

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur)

***EFFECT OF PRODUCT INNOVATION TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION AND THE IMPACT ON CONSUMER LOYALTY***

(A Case Study of Customers of the GrabFood at East Jakarta)

Oleh Dennis Achmad

Mahasiswa

2016410075

SKRIPSI

**Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen
pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2020

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur)

***EFFECT OF PRODUCT INNOVATION TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION AND THE IMPACT ON CONSUMER LOYALTY***

(A Case Study of Customers of the GrabFood at East Jakarta)

Oleh Dennis Achmad

Mahasiswa

2016410075

SKRIPSI

**Untuk memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen
pada Universitas Darma Persada**



PROGRAM SARJANA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2020

LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dennis Achmad

Nim : 2016410075

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur)**, yang dibimbing oleh Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun menyalin sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Jakarta, 30 Juli 2020

Dennis Achmad

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dennis Achmad

Nim : 2016410075

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya ditulis dengan judul **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur)**. Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi.



Jakarta, 3 Agustus 2020

Mengetahui,

Menyetujui,

Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen

Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M.

Dosen Pembimbing

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada Konsumen GrabFood di Jakarta Timur)

***EFFECT OF PRODUCT INNOVATION TOWARDS CUSTOMER
SATISFACTION AND THE IMPACT ON CONSUMER LOYALTY***

(A Case Study of Customers of the GrabFood at East Jakarta)



Oleh
Dennis Achmad
2016410075

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada

Telah disetujui oleh Tim Penguji tanggal
Seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 7 Agustus 2020 dengan nilai B

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Dosen Pembimbing

Dr. Firsan Nova, S.E., M.M.
Penguji I

Drs. Fauzi Baisvir, M.M.
Penguji II

Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M.
Penguji III

Mu'man Nuryana, Ph.D.
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si.
Ketua Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen GrabFood di Jakarta Timur. Penelitian ini menggunakan data berupa data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Jumlah kuesioner sebanyak 200 responden yang merupakan orang yang pernah menggunakan dan melakukan pemesanan makan atau minum melalui GrabFood dalam aplikasi Grab minimal 3 kali dalam sebulan terakhir dan berada di lokasi saat penelitian sedang berlangsung. Teknik sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dan cara pengambilan sampelnya dengan menggunakan *quota sampling*. Kemudian dilakukan uji analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah menggunakan LISREL versi 8.8.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen GrabFood di Jakarta Timur yaitu positif atau memiliki hubungan yang signifikan. Hal tersebut dilihat dari nilai t (*t-values*) yang lebih dari 1,96 ($\alpha = 5\%$) yaitu masing-masing sebesar 11,05 (inovasi produk terhadap kepuasan konsumen), sebesar 8,11 (kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen) dan sebesar 3,89 (inovasi produk terhadap loyalitas konsumen). Untuk pengujian pengaruh intervening menggunakan uji Sobel dan diperoleh nilai t lebih besar dari 1,96 ($\alpha = 5\%$) yaitu sebesar 4,51. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* memiliki hubungan yang signifikan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* memiliki hubungan yang signifikan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product innovation on consumer loyalty through GrabFood consumer satisfaction in East Jakarta. This study uses data in the form of primary data obtained from distributing questionnaires. The number of questionnaires was 200 respondents who were people who had used and ordered food or drinks through GrabFood in the Grab application at least 3 times in the past month and were at the location when the research was ongoing. The sampling technique used is nonprobability sampling and the sampling method is using quota sampling. Then the analysis test was carried out using Structural Equation Modeling (SEM) and processed using LISREL version 8.8.

The results show the effect of product innovation on consumer loyalty through GrabFood consumer satisfaction in East Jakarta, which is positive or has a significant relationship. This can be seen from the t-value (t-values) which is more than 1.96 ($\alpha = 5\%$), namely 11.05 (product innovation on customer satisfaction) and 8.11 (customer satisfaction on customer loyalty). and 3.89 (product innovation on consumer loyalty). To test the effect of intervening using the Sobel test and the t value is greater than 1.96 ($\alpha = 5\%$), which is 4.51. These results indicate that customer satisfaction as an intervening variable has a significant relationship. These results indicate that customer satisfaction as an intervening variable has a significant relationship.

Keywords: Product Innovation, Customer Satisfaction and Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hikmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN GRABFOOD DI JAKARTA TIMUR)**" sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Darma Persada Jakarta Timur.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kata sempurna karena mungkin banyak kekurangan dalam pembuatannya, sehingga penulis berharap kepada pembaca agar dapat memberi masukan serta sarannya. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah banyak membantu dan memberi dukungan serta doa kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam skripsi ini. Terimakasih telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
2. Mu'man Nuryana, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Ibu Dian Anggraeny Rahim, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada dan selaku pembimbing akademik.

