

**Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan
Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen**

(Studi kasus pada pelanggan McDonald's di Jatiasih)

***The Influence of Product Inovation on consumer trust and it's impact
on consumer loyalty (Case study on Customer McD in Jatiasih)***

Oleh :

Nabilla Syahfitri

2014410060

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Gelar Ilmu Sarjana (S1)

Konsentrasi Manajemen Pada Universitas Darma Persada



PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

2019

LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabilla Syahfitri

NIM : 2014410060

Jurusan : Manajemen

Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen McDonald's di Jatiasih (Studi Kasus: Pelanggan McDonald's Jatiasih).

Telah diperiksa, dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitian penguji skirpsi.

Jakarta, 26 Juli 2019

Mengetahui

Menyetujui

Dian A. Rahim, SE., Msi
KetuaJurusan Manajemen

Resa Nurlaela Anwar. SE, MM
Pembimbing

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen
McDonald's di Jatiasih)**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT INOVATION ON CONSUMER TRUST AND IT'S
IMPACT ON CONSUMER LOYALTY
(CASE STUDY ON CONSUMER MCDONALD'S IN JATIASIH)***

Oleh :

Nabilla Syahfitri

2014410060

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjanah Dalam Ilmu Ekonomi Konsentrasi
Manajemen Pemasaran Pada

Univeristas Darma Persada

Telah disetujui oleh tim penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Jakarta, 13 Agustus 2019

Resa Nurlaela Anwar., SE., MM

Pembimbing

Dr. Firsan Nova

Penguji I

Drs. Fauzi Baisvir,MM

Penguji II

Resa Nurlaela Anwar. SE., MM

Penguji III

Mu'Man Nuryana, Ph.D
Dekan Fakultas Ekonomi

Dian A. Rahim, SE., Msi
Ketua Jurusan Manajemen

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nabilla Syahfitri

NIM : 2014410060

Jurusan/Peminatan : Manajemen/Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen**

McDonald's Di Jatiasih (Studi Kasus: Pelanggan McD Jatiasih) yang dibimbing oleh ibu Resa Nurlaela Anwar. SE, MM adalah benar merupakan hasl karya tulis saya sendiri da bukan merupakan jiplakan dari hasil karya tulis orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 20 Juli 2019

Yang membuat Pernyataan

Nabilla Syahfitri

ABSTRACT

Name : Nabilla Syahfitri

NIM : 2014410060

Tittle : *THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION ON CONSUMER*

TRUST AND IT'S IMPACT ON CONSUMER LOYALTY

The purpose of this study was to analyze the effect of product innovation on consumer trust and its impact on consumer loyalty on McDonald's in Jatiasih (Case Study of Consumer McDonald's in Jatiasih). Data collection is done by distributing questionnaires to 100 respondents in McDonald's Jatiasih. Sampling is done using purposive sampling. The analytical tool used Path Analysis. F test, T test, and coefficients analysis test (R^2) are carried out as statistical requirements that must be fulfilled in conducting path analysis. The result of the study show that (1) Product Innovation have a positive and significant effect on Consumer Trust. (2) Product Innovation have a positive and significant effect on consumer loyalty. (3) Consumer Trust have a positive and significant effect on Consumer Loyalty. (4) Product Innovation have an directly effect on consumer loyalty through consumer trust.

Keywords: Product Innovation, Consumer Trust, Consumer loyalty.

