

PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN HARGA

TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BURGER KING MALL

KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Oleh:

Nama : Delby Fonda

NIM : 23170216

Skripsi

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Juni 2021

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

PENGESAHAN

PENGARUH INOVASI PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN BURGER KING MALL KELAPA GADING, JAKARTA UTARA

Diajukan Oleh

Nama : Delby Fonda

NIM : 23170216

Jakarta, 2 Juni 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing,



(Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2021

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Delby Fonda / 23170216 / 2021 / Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Burger King Mall Kelapa Gading, Jakarta Utara/ Pembimbing : Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.

Saat ini perkembangan bisnis di bidang makanan dan minuman sangat pesat, hal tersebut ditandai dengan semakin banyaknya jumlah *cafe* dan *restaurant* yang ada, terutama di kota-kota besar. Kesibukan di kota-kota besar menjadi salah satu penyebab masyarakat lebih menyukai makan di luar rumah, karena dirasa lebih efisien dan dapat digunakan sebagai sarana *refreshing*, baik bersama keluarga maupun bersama teman dan rekan kerja. Untuk mengatasi persaingan yang semakin kompetitif, para pebisnis *restaurant* perlu menerapkan ide-ide inovasi produk baru, promosi dan harga yang sesuai untuk menarik minat beli konsumen, dengan menciptakan persepsi positif di benak konsumen untuk menambah loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas konsumen dari Makanan Burger King di Mall Kelapa Gading melalui variabel inovasi produk, promosi dan harga. Loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang suatu produk atau jasa secara berkala. Konsumen yang loyal akan mempunyai komitmen untuk selalu mengkonsumsi produk atau merek tertentu dan tidak terpengaruh penawaran produk atau merek pesaing.

Loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang teguh oleh konsumen untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan secara konsisten terhadap suatu produk terpilih dikarenakan dirinya puas, tanpa berkeinginan untuk berpindah ke produk pesaing. Loyalitas konsumen terdiri dari 4 dimensi yaitu melakukan pembelian secara teratur, mereferensikan produk pada orang lain, membeli antar lini produk atau jasa, dan kebal terhadap produk pesaing.

Objek penelitian ini adalah Makanan Burger King di Mall Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Data responden yang digunakan adalah 175 sampel konsumen Burger King di Mall Kelapa Gading. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier ganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas konsumen dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan inovasi produk, promosi dan harga memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah inovasi produk dan promosi tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen makanan Burger King di Mall Kelapa Gading sedangkan harga memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen makanan Burger King di Mall Kelapa Gading.

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



ABSTRACT

Delby Fonda / 23170216 / 2021 / *The effect of Product Innovation, Promotion and Price on Consumer Loyalty at Burger King Mall Kelapa Gading, North Jakarta / Advisor: Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M.*

Currently, the business development in the food and beverage sector is very rapid, this is indicated by the increasing number of cafes and restaurants that exist, especially in big cities. Busyness in big cities is one reason people prefer to eat outside the home, because it is considered more efficient and can be used as a means of refreshing, both with family and with friends and colleagues. To cope with increasingly competitive competition, restaurant business people need to apply new product innovation ideas, promotions and appropriate prices to attract consumer buying interest, by creating positive perceptions in the minds of consumers to increase consumer loyalty. The purpose of this study was to determine consumer loyalty from Burger King Food at Mall Kelapa Gading through product innovation, promotion and price variables. Consumer loyalty is the commitment of consumers to re-subscribe or to make repeated purchases of a product or service on a regular basis. Loyal consumers will have a commitment to always consume certain products or brands and are not affected by product offerings or competing brands.

Consumer loyalty is a commitment that is firmly held by consumers to make repeat purchases or subscribe consistently to a selected product because they are satisfied, without wanting to switch to competing products. Consumer loyalty consists of 4 dimensions, namely repeat order, reference, purchase accros product line, and no interest toward competitor

The object of this research is Burger King Food at Mall Kelapa Gading. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. The respondent data used was 175 samples of Burger King Mall Kelapa Gading consumers. Data analysis techniques used in this study are the validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test and multiple linear regression analysis.

The classical assumption test results show that the regression model meets the assumption that residues are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict customer loyalty and based on the t test it can be concluded that the brand image and product quality have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.

The conclusion of this study is that product innovation and promotion do not have a positive influence on the customer loyalty for Burger King food at Mall Kelapa Gading while price has a positive effect on customer loyalty for Burger King food at Mall Kelapa Gading.

Keywords: *Product Innovation, Promotion, Price, Customer Loyalty*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, dan kasih-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Promosi dan Harga Burger King di Mall Kelapa Gading”** sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Pada kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya:

1. Dr. Drs. Tony Sitinjak, M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah berkenan menyisihkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, dorongan dan masukan kepada peneliti selama penyusunan skripsi.
2. Seluruh dosen dan staf pengajar di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
3. Seluruh staf perpustakaan dan staf ruang fotokopi yang telah membantu peneliti dalam memperoleh buku-buku dan referensi lainnya yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
4. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang telah memberi dukungan dan doa selama proses pembuatan skripsi.
5. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam membuat skripsi ini.
6. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.





Peneliti menyadari akan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki dan bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.

Akhir kata peneliti berharap agar apa yang telah dipaparkan dalam skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membaca dan memerlukannya.

Jakarta, Juni 2021

Delby Fonda

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Inovasi Produk.....	10
2. Promosi.....	14
3. Harga	17
4. Loyalitas Konsumen.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Obyek Penelitian	36
B. Desain Penelitian	36
C. Variabel Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	44



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengambilan Sampