



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK FASHION
(STUDI PADA PELANGGAN MEREK NEVADA DI KUDUS)**

Oleh :

**MEUTIA FADLILATUL 'ULA ARIYANTO
201911165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI
KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK FASHION
(STUDI PADA PELANGGAN MEREK NEVADA DI KUDUS)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan jenjang Pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**MEUTIA FADLILATUL 'ULA ARIYANTO
201911165**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING
PADA PRODUK FASHION
(STUDI PADA PELANGGAN MEREK NEVADA DI KUDUS)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal 29 Desember 2023

Pembimbing I



Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K

NIDN. 0630098401


Pembimbing II



Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

NIDN. 0630109701

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M

NIDN. 0024037701

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING
PADA PRODUK FASHION
(STUDI PADA PELANGGAN MEREK NEVADA DI KUDUS)**


Nama : Meutia Fadlilatul 'Ula Ariyanto
NIM : 201911165
Program Studi : Manajemen

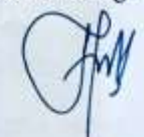
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, **06 Februari** 2024

Mengetahui
Ketua Program Studi

Pembimbing I


Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M
NIDN.0024037701


Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
NIDN.0630098401

Mengetahui

Pembimbing II


Dekan

Dr. Kerenti Sumekar, S.E., M.M
NIDN.0616077304


Keke Tamara Fahira, S.E., M.M
NIDN.0630109701

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Dan Dia mendapatimu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk.”

(QS. Ad Dhuha 7)

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Al Insyirah 6-8)

Persembahan :

Skripsi ini saya persembahkan untuk Ibu dan Papa, dengan rasa terima kasih dan kasih sayang yang mendalam. Terima kasih atas dukungan, kesabaran, dan doa-doa yang selalu membimbing setiap langkah hidup saya. Semoga skripsi ini menjadi ungkapan penghargaan dan doa terbaik untuk kedua orang tua, sumber inspirasi dan kekuatan sepanjang perjalanan hidup saya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua. Tak lupa sholawat serta salam saya haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan kita sebagai umatnya. Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keunggulan Bersaing Pada Produk Fashion (Studi Pada Pelanggan Merek Nevada di Kudus)”**. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K selaku Dosen Pembimbing 1 yang memberikan banyak pengarahan dan bimbingan selama penulis dalam menyelesaikan skripsi.

5. Keke Tamara Fahira, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen selaku staff pengajar yang telah membimbing dan megajari ilmu selama kuliah berlangsung.
7. Untuk kedua orang tua saya terimakasih atas semua kasih sayang yang diberikan, atas doa yang senantiasa dipanjatkan.
8. Untuk keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan do'a.
9. Teman-teman yang senantiasa memberikan semangat kepada penulis.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk dijadikan bahan referensi dan tambahan wawasan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, 2023

Penulis



Meutia Fadlilatul 'Ula Ariyanto

201911165

**PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEUNGGULAN BERSAING
PADA PRODUK FASHION
(STUDI PADA PELANGGAN MEREK NEVADA DI KUDUS)**

Meutia Fadlilatul ‘Ula Ariyanto
201911165

Pembimbing 1 : Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2 : Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan promosi terhadap kepuasan pelanggan melalui keunggulan bersaing. Objek penelitian ini adalah produk fashion merek Nevada di Kudus. Sampel penelitian ini sebanyak 138 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner. Uji instrument pada penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Keunggulan bersaing mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Inovasi produk, promosi, kepuasan pelanggan, keunggulan bersaing.

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION AND PROMOTION
ON CUSTOMER SATISFACTION THROUGH
COMPETITIVE ADVANTAGE ON FASHION PRODUCTS
(STUDY ON NEVADA BRAND CUSTOMERS IN KUDUS)**

Meutia Fadlilatul ‘Ula Ariyanto
201911165

Mentor 1 : Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K
2 : Keke Tamara Fahira, S.E., M.M

**UNIVERSITY MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGRAM**

ABSTRACTION

The purpose of this study was to analyze the influence of product innovation and promotion on customer satisfaction through competitive advantage. The object of this research is Nevada brand fashion products in Kudus. The sample for this research was 138 respondents. The data used in this research was by distributing questionnaires. The instrument test in this study used a reliability test and validity test. The analytical tool in this research uses SEM-AMOS version 24. The results of this research show that product innovation has a positive and significant influence on competitive advantage. Promotion has a positive and significant influence on competitive advantage. Product innovation has a positive and significant influence on customer satisfaction. Promotion has a positive and significant influence on customer satisfaction. Competitive advantage has a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Product innovation, promotion, customer satisfaction, competitive advantage.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI.....	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	10
1.3. Perumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	12
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
2.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
2.2.3 Indikator Kepuasan Pelanggan.....	16
2.3 Keunggulan Bersaing	17
2.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing	17
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing.....	18
2.3.3 Indikator Keunggulan Bersaing	19
2.4 Inovasi Produk.....	20
2.4.1 Pengertian Inovasi Produk	20