4. Bapak / Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Karyawan dan Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu dari awal perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Untuk semua keluarga terutama kedua orang tua penulis yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan moral, do'a dan semangat yang sangat besar serta kepada ayah tercinta H. Ir. Maryadi, ibu tercinta Hj. Asmawati, S.E., adik tersayang Bd. Amara Visca dan juga keluarga besar serta sanak saudara yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penyelesaian ini.
6. Teman - teman SMP dan SMA terima kasih atas do'a dan dukungannya.
7. Teman - teman seperjuangan Radhisa, Danu, Alam, Hendrik, Anggun, Anisa, Windy dan Vena. Terima kasih atas do'a dan dukungannya.
8. Teman - teman sekantor Tim *Strategic Ops*, *Account Manager Lead* dan *National Key Account Manager* yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karena selalu mendukung dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
9. Untuk Ica, terima kasih karena telah membantu, mendukung dan mendo'akan penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. Untuk semua teman - teman Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa hormat penulis karena selalu mendukung dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

11. Terima Kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.

Jakarta, 30 Juli 2020

Penulis,

Dennis Achmad



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI x	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Kegunaan Penelitian	13

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN

HIPOTESIS	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Inovasi Produk	15
2.1.2.1 Indikator Inovasi Produk	16
2.1.3 Kepuasan Konsumen	17
2.1.3.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	18
2.1.3.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.3.3 Faktor-Faktor Kepuasan Konsumen	21
2.1.4 Loyalitas Konsumen	22
2.1.4.1 Manfaat Loyalitas Konsumen.....	23
2.1.2.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen	24
2.1.2.1 Tahapan-Tahapan Loyalitas Konsumen	24
2.1.2.1 Dimensi Loyalitas Konsumen.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	34

BAB III : METODELOGI PENELITIAN35

3.1	Metode yang Digunakan.....	35
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	36
3.3	Operasional Variabel	36
3.4	Sumber Data dan Cara Penentuan Data.....	43
3.4.1	Sumber dan Jenis Data.....	43
3.4.1.1	Data Primer	43
3.4.1.2	Data Sekunder.....	43
3.4.2	Cara Penentuan Data.....	43
3.4.2.1	Populasi.....	43
3.4.2.2	Sampel.....	44
3.4.2.3	Teknik <i>Sampling</i>	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	48
3.6.1	Uji Keabsahan Data	48
3.6.1.1	Uji Validitas.....	49
3.6.1.2	Uji Reliabilitas	49
3.7	Alat Analisis Data.....	50

BAB IV: HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN DAN PEMECAHAN MASALAH.....	57
--	-----------

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.2	Hasil Penelitian.....	59
4.2.1	Profil Responden.....	59
4.2.2	Perhitungan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....	60
4.2.3	Perhitungan Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.4	Perhitungan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
4.2.5	Perhitungan Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	62
4.2.6	Perhitungan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	63
4.2.7	Perhitungan Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan.....	64
4.2.8	Perhitungan Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Grab	66
4.2.9	Perhitungan Responden Berdasarkan Alasan Responden Menggunakan Layanan GrabFood.....	67
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.3.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Inovasi Produk.....	68
4.3.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) Variabel Kepuasan Konsumen	71

4.3.3	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA) Variabel Loyalitas</i>	
	Konsumen	73
4.4	Analisis Model Struktural.....	75
4.4.1	Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	75
4.4.2	Analisis Hubungan dan Pengaruh.....	76
4.4.3	Analisis Hasil Hipotesis.....	79
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN		106



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	63
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	64
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Domisili Kecamatan	65
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan GrabFood	66
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Alasan Penggunaan Layanan GrabFood	67
Tabel 4.9 Reliabilitas Variabel Inovasi Produk	70
Tabel 4.10 Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen	72
Tabel 4.11 Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Kecocokan Keseluruhan Model	75
Tabel 4.13 Evaluasi Koefisien Model Struktural dan Kaitannya dengan Hipotesis Penelitian	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Review</i> Penilaian dan Komentar Pengguna Layanan GrabFood.....	4
Gambar 1.2 <i>Rating</i> tiga aplikasi pemesanan makanan dan minuman di Indonesia	6
Gambar 1.3 Data jumlah pengunduh aplikasi Grab di Indonesia	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	33
Gambar 4.1 Logo Grab	57
Gambar 4.2 Inovasi Produk (<i>t-values</i>).....	69
Gambar 4.3 Inovasi Produk (<i>Standardized Solution</i>).....	70
Gambar 4.4 Kepuasan Konsumen (<i>t-values</i>).....	71
Gambar 4.5 Kepuasan Konsumen (<i>Standardized Solution</i>).....	72
Gambar 4.6 Loyalitas Konsumen (<i>t-values</i>).....	73
Gambar 4.7 Loyalitas Konsumen (<i>Standardized Solution</i>).....	74
Gambar 4.8 Model Struktural (<i>Estimates</i>).....	76
Gambar 4.9 Model Struktural (<i>t-values</i>).....	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	107
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian <i>Online</i>	117
Lampiran 3 Sumber dan Metode Pengumpulan Data	129
Lampiran 4 Bukti Penyebaran Kuesioner <i>Online</i>	130
Lampiran 5 Data Daftar Profil Responden Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 6 Tabulasi Data Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 7 <i>Structural Equation Modeling - Structural Model Output</i>	106
Lampiran 8 Catatan Kegiatan Konsultasi	106
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	112