ABSTRAK

Nama : Nabilla Syahfitri

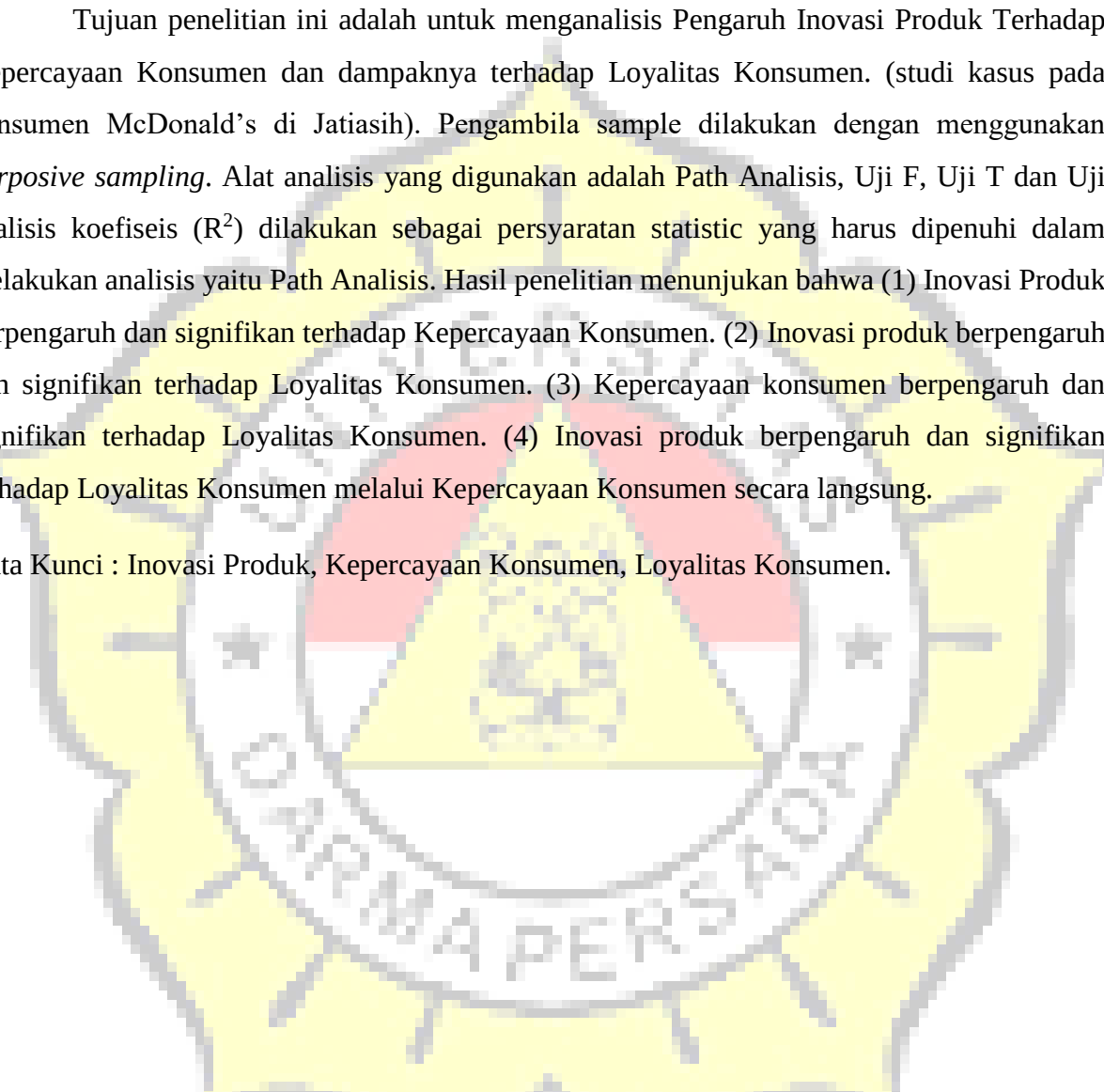
NIM : 2014410060

Judul : PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN

DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MCDONALD'S JATIASIH. (Studi Kasus Pada Konsumen McDonald's di Jatiasih).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. (studi kasus pada konsumen McDonald's di Jatiasih). Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah Path Analisis, Uji F, Uji T dan Uji analisis koefisien (R^2) dilakukan sebagai persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis yaitu Path Analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inovasi Produk berpengaruh dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen. (2) Inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. (3) Kepercayaan konsumen berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. (4) Inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepercayaan Konsumen secara langsung.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen.



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul

“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen”. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Resa Nurlaela Anwar, SE, MM selaku Dosen Pembimbing penulisan skripsi ini, terima kasih telah meluangkan waktu, membimbing dan mengarahkan penulisan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini
2. Bapak Dr. Ir. Mu'man Nuryana, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
3. Ibu Dian Anggraini Rahim, SE., Msi selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada
4. Bapak/Ibu Dosen yang selama ini telah memberikan ilmu yang bermanfaat serta seluruh Staff Pegawai Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah banyak membantu penulis.
5. Untuk kedua orang tua tercinta, Bapak Doni dan Mamah Della, Untuk Tante Ami Saleh, dan untuk kekasih hati Irwan yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik itu materi, do'a dan semangat yang sangat besar serta teman baik Bayu, Putri, Toing, Aeva, Meilia, Anisa, yang selalu memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Untuk semua teman-teman Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen angkata 2014 yang selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik

Demikian laporan skripsi ini dibuat, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan sambungan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 13 Agustus 2019

Penulis,

Nabilla Syahfitri

2014410060



DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii

LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Pembatasan Masalah	14
1.2.3 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Konsep Pemasaran	17
2.1.3 Bauran Pemasaran	20
2.1.4 Inovasi Produk	22
A. Definisi Inovasi Produk.....	22
B. Lima Karakteristik Inovasi Produk	23
2.1.5 Kepercayaan	26
A. Definisi Kepercayaan	26
B.Komponen Kepercayaan Pelanggan	27
C. Indikator Kepercayaan	28

2.1.6 Loyalitas Konsumen	29
A. Definisi Loyalitas Konsumen	29
B. Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	31
C. Indikator Loyalitas Konsumen.....	32
2.2 Kerangka Pemikiran	35
2.3 Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	37
3.2 Sumber Data dan Cara Penentuan Data/Informasi	43
3.2.1 Lokasi Penelitian	43
3.2.2 Sumber dan Jenis Data	43
A. Data Primer	43
B. Data Sekunder	43
3.2.3 Cara Penentuan Data	44
A. Populasi	44
B. Sampel	44
C. Teknik Sampling	45
3.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis	47
3.4.1 Rancangan Analisis	48
3.4.2 Alat analisis	52
BAB IV HASIL PENELITIAN, PEMBAHASAN MASALAH	54
4.1 Profil Perusahaan	54
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	56
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	59

4.1.4 Deskripsi Jabatan	60
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Hasil Penelitian Karakteristik responden	63
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel	66
4.3.1 Variabel Inovasi Produk Pada McDonald's	66
4.3.2 Variabel Loyalitas Konsumen Pada McDonald's	80
4.3.3 variabel Kepercayaan Konsumen Pada McDonald's	92
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	102
4.4.1 Hasil Uji Validitas	102
4.4.2 Hasil Uji Reabilitas	105
4.5 Hasil Path Analisis	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	118
5.1 Kesimpulan	118
5.2 Saran	120
Daftar Pustaka	122

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas McD	5
Tabel 1.2 Restoran Cepat Saji Menurut Masyarakat Indonesia	6
Tabel 1.3 Data Top Brand Index Restoran Fastfood	7
Tabel 1.4 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Konsumen McD	9

Tabel 1.5 Daftar Menu McD dan KFC di Indonesia	10
Tabel 1.6 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk McD	12
Tabel 3.1 Variabel Penelitian	38
Tabel 3.2 Skala Likert	46
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden	47
Tabel 3.4 Tingkat Reabilitas Instrumen	49
Tabel 3.5 Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	65
Tabel 4.4 McD Lebih Unggul Dalam Inovasi	66
Tabel 4.5 McD Memiliki Beragam Varian <i>ice cream</i>	67
Tabel 4.6 McD Memiliki Paket Happy Meal	68
Tabel 4.7 McD Berinovasi Mengikuti Permintaan Konsumen	69
Tabel 4.8 McD Menjamin Kualitas Di Industri Makanan	70
Tabel 4.9 McD Memiliki Penempatan Yang Strategis	71
Tabel 4.10 Inovasi McD Diminati Konsumen	72
Tabel 4.11 McD Berinovasi Sesuai Selera Masyarakat Indonesia	73
Tabel 4.12 McD Memiliki Kemasan Yang Praktis	74
Tabel 4.13 McD Memiliki Beragam <i>hamburger</i> Yang Menarik	75
Tabel 4.14 Rasa Mcd Berbeda Disetiap Inovasinya	76
Tabel 4.15 Cita Rasa McD Membuat Konsumen Puas	77
Tabel 4.16 Menu McD Sangat Disukai Konsumen	78
Tabel 4.17 Semua Menu McD Sangat Menarik	79
Tabel 4.18 Iklan McD Menarik Konsumen	80

Tabel 4.19 Kebersihan Produk McD Terjamin.....	81
Tabel 4.20 McD Memiliki Rasa Yang Lezat	82
Tabel 4.21 Rasa McD Berbeda Dengan Restoran Cepat Saji Lain	83
Tabel 4.22 Merekomendasikan McD Karena Puas.....	84
Tabel 4.23 Tempat McD Sangat Nyaman	85
Tabel 4.24 Mencoba Varian Baru McD	86
Tabel 4.25 McD Menjadi Pilihan Utama Makanan Cepat Saji	87
Tabel 4.26 Hanya Tertarik Pada Pilihan Menu Restoran McD	88
Tabel 4.27 Tidak Berniat Pindah Merek Lain	89
Tabel 4.28 Membicarakan Hal Possitif Produk McD	90
Tabel 4.29 Membicarakan Kelezatan varian Menu McD	91
Tabel 4.30 Membicarakan Produk Baru McD Kepada Kerabat	92
Tabel 4.31 Citra Baik Restoran McD	93
Tabel 4.32 McD Restoran Cepat Saji Yang Terpercaya	94
Tabel 4.33 McD Selalu Menjaga Kualitas Produk	95
Tabel 4.34 McD Menggunakan Bahan Yang Aman Untuk Dikonsumsi	96
Tabel 4.35 Pelayanan McD Sangat Baik	97
Tabel 4.36 <i>Supplier</i> McD Sangat Terpercaya	98
Tabel 4.37 Mcd Menyediakan Wifi Gratis	99
Tabel 4.38 Pemesanan Dengan <i>Drivethru</i>	100
Tabel 4.39 Penyajian Makanan Di McD Sangat Cepat	101
Tabel 4.40 Hasil Uji Validitas	103
Tabel 4.41 Hasil Uji Reabilitas Inovasi Produk	105
Tabel 4.42 Hasil Uji Reabilitas Loyalitas Konsumen	106
Tabel 4.43 Hasil Uji Reabilitas Kepercayaan Konsumen	106

Tabel 4.44 Pengaruh Inovasi Terhadap Kepercayaan Konsumen	107
Tabel 4.45 Pengaruh Invoasi Terhadap Loyalitas Konsumen	110
Tabel 4.46 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen	112
Tabel 4.47 Pengaruh Inovasi Terhadap Loyalitas Melalui Kepercayaan.....	114



Daftar Gambar

Gambar 1.1 Restoran Paling Sering Dikunjungi Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1 Model Penelitian Analisis Jalur	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi McDonald's Indonesia	59
Gambar 4.2 Model Hasil Analisis Jalur	117

