

ABSTRAK

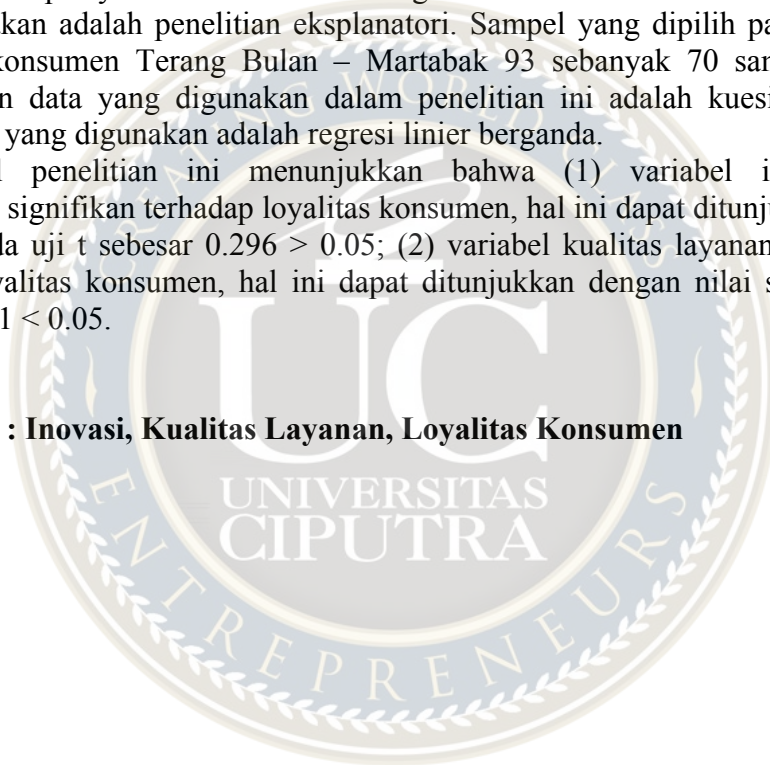
Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Terang Bulan – Martabak 93

Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi Indonesia. Hal ini terlihat juga pada Terang Bulan – Martabak 93 yang mengalami peningkatan penjualan. Namun dengan adanya peningkatan penjualan dan omzet penjualan tersebut, Terang Bulan – Martabak 93 juga memiliki kekurangan yaitu terletak pada inovasi dan kualitas layanan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Terang Bulan – Martabak 93. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori. Sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah konsumen Terang Bulan – Martabak 93 sebanyak 70 sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig pada uji t sebesar $0.296 > 0.05$; (2) variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai sig pada uji t sebesar $0.021 < 0.05$.

Kata Kunci : Inovasi, Kualitas Layanan, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

The Influence of Innovation and Service Quality Customer Loyalty Terang Bulan – Martabak 93

Growth in the food and beverage industry in Indonesia is a strategic sector for the economic development of Indonesia. This can be seen also on the Terang Bulan – Martabak 93 has experienced an increase sales. But with the increase in sales and the sales turnover, Terang Bulan - Martabak 93 also has the disadvantage that lies in the innovation and the services quality they deliver.

This study aims to know influence innovation and service quality on customer loyalty Terang Bulan – Martabak 93. This type of research is explanatory research. Samples were selected in this study is that consumers Terang Bulan - Martabak 93 of 70 samples. Data collection methods used in this study was a questionnaire. Data analysis technique used is multiple linear regressions.

The results of this study indicate that: (1) innovation variable has no significant influence on customer loyalty, this can be indicated with sig value on the t test of $0.296 > 0.05$; (2) service quality variable has significant influence on consumer loyalty, this can be indicated with sig value on the t test of $0.021 < 0.05$.

Keywords: Innovation, Service Quality, Customer Loyalty

