

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN
BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

**(Studi Kasus Terhadap Pengguna MS Glow Di
Kecamatan Pandaan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana (S1)



NUR AINI

201569100019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN
2020**

TANDA PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI

Judul : Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas
Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus
Terhadap Pengguna MS Glow di Kecamatan Pandaan)

Disusun Oleh : NUR AINI

NIM : 201569100019

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Administrasi Bisnis

Konsentrasi : Pemasaran

Telah diperiksa dan disetujui untuk dipertahankan di depan tim penguji

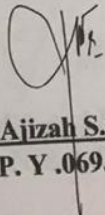
Pasuruan, 2 September 2020

Menyetujui,

Kaprodi

Dosen Pembimbing




Nur Ajizah S.Sos., M.AB
NIP. Y .069.15.02.001

TANDA PENGESAHAN

TELAH DIPERTAHANKAN DIDEPAN MAJELIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA

HARI : SABTU

TANGGAL : 2 SEPTEMBER 2020

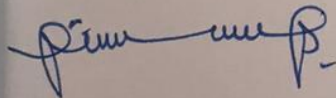
JAM : 10.30 WIB

JUDUL : Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas
Konsumen dengan Brand Image sebagai Varibael Intervening (Studi Kasus
Terhadap Pengguna MS Glow di Kecamatan Pandaan)

DINYATAKAN LULUS

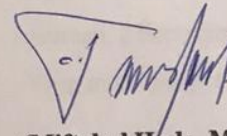
MAJELIS PENGUJI

KETUA PENGUJI



(Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB)
NIP. Y .069.11.03.037

ANGGOTA PENGUJI



(Miftahul Huda, M. AB)
NIP. Y 0691508056

MENGESAHKAN,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



(Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB)
NIP. Y .069.11.03.037

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NUR AINI

NIM : 201569100019

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa proposal skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Pasuruan, 2 September 2020

Yang membuat pernyataan,



Nur Aini

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas segala karunia dan hidayah- Nya, karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Bapak dan Ibu. Terima kasih atas dukungan, doa, nasihat, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak pernah usai hingga membuatku sadar bahwa berproses memang tidaklah mudah.
2. Dosen pembimbing, Ibu Nur Ajizah., S.Sos M.AB. Terima kasih atas waktu dan tenaga yang diberikan untuk membimbing kami serta untuk selalu bersedia kami repotkan selama ini.
3. M. Rizqi Novinato, ST , terimakasih telah banyak memberikan doa serta support baik moral maupaun materi.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu memberi semangat serta dukungannya, dan mendengar semua keluh kesah perjuanganku untuk menyelesaikan skripsi ini.

Teman-teman seperjuangan, “Administrasi Bisnis 2015-3026”. Terima kasih atas warna-warni kehidupan kampus yang kalian lukiskan selama ini. Tetaplah berjuang teman-teman. Gerbang kehidupan yang sesungguhnya akan segera kita lalui. Doaku selalu menyertai kalian dimana pun kalian berada.

MOTTO

” Smile is a simple way of enjoying life. And happiness is not how much money you have, but how much time you can be thankful. “

“ Senyum adalah sebuah cara simple untuk menikmati hidup. Dan kebahagiaan bukanlah seberapa banyak uang yang kamu miliki, namun seberapa banyak kamu mampu bersyukur. “

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN BRAND IMAGE
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus Terhadap Pengguna Produk MS Glow Di Kecamatan Pandaan)**

Nur Aini

Nur Ajizah S.Sos, M.AB

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas
Yudharta Pasuruan

Email: ainiachmad26@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dalam memediasi pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada produk MS Glow di Kecamatan Pandaan baik secara bersama-sama maupun secara parsial. Jenis penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuisioner untuk pengambilan sampel nya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah member MS Glow Cabang Pandaan. Sampel penelitian sebanyak 115 responden yang dihitung menggunakan rumus *Machin and Campbell*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif dengan menggunakan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur, uji asumsi klasik, uji F, dan uji t. Hasil penelitian diperoleh konsumen MS Glow di wilayah Pandaan didapatkan hasil bahwa responden didominasi berjenis kelamin perempuan (87%) dengan usia 21-30 (83.50%) serta berpendidikan terakhir SMA/SMK (76.507%) dengan jenis pekerjaan pegawai swasta (43.50%), dan telah lama menjadi konsumen 1-2 tahun (64.30%) dengan pendapatan responden 1-4 juta per bulan (62.60%). Hasil analisis diketahui (1) Besar nilai signifikan inovasi produk (X_1) sebesar $0.001 < 0.05$ berarti terdapat pengaruh secara positif (nilai *constant* 0.255) terhadap *Brand Image* (Y_1). (2) Besar nilai signifikan kualitas produk (X_2) sebesar $0.000 < 0.05$ berarti terdapat pengaruh secara positif (nilai *constant* 0.624) terhadap *Brand Image* (Y_1). (3) Besar nilai signifikan inovasi produk (X_1) sebesar $0.147 > 0.05$ berarti tidak terdapat pengaruh secara positif (nilai *constant* 0.053) terhadap loyalitas konsumen (Y_2). (4) Besar nilai signifikan kualitas produk (X_2) sebesar $0.001 < 0.05$ berarti terdapat pengaruh secara positif (nilai *constant* 0.459) terhadap loyalitas konsumen (Y_2). (5) Besar nilai signifikan *brand image* (Y_1) sebesar $0.185 > 0.05$ berarti tidak terdapat pengaruh secara positif (nilai *constant* 0.128) terhadap loyalitas konsumen (Y_2).

Kata Kunci :Inovasi Produk, Kualitas produk,*Brand Image*, dan Loyalitas Konsumen

**THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION AND PRODUCT QUALITY AND
COSTUMER LOYALTY WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING
VARIABLE**

(Case Study of MS Glow User in Pandaan District)

Nur Aini

Nur Ajizah S.Sos, M.AB

Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Yudharta
Pasuruan University

Email: ainiachmad26@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image in mediating the effect of innovation and product quality on consumer loyalty to MS Glow products in Pandaan District both jointly and partially. This type of research is a survey using a questionnaire for sampling. The population used in this study were members of the MS Glow Branch of Pandaan. The research sample was 115 respondents who were calculated using the Machin and Campbell formula. The research method used is the associative method using data analysis techniques used are path analysis, classical assumption test, F test, and t test. The results obtained by MS Glow consumers in the Pandaan area showed that the respondents were predominantly female (87%) with ages 21-30 (83.50%) and the last education was high school / vocational school (76.507%) with the type of private employee work (43.50%) and has been a consumer for 1-2 years (64.30%) with an income of 1-4 million respondents per month (62.60%). The results of the analysis show that (1) the significant value of product innovation (X1) is $0.001 < 0.05$, which means that there is a positive effect (constant value of 0.255) on Brand Image (Y1). (2) The significant value of product quality (X2) of $0.000 < 0.05$ means that there is a positive effect (constant value of 0.624) on the Brand Image (Y1). (3) The significant value of product innovation (X1) is $0.147 > 0.05$, which means that there is no positive effect (constant value 0.053) on consumer loyalty (Y2). (4) The significant value of product quality (X2) of $0.001 < 0.05$ means that there is a positive effect (constant value 0.459) on consumer loyalty (Y2). (5) The significant value of brand image (Y1) is $0.185 > 0.05$, which means that there is no positive influence (constant value 0.128) on consumer loyalty (Y2).

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Brand Image, and Consumer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Terhadap Pengguna MS Glow di Kecamatan Pandaan)”**. Proposal skripsi ini disusun sebagai syarat dalam menyelesaikan studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Yudharta Pasuruan.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pemikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

5. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat serta Hidayah-Nya.
6. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat serta doanya.
7. Romo K.H Sholeh Bahruddin selaku pengasuh Yayasan Darut Taqwa yang selalu membimbing kita semua, baik bimbingan jasmani maupun bimbingan rohani.
8. Bapak Dr. Kholid Murtadlo S.E selaku Rektor Universitas Yudharta Pasuruan.
9. Ibu Any Urwatul Wusko S.Sos., M.AB selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
10. Ibu Nur Ajizah S.Sos., M.AB selaku Ketua Program studi Administrasi Bisnis sekaligus dosen pembimbing.
11. M. Rizqi Novinato, ST yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi bagi penulis.


8. Teman-teman yang telah memberikan semangat kepada penulis dalam proses penyusunan proposal ini.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah berjasa dan membantu baik moril maupun semangat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Akhir kata, penyusunan proposal ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penyusunan skripsi kedepannya.

Pasuruan, 2 September 2020

Penulis



Nur Aini

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN.....	
SAMPUL DALAM.....	
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	I
TANDA PENGESAHAN.....	II
PERNYATAAN KEASLIHAN TULISAN.....	III
HALAMAN PERSEMBAHAN	IV
MOTTO.....	V
ABSTRAK.....	VI
ABSTRAK.....	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	X
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV

BAB 1 : PENDAHULUAN

1.1Latar Belakang	1
1.2Perumusan Masalah	9
1.3Tujuan Penelitian	9
1.4Manfaat Penelitian	10

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

2.1Pemasaran 11	
2.2Inovasi Produk	17
2.3Kualitas Produk.....	23
2.4 <i>Brand Image</i>	26
2.5Loyalitas Konsumen	29
2.6Penelitian Terdahulu	31
2.7Hubungan Antar Variabel	41
2.8Konsep Penelitian	44
2.9Hipotesis Penelitian	45

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1Jenis Penelitian.....	48
--------------------------	----

3.2Lokasi Penelitian.....	49
3.3Variabel Dan Pengukuran	49
3.4Populasi Dan Sampel	56
3.5Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1Gambaran Umum Penelitian.....	75
4.2Analisis Hasil Penelitian	77
4.3Pembahasan.....	108

