

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Promosi Produk, Inovasi Produk Halal, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Samchick Resto Tulungagung “ ini di tulis oleh Moch Aiman Rochim, NIM:126405211041, Pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, M.M

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh industri kuliner yang semakin kompetitif. Loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor kunci untuk kesuksesan bisnis. Samchick Resto Tulungagung sebagai salah satu restoran yang menyajikan produk halal, berusaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan melalui promosi produk, inovasi produk halal, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini bertujuan 1) menguji dan menjelaskan Promosi Produk Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Samchick Resto di Tulungagung, (2) menguji dan menjelaskan Inovasi Produk Halal Berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Samchick Resto di Tulungagung, (3) menguji dan menjelaskan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas Pelanggan pada Samchick Resto di Tulungagung, (4) menguji dan menjelaskan promosi produk, inovasi produk halal dan kualitas Pelayanan secara simultan terhadap loyalitas Pelanggan pada Samchick Resto Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian asosiatif. Pengumpulan data melalui data primer dan sekunder. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan samchick resto tulungagung dan di ambil 385 sampel. Penelitian ini Menggunakan path analisis dan di uji menggunakan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Promosi Produk berpengaruh signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan samchick, 2) Inovasi Produk Halal berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Samchick, 3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Samchick Resto, 4) Promosi Produk X1 , Inovasi Produk Halal X2 , dan Kualitas Pelayanan X3 berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Y. Dengan demikian, hipotesis nol H0 ditolak, sementara hipotesis alternatif Ha diterima. Implikasi praktis dari hasil penelitian tersebut bahwa perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan mereka dengan lebih menekankan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.

Kata Kunci: Promosi Produk, Inovasi Produk Halal, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Samchick Resto.

ABSTRACT

The thesis titled "Product Promotion, Halal Product Innovation, and Service Quality on Customer Loyalty at Samchick Resto Tulungagung" was written by Moch Aiman Rochim, Student ID: 126405211041, supervised by Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, M.M.

This research is motivated by the increasingly competitive culinary industry. Customer loyalty has become one of the key factors for business success. Samchick Resto Tulungagung, as one of the restaurants offering halal products, strives to enhance customer loyalty through product promotion, halal product innovation, and service quality. This study aims to: (1) examine and explain the influence of Product Promotion on Customer Loyalty at Samchick Resto in Tulungagung, (2) examine and explain the influence of Halal Product Innovation on Customer Loyalty at Samchick Resto in Tulungagung, (3) examine and explain the influence of Service Quality on Customer Loyalty at Samchick Resto in Tulungagung, and (4) examine and explain the simultaneous influence of Product Promotion, Halal Product Innovation, and Service Quality on Customer Loyalty at Samchick Resto Tulungagung.

This research uses a quantitative approach with associative research. Data collection through primary and secondary data. The population in this study was all customers of Samchick Restaurant Tulungagung and 385 samples were taken. This research uses path analysis and is tested using SPSS 26.

The research results show that: 1) Product Promotion has a significant effect on Customer Loyalty at Samchick Company, 2) Halal Product Innovation has a significant effect on customer loyalty at Samchick, 3) Service Quality has a significant effect on customer loyalty at Samchick Resto, 4) Product Promotion (X1), Halal Product Innovation (X2), and Service Quality (X3) simultaneously have a significant effect on Customer Loyalty (Y). Therefore, the null hypothesis (H0) is rejected, while the alternative hypothesis (Ha) is accepted. The practical implication of these findings is that the company needs to improve its service quality by paying more attention to customer needs.

Keywords: Product Promotion, Halal Product Innovation, Service Quality, Customer Loyalty, Samchick Resto

المُلخَص

في العملاء ولاء على وأثرها الخدمة وجودة الحلال، المنتج ابتكار المنتج، ترويج" عنوان الأطروحة هذه تحمل الأستاذ إشراف تحت، 126405211041: الطالب رقم روخيم، أيمن موخ كتبها وقد، "تولونغاغونغ سامشيك مطعم M.M. سوجيانتو، إيكو أغوس الدكتور

لنجاح الرئيسية العوامل أحد العملاء ولاء أصبح حيث الطهي، صناعة في المتزايد التنافس من الدراسة هذه تنطلق من عملائه ولاء تعزيز إلى حلال، منتجات تقدم التي المطاعم كأحد تولونغاغونغ، سامشيك مطعم يسعى الأعمال الخدمة وجودة الحلال، المنتجات وابتكار المنتج، ترويج خلال

تولونغاغونغ، سامشيك مطعم في العملاء ولاء على المنتج ترويج تأثير وشرح دراسة (1): إلى الدراسة هذه تهدف دراسة (3) تولونغاغونغ، سامشيك مطعم في العملاء ولاء على الحلال المنتج ابتكار تأثير وشرح دراسة (2) المشترك التأثير وشرح دراسة (4) و تولونغاغونغ، سامشيك مطعم في العملاء ولاء على الخدمة جودة تأثير وشرح تولونغاغونغ سامشيك مطعم في العملاء ولاء على الخدمة وجودة الحلال، المنتج وابتكار المنتج، لترويج

أما. وثانوية أولية مصادر خلال من البيانات جمع تم. الترابطي البحث باستخدام كمي منهج على الدراسة هذه تعتمد استخدام تم. مستجيباً 385 من مكونة عينة أخذ وتم تولونغاغونغ، سامشيك مطعم عملاء جميع فهو البحث مجتمع SPSS 26 برنامج باستخدام الفرضيات اختبار وتم المسار تحليل

ابتكار (2) سامشيك، شركة في العملاء ولاء على معنوي تأثير له المنتج ترويج (1): أن البحث نتائج أظهرت العملاء ولاء على معنوي تأثير لها الخدمة جودة (3) سامشيك، في العملاء ولاء على معنوي تأثير له الحلال المنتج بشكل معاً تؤثر (X3) الخدمة وجودة، (X2) الحلال المنتج وابتكار، (X1) المنتج ترويج (4) سامشيك، مطعم في (Ha) البديلة الفرضية وقبول (H0) الصفريية الفرضية رفض تم عليه، وبناءً (Y) العملاء ولاء على معنوي لاحتياجات أكبر اهتمام إيلاء مع خدماتها جودة تحسين إلى بحاجة الشركة أن هو النتائج لهذه العملي التطبيق العملاء.

سامشيك مطعم العملاء، ولاء الخدمة، جودة الحلال، المنتج ابتكار المنتج، ترويج: المفتاحية الكلمات