

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN
CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)



TESIS

Oleh:

AGUS TRIONO

NIM 2017-01-032

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

TAHUN 2021

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN
CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2021**

TESIS
PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN
***CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS**
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)

Oleh:

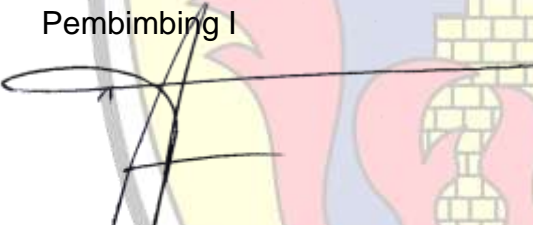
AGUS TRIONO


Telah dipertahankan didepan penguji
pada tanggal, 27 Febuari 2021
dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Tim Pembimbing,

Pembimbing I

Pembimbing II


(Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM)
NIDN 0610057804


(Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH.,MM)
NIDN 0607095601

Mengetahui,
Ketua Program Magister Manajemen
Universitas Muria Kudus


(Dr. Kertati Sumekar, SE., MM)
NIDN 0616077304

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN
CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)

Nama Mahasiswa : Agus Triono

NIM : 2017-01-032

Program Studi : Magister Manajemen

TIM PEMBIMBING

Ketua : Dr. Mokhamad Arwani, SE. MM (.....)

Anggota : Dr. Drs. Sukirman, S.Pd.,SH., MM (.....)

TIM DOSEN PENGUJI

Dosen Penguji : Dr. Dra. Mamik Indaryani, MS (.....)

Tanggal :

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam Naskah Tesis dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN CUSTOMER PERCEIVED VALUE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)”**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam Naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN di cabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 27 Febuari 2021
Yang membuat pernyataan

Agus Triono

RIWAYAT HIDUP

Agus Triono, Provinsi Jambi, 17 Agustus 1989, Anak dari bapak Sumadi dan ibu Purwati, SD 86 Bajubang Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi, MTs Al-Hidayah Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi, MAN 1 Kudus, dilanjutkan S1 Keguruan di IAIN Kudus, pernah bekerja sebagai karyawan diberbagai perusahaan di Kudus, kemudian mendirikan usaha bersama dibidang elektronik di Kudus dari tahun 2015 sampai sekarang.

Kudus, 27 Febuari 2021
Yang membuat pernyataan

Agus Triono



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas berkat dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul : "PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi pada Pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)". Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan Tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Muria Kudus, Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. yang telah memberika kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi.
2. Ketua Program Studi Magister Manajemen, Dr. Kertati Sumekar,SE., MM. dan sekaligus Pembimbing II, yang telah memberikan kesempatan dan kemudahan selama mengikuti studi serta telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan Tesis ini.
3. Dr.Mokhamad Arwani, SE. MM selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan dan arahan demi penyempurnaan Tesis ini.
4. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd. SH. MM selaku Pembimbing II, yang juga memberikan arahan demi penyempurnaan Tesis ini.

5. Rekan-rekan yang telah banyak memberikan dukungan dalam penulisan ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu dan penulisan tesis ini.

Kudus, 27 Febuari 2021

Yang membuat pernyataan

Agus Triono



KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat ALLAH SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyajikan tulisan tesis yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN *CUSTOMER PERCEIVED VALUE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi pada pelanggan Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus)".

Tulisan ini bertujuan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan *Customer Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Pada Jenang Mubarak Di Kabupaten Kudus). Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan dengan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih juga banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bisa bermanfaat bagi pembaca atau yang membutuhkan.

Kudus, 27 Febuari 2021
Yang membuat pernyataan

Agus Triono

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh *customer perceived value* terhadap kepuasan pelanggan, menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan, menganalisis pengaruh inovasi produk memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, menganalisis pengaruh *customer perceived value* memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, serta menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

Obyek penelitian ini yaitu Jenang Mubarak di Kabupaten Kudus dengan jumlah populasi sebanyak 119 responden, sedangkan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* secara proporsional sebanyak 119 responden. Teknik analisis statistik dalam pengolahan data menggunakan teknik metode *Structural Equation Modeling* Metode Alternatif dengan *Partial Least Square* (PLS) 2.0 M.

Hasil penelitian ini adalah variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *Customer perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *customer perceived value* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas.

Kata kunci : kualitas produk, inovasi produk, *customer perceived value*, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to test and analyze product quality on customer satisfaction, analyze the effect of product innovation on customer satisfaction, analyze the effect of customer perceived value on customer satisfaction, analyze the effect of product quality on customer loyalty, analyze the effect of product innovation on customer loyalty, analyze the effect Customer perceived value has an influence on customer loyalty, and analyzes the effect of customer satisfaction on loyalty.

The object of this research is Jenang Mubarak in Kudus Regency with a total population of 119 respondents, while the sample of this study uses a proportional purposive sampling technique of 119 respondents. Statistical analysis techniques in data processing using Structural Equation Modeling method techniques with alternative methods with Partial Least Square (PLS) 2.0 M.

The results of this study are the variable product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, product innovation has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer perceived value has a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, product innovation has a positive effect. and significant to customer loyalty, customer perceived value has a negative and significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction has a negative and significant effect on loyalty.

Keywords: product quality, product innovation, customer perceived value, customer loyalty and customer satisfaction.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup.....	8
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Kualitas Produk	14
2.2.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	14
2.2.2 Inovasi Produk (<i>Product Innovation</i>).....	18
2.2.3 <i>Customer Perceived Value</i>	22
2.2.4 Kepuasan Pelanggan	23
2.2.4.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	24
2.2.4.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.2.4.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	27
2.2.4.4 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	29

2.2.5	Loyalitas Pelanggan	29
BAB III KERANGKA KONSEP PENELITIAN DAN PERUMUSAN		
	HIPOTESIS.....	35
3.1	Kerangka Konsep Penelitian.....	35
3.2	Hipotesis Penelitian.....	36
3.2.1	Pengaruh Kualitas Produk terhadap terhadap kepuasan pelanggan	36
3.2.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	37
3.2.3	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> dengan Kepuasan Pelanggan.....	38
3.2.4	Pengaruh Kualitas Produk terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan	39
3.2.5	Pengaruh Inovasi Produk terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan	40
3.2.6	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan	41
3.2.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap terhadap Loyalitas Pelanggan	41
BAB IV METODE PENELITIAN		
4.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
4.2.	Populasi dan Sampel Penelitian	43
4.2.1	Populasi Penelitian	43
4.2.2	Sampel Penelitian.....	43
4.3.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
4.2.3	Variabel Penelitian.....	44
4.2.4	Definisi Operasional	45
4.4.	Jenis dan Sumber Data.....	47
4.4.1	Jenis Data.....	47
4.4.2	Sumber Data	48
4.5.	Metode Pengumpulan Data.....	49

4.6. Analisis Deskriptif.....	49
4.7. Uji Validitas dan Reabilitas Data	51
4.7.1 Uji Validitas.....	51
4.7.2 Uji Reliabilitas	51
4.8. Metode Analisis Data	52
4.9. Uji Normalitas.....	52
4.10. Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)	53
4.11. Model Struktural (Structural Model).....	54
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
5.1 Gambaran Umum Mubarofood Cipta Delicia	55
5.1.1 Sejarah Perusahaan.....	55
5.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	56
5.1.3 Tujuan Perusahaan dan Produk yang dihasilkan	57
5.2 Kriteria Responden	57
5.4 Deskripsi Tanggapan Responden.....	59
5.6 Uji Validitas	66
5.7 Uji Reliabilitas	68
5.8 Uji Normalitas.....	69
5.8.1 Uji Univariate dan Multivariate	69
5.8.2 Uji Outliers Mahalanobis.....	71
5.9 Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)	72
5.9.1 Confirmatory Factor Analysis Konstruk Eksogen.....	72
5.9.2 Confirmatory Factor Analysis Konstruk Endogen	75
5.10 Persamaan Regresi pada SEM.....	79
5.11 Uji Determinasi (R^2)	81
5.12 Pengujian Hipotesis dengan Structural Equation Model (SEM).....	82
5.12.1 Analisis Pengaruh Langsung (Intervening)	83
5.12.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	87
5.13 Pembahasan Hasil Penelitian	90

5.13.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
5.13.2	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	91
5.13.3	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	92
5.13.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	92
5.13.5	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	93
5.13.6	Pengaruh <i>Customer Perceived Value</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	93
5.13.7	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	94
5.13.8	Pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	95
5.13.9	inovasi produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	95
5.13.10	Customer Perceived value berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan	95
6.1	Kesimpulan	96
6.2	Implikasi	98
6.2.1	Implikasi Teoritis	98
6.2.2	Implikasi Manajerial	99
6.3	Agenda penelitian mendatang	100
DAFTAR PUSTAKA		101