BAB V : PENUTUP

5.1Kesimpulan	115
5.2Keterbatasan Penelitian.....	116
5.3Saran	117

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model Hipotesis (Ni Made Desy Shinta Sari, I Made Jatra, dkk (2019)...	33
Gambar 2.2	Model Hipotesis Sartika, G.Razati, D.H.Utama, dkk (2019)	34
Gambar 2.3	Model Hipotesis Widayanto, dkk (2018).....	35
Gambar 2.4	Model Hipotesis Gusti Nyoman Bagus, Ni Made Rastini, dkk (2018)	35
Gambar 2.5	Model Hipotesis Kadek Ayu Arisma Dewi, dkk (2017)	36
Gambar 2.6	Model Hipotesis Dina Marleni (2016).....	37
Gambar 2.7	Model Hipotesis Ahmad Fardi Wahyudi	38
Gambar 2.8	Model Hipotesis Sari Heny Koampa (2017).....	38
Gambar 2.9	Model Hipotesis Indah Putri Marliani, Apriatni (2018)	39
Gambar 2.10	Model Hipotesis Edo Steven MS, I Gusti Ketut Sri Ardani (2018)	40
Gambar 2.11	Kerangka Konsep Penelitian.....	46
Gambar 2.12	Model Hipotesis	47
Gambar 3.1	Model Diagram Jalur	64
Gambar 3.2	Diagram Jalur X_1 & X_2 Terhadap Y_1	66
Gambar 3.3	Diagram Jalur X_1 , X_2 & Y_1 Terhadap Y_2	66
Gambar 3.4	Estimasi Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y_1 dan Y_2	71
Gambar 3.5	Daerah Penolakan Hipotesis (Uji f)	72
Gambar 3.6	Daerah Penerimaan dan Penolakan Hipotesis (Uji t).....	74
Gambar 4.1	Presentase Luas Deda terhadap Luas Kecamatan Pandaan	75
Gambar 4.2	Model Jalur Struktural 1	98
Gambar 4.3	Model Jalur Struktural 2	103
Gambar 4.4	Model Diagram Jalur Keseluruhan Struktural Penelitian	107

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel X_1	50
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel X_2	51
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel Y_1	52
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel Y_2	52
Tabel 3.5	Instrumen Skala Likert.....	54
Tabel 3.6	Indikator Tiap Variabel.....	54
Tabel 3.7	Nilai TCR.....	61
Tabel 3.8	Interprestasi Nilai Koefisien Korelasi.....	65
Tabel 4.1	Hasil Analisis Pada Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.2	Hasil Analisis Pada Usia Responden	78
Tabel 4.3	Hasil Analisis Pada Tingkat Pendidikan Responden	79
Tabel 4.4	Hasil Analisis Pada Jenis Pekerjaan Responden.....	80
Tabel 4.5	Hasil Analisis Lama Menjadi Konsumen	80
Tabel 4.6	Hasil Analisis Pendapatan/Uang Saku Responden	81
Tabel 4.7	Hasil Rekapitulasi Analisis Karakteristik Responden	81
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Untuk Inovasi Produk (X_1)	83
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Untuk Kualitas Produk (X_2).....	84
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (Y_1).....	86
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen (Y_2).....	88
Tabel 4.12	Hasil Uji Realibilitas Dengan <i>Cronbach's Alpha</i> < 60.....	89
Tabel 4.13	Distribusi Frekuensi Variabel X_1	90
Tabel 4.14	Distribusi Frekuensi Variabel X_2	91
Tabel 4.15	Distribusi Frekuensi Variabel Y_1	92
Tabel 4.16	Distribusi Frekuensi Variabel Y_2	92
Tabel 4.17	Hasil Uji Normalitas	93
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas.....	94
Tabel 4.19	Hasil Pengolahan Korelasi Dengan SPSS.....	95
Tabel 4.20	Hasil Analisis Korelasi Dengan SPSS	95
Tabel 4.21	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktural 1	97
Tabel 4.22	Hasil Uji t Struktural 1	99

Tabel 4.23	Hasil Uji f Struktural 1	100
Tabel 4.24	Hasil Pengolahan Koefisien (R^2) Struktural 1	100
Tabel 4.25	Hasil Uji Regresi Linier Berganda Struktural 2.....	101
Tabel 4.26	Hasil Uji t Struktural 2	103
Tabel 4.27	Hasil Uji f Struktural 2	105
Tabel 4.28	Hasil Pengolahan Koefisien (R^2) Struktural 2.....	105

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul
Lampiran 1	Form Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Rekapitulasi Responden
Lampiran 3	Tabel Nilai Z
Lampiran 4	Karakteristik Responden
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Uji Realibilitas
Lampiran 7	R Tabel
Lampiran 8	Distribusi frekuensi
Lampiran 9	Uji Normalitas
Lampiran 10	Uji Linieritas
Lampiran 11	Analisis Jalur
Lampiran 12	T Tabel
Lampiran 12	F Tabel