

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CV. ERA
PUTRA JAYA DI KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK
(KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI)**

SKRIPSI

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



Diajukan oleh :

EKY WAHYU FIBRIAN

NPM : 15420063

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CV. ERA
PUTRA JAYA DI KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK
(KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI)**

SKRIPSI

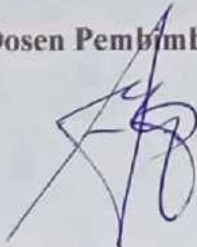
Diajukan Oleh :

EKY WAHYU FIBRIAN

NPM : 15420063

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

Dosen Pembimbing,



DJOJO DIHARDJO, SE., MM. MAk

Tanggal, 12 Juli 2021

Ketua Program Studi,



Dr. KRISTININGSIH, SE., M.Si

Tanggal, 12 Juli 2021

**HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI**

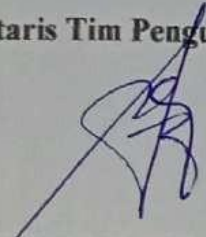
**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PROMOSI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA CV. ERA
PUTRA JAYA DI KECAMATAN DRIYOREJO KABUPATEN GRESIK
(KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI)
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Dalam
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)**

Diajukan Oleh :

EKY WAHYU FIBRIAN
NPM : 15420063

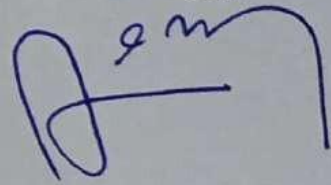
Susunan Dewan Penguji

Sekretaris Tim Penguji / Pembimbing



DJOJO DIHARDJO, SE., MM. MAK

Ketua Tim Penguji



**Drs. Ec Gimanto Gunawan,
MM, M.AK**

Anggota Tim Penguji



**Adrianto trimarjono, SE,
MM**

**Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Tanggal : 02 Agustus 2021**



Dr. Kristiningsih, S.E., M.Si
Ketua Program Studi

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021**

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : EKY WAHYU FIBRIAN
NPM : 15420063
Alamat : BANJAR MLATI GG TEMBUSAN RT.06 RW
03,
KELURAHAN JERUK SURABAYA
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS UWKS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

"Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Era Putra Jaya (Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi)" adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 12 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,



(EKY WAHYU FIBRIAN)
NPM : 15420063

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan segala puja dan puji syukur atas kehadiran Allah Subbhanahuwataala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Konsumen Pada CV. Era Putra Jaya (Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi)”.

Penulisan skripsi ini selain mempunyai maksud dan tujuan untuk menerapkan sebagian ilmu pengetahuan yang penulis terima selama masa perkuliahan, juga untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna karena terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Walaupun demikian penulis tetap berharap bahwa kelemahan dan kekurangan yang ada tidak mengurangi arti penulisan skripsi ini.

Atas tersusunnya skripsi ini, penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. H. Sri Harmadji, dr. Sp. THT-LK(K) selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Drs. Gimanto Gunawan, MM.M.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Dr. Kristiningsih, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UWKS serta dewan penguji.
4. Bapak Djojo Dihadjo, SE. MM. MAk Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing saya sejak awal sampai dengan terselesaikannya skripsi ini.

5. Bapak Djojo Dihadjo, SE. MM. MAk selaku dosen wali yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sejak awal perkuliahan di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
6. Bapak dan Ibu Dosen semua beserta staff yang telah memberikan bekal selama saya menuntut ilmu di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
7. Ayah, Ibu dan adik – adik tercinta yang tidak pernah ada bosannya memberikan semangat mulai awal perkuliahan
8. Teman teman seangkatan yang tercinta atas dukungannya dan semangatnya yang tak henti – hentinya.
9. Terima kasih sebanyak – banyak untuk pelanggan yang telah mempercayakan renovasi rumah di CV. Era Putra Jaya dan bersedia mengisi kuesioner
10. Tak lupa terima kasih sebesar - besarnya untuk sahabat dan teman – teman yang saya sayangi atas saran, semangat, dukungan dan motivasinya. Pada akhirnya penulis mengharapkan agar skripsi ini bermanfaat bagi penelitian dan semua pihak yang berkepentingan.

Surabaya, 12 Juli 2021

Penulis,



EKY WAHYU FIBRIAN

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
Bab I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
<i>Bab II. TELAAH PUSTAKA.....</i>	<i>8</i>
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pemasaran Jasa.....	8
2.1.2 Kualitas Pelayanann.....	10
2.1.2.1. Pengertian kualitas Pelayanan.....	10
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.3. Inovasi Produk.....	12
2.1.4. Promosi.....	13
2.1.5. Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.6. Loyalitas Kosumen.....	20
2.1.7. Hubungan Variabel Yang Digunakan.....	26
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	30

2.3. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	33
2.3.1. Hipotesis.....	33
2.3.2. Model Analisis.....	34
Bab III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Pendekatan penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi.....	36
3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Identifikasi Variabel.....	38
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.1. Definisi Operasional Variabel.....	38
3.4.2. Variabel Terikat.....	39
3.4.3. Variabel Mediasi.....	39
3.4.4. Variabel tidak terikat	40
3.5. Jenis dan Sumber Data	41
3.6. Prosedur Pengumpulan Data.....	42
3.7. Tehnik Analisis.....	43
Bab IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	46
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	47
4.2.1. Karakteristik Responden.....	47
4.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.2.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	53
4.3. Pengujian Hipotesis.....	55
4.3.1. Pengujian Hipotesis Pertama.....	55
4.3.2. Pengujian Hipotesis Kedua	57
4.3.3. Pengujian Hipotesis Ketiga	59
4.4. Pembahasan.....	64

Bab V. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....	66
5.1. Simpulan.....	66
5.2. Saran.....	67
5.3. Keterbatasan.....	68

DAFTAR TABEL

TABEL HALAMAN

4.1. Karakteristik Responde.....	49
4.2. Kategori Rata – Rata Jawaban Responden.....	50
4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi Produk (X_1).....	51
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	51
4.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X_3).....	52
4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	52
4.7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	53
4.8. Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data	54
4.9. Coeficients Pengaruh Langsung Inovasi Produk, Kualitas Layanan, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	56
4.10. Coeficients Pengaruh Langsung Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	58
4.11. Coeficients Pengaruh Tidak Langsung Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Mediasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	60

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR HALAMAN

2.1. Model Analisis.....	31
2.2. Kerangka Pemikiran	34
4.1. Struktur Satu Jalur Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
4.2. Struktur Satu Jalur Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen.....	59
4.3. Struktur Dua Jalur Inovasi Produk, Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Mediasi.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Input Data SPSS

Lampiran 3 : Output Data SPSS

Lampiran 4 : Tabel F, Tabel t dan Tabel r

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada CV. Era Putra Jaya. Berdasarkan hasil jawaban 71 pelanggan yang didukung dengan perhitungan *Path Analysis* diketahui bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan pengaruh langsung. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa inovasi produk (X_1) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) tanpa melalui tercapainya kepuasan konsumen (Z). Variabel kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan melalui tercapainya kepuasan konsumen (Z) dengan nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Variabel promosi (X_3) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y) dengan melalui tercapainya kepuasan konsumen (Z) dengan nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh langsung. Sehingga secara keseluruhan hanya ada dua variabel saja yaitu kualitas layanan dan promosi yang harus menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi untuk dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap terbentuknya loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi, Loyalitas, Kepuasan CV. Era Putra Jaya.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Product Innovation, Service Quality and Promotion on consumer loyalty through consumer satisfaction as a mediating variable in CV. Era Putra Jaya. Based on the results of 71 customers' answers which are supported by Path Analysis calculations, it is known that the value of the indirect effect is smaller than the direct effect. This also shows that product innovation (X1) has an effect on consumer loyalty (Y) without achieving customer satisfaction (Z). The service quality variable (X2) has an effect on consumer loyalty (Y) through the achievement of customer satisfaction (Z) with the indirect influence value being greater than the direct influence. The promotion variable (X3) has an effect on consumer loyalty (Y) through the achievement of consumer satisfaction (Z) with the indirect influence value being greater than the direct influence. So overall there are only two variables, namely service quality and promotion which must use consumer satisfaction as a mediating variable to be able to explain its influence on the formation of consumer loyalty.

Keywords: Product Innovation, Service Quality and Promotion, Satisfacation, Loyalty, CV. Era Putra Jaya