2.4.2	Indikator Inovasi Produk.....	21
2.5	Promosi.....	22
2.5.1	Pengertian Promosi	22
2.5.2	Indikator Promosi.....	23
2.6	Pengaruh Antar Variabel	24
2.6.1	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	24
2.6.2	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	25
2.6.3	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing	25
2.6.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing	26
2.6.5	Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan	27
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	27
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	31
2.9	Hipotesis	32
BAB III	33
3.1	Rancangan Penelitian	33
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.2.1	Variabel Penelitian	33
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.3	Jenis Data dan Sumber Data.....	36
3.3.1	Jenis Data	36
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.4	Populasi dan Sampel.....	37
3.4.1	Populasi	37
3.4.2	Sampel.....	38
3.5	Pengumpulan Data.....	39
3.5.1	Kuesioner	39
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	39
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	41
3.7	Pengolahan Data.....	41
3.8	Analisis Data.....	42

3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	42
3.8.2	Analisis dengan SEM AMOS	42
BAB IV	51
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	51
4.2	Deskripsi Responden.....	52
4.2.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2.2	Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.2.3	Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	53
4.2.4	Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	55
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	55
4.3.1	Statistik Deskriptif Inovasi Produk	56
4.3.2	Statistik Deskriptif Promosi	56
4.3.3	Statistik Deskriptif Keunggulan Bersaing.....	57
4.3.4	Statistik Deskriptif Kepuasan Pelanggan	58
4.4	Analisis Data	59
4.4.1.	Pengujian Konfirmatory Variabel Eksogen dan Endogen	59
4.4.2.	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi Full Model	66
4.4.3.	Uji Outliers.....	67
4.4.4.	Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	72
4.5	Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	73
4.6	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total.....	76
4.6.1.	Analisis Pengaruh Langsung antar Variabel Laten.....	77
4.6.2.	Analisis Pengaruh Tidak Langsung antar Variabel Laten.....	77
4.6.3.	Pengaruh Total	78
4.7	Pembahasan.....	79
4.7.1.	Pengaruh Inovasi produk Terhadap Kepuasan pelanggan	79
4.7.2.	Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan pelanggan	79
4.7.3.	Pengaruh Inovasi produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	81
4.7.4.	Pengaruh Promosi Terhadap Keunggulan Bersaing	82
4.7.5.	Pengaruh Keunggulan Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan	83
4.7.6.	Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Kepuasan	

Pelanggan Melalui Keunggulan Bersaing.....	84
BAB V.....	87
5.1. Kesimpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Ratings Dalam Kategori Celana Jeans	4
Tabel 1. 2 TOP Brand Award Kategori Celana Jeans Tahun 2021-2023	6
Tabel 3. 1 Skala likert	39
Tabel 3. 2 Uji <i>Goodness of Fit</i>	49
Tabel 4. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	54
Tabel 4. 4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	55
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Produk	56
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	57
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing	57
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	58
Tabel 4. 9 Standardized Regression Weights Variabel Eksogen	60
Tabel 4. 10 Standardized Regression Weights Variabel Endogen	61
Tabel 4. 11 Standardized Regression Weights Variabel Eksogen setelah Perbaikan Model	63
Tabel 4. 12 Standardized Regression Weights Variabel Endogen	64
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data	66
Tabel 4. 14 Mahalanobis d-squared	67
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Construct Reliability</i> Dan <i>Variance Extracted</i>	68
Tabel 4. 16 Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM	70
Tabel 4. 17 Uji Full Model <i>goodness of fit</i> SEM	71
Tabel 4. 18 Nilai Squared Multiple Correlation	72
Tabel 4. 19 Tabel Regression Weights	73
Tabel 4. 20 Hasil Pengujian Hipotesis	74
Tabel 4. 21 Pengaruh Langsung Variabel Laten	77
Tabel 4. 22 Pengaruh Tidak Langsung Variabel Laten	77

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1	Perkembangan Industri Fashion di Indonesia Tahun 2020-20223
Gambar 1. 2	Komentar Pelanggan Produk Fashion Merek Nevada Dalam Kategori Celana Jeans6
Gambar 1. 3	Postingan Produk Nevada Dibandingkan Produk Levis6
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran Teoritis.....31
Gambar 4. 1	Pengujian Konfirmatori Eksogen Sebelum Perbaikan Model.....59
Gambar 4. 2	Pengujian Konfirmatori Endogen Sebelum Perbaikan Model61
Gambar 4. 3	Pengujian Konfirmatori Eksogen Setelah Perbaikan Model62
Gambar 4. 4	Pengujian Konfirmatori Endogen Setelah Perbaikan Model.....64
Gambar 4. 5	Analisis Full Variabel Eksogen dan Endogen65
Gambar 4. 6	Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) Sebelum Perbaikan69
Gambar 4. 7	Hasil Uji Full Model Structural Equation Modelling (SEM) Setelah Perbaikan71