penelitian	106
DAFTAR PUSTAKA		108
LAMPIRAN.....		110

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian tertulis ini adalah untuk menguji bagaimana inovasi produk Sushi Tei di Kota Surabaya memengaruhi loyalitas pelanggan dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, penelitian tertulis di Sushi Tei di Kota Surabaya berupaya untuk memastikan dampak inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan. Dalam kerangka pemasaran kontemporer, penelitian tertulis mengeksplorasi hubungan antara inovasi produk, kepuasan pelanggan, dan loyalitas produk. Melalui kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, inovasi produk dianggap sebagai komponen penting yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Gagasan kepuasan pelanggan fungsinya sebagai variabel mediasi pada penelitian tertulis, yang menghubungkan inovasi produk dan loyalitas produk. Hasil ini memiliki konsekuensi manajerial yang menekankan betapa pentingnya strategi inovasi berkelanjutan untuk mempertahankan dan menumbuhkan loyalitas konsumen. Penelitian yang disusun menambah pengetahuan mengenai hubungan antara inovasi produk, kebahagiaan pelanggan, dan loyalitas produk. Ini juga membantu praktisi membuat rencana pemasaran yang bekerja dengan baik dan meningkatkan produktivitas perusahaan mereka. Dengan menggunakan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening, penelitian tertulis di restoran Sushi Tei di Kota Surabaya berusaha dalam memahami bagaimana inovasi produk memengaruhi loyalitas produk. Tiga puluh orang menerima kuesioner sebagai bagian dari metodologi survei.

Kata kunci: Inovasi Produk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

ABSTRACT

The purpose of this written research is to examine how Sushi Tei product innovation in the city of Surabaya influences customer loyalty by using customer satisfaction as an intervening variable. With customer satisfaction as an intervening variable, written research at Sushi Tei in Surabaya City seeks to ascertain the impact of product innovation on customer loyalty. Within a contemporary marketing framework, written research explores the relationship between product innovation, customer satisfaction, and product loyalty. Through higher customer satisfaction, product innovation is considered an important component that can increase customer loyalty. The notion of customer satisfaction functions as a mediating variable in written research, linking product innovation and product loyalty. These results have managerial consequences that emphasize how important sustainable innovation strategies are to maintain and grow consumer loyalty. The research compiled increases knowledge regarding the relationship between product innovation, customer happiness and product loyalty. It also helps practitioners create marketing plans that work well and increase their company's productivity. By using customer satisfaction as an intervening variable, written research at the Sushi Tei restaurant in Surabaya City seeks to understand how product innovation influences product loyalty. Thirty people received a questionnaire as part of the survey methodology.

Keywords: Product Innovation, customer satisfaction, customer loyalty