

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Bonsai Kopi Jombang” yang ditulis oleh Fadqi Adi Abdillah, NIM 126405201037, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan dosen pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dunia usaha haruslah mampu berupaya untuk mencapai tujuan dengan menciptakan dan mempertahankan konsumen yang berorientasi mengarah pada loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor seperti inovasi produk, kualitas produk, harga, selera, kepuasan pelanggan, promosi, dan citra merk. Adapun indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah inovasi produk, harga, dan promosi yang diukur dengan loyalitas konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji apakah inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada kedai Bonsai Kopi Jombang. (2) Untuk menguji apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada kedai Bonsai Kopi Jombang. (3) Untuk menguji apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada kedai Bonsai Kopi Jombang. (4) Untuk menguji apakah inovasi produk, harga, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen pada kedai Bonsai Kopi Jombang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, dengan pemilihan sampling *probability sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan metode *simple random sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar kepada 400 konsumen kedai Bonsai Kopi yang diperoleh dengan menggunakan rumus *lemeshow*. . Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kedai Bonsai Kopi Jombang. (2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kedai Bonsai Kopi Jombang. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kedai Bonsai Kopi Jombang. (4) Inovasi Produk, Harga, dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen kedai Bonsai Kopi Jombang.

Kata Kunci: Harga, Inovasi Produk, Loyalitas Konsumen, Promosi.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Product Innovation, Price, and Promotion on Consumer Loyalty at Bonsai Kopi Jombang" written by Fadqi Adi Abdillah, NIM. 126405201037, Sharia Business Management Study Program, Business and Management Department, Faculty of Islamic Economics and Business, with supervisor Ahmad Syaichoni, M.Sy.

This research is motivated by the fact that business competition requires efforts to achieve goals by creating and maintaining consumers who are oriented towards consumer loyalty. Consumer loyalty is influenced by several factors such as product innovation, product quality, price, taste, customer satisfaction, promotion, and brand image. The indicators used in this study are product innovation, price, and promotion, which are measured in relation to consumer loyalty.

The aims of this study are: (1) To examine whether product innovation affects consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (2) To examine whether price affects consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (3) To examine whether promotion affects consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (4) To examine whether product innovation, price, and promotion simultaneously affect consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang.

This research uses a quantitative approach with an associative type of research, employing probability sampling for sample selection. The sampling technique used is simple random sampling. The data used in this study are primary data. The data collection technique involves distributing questionnaires to 400 consumers of Bonsai Kopi, obtained using the Lemeshow formula. The analysis methods used in this research are validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity), multiple linear regression tests, hypothesis tests, and the coefficient of determination test

The research results show that: (1) Product innovation has a positive and significant effect on consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (2) Price has a positive and significant effect on consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (3) Promotion has a positive and significant effect on consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang. (4) Product innovation, price, and promotion simultaneously have a positive and significant effect on consumer loyalty at Bonsai Kopi Jombang.

Keywords: *Consumer Loyalty, Product Innovation, Price, Promotion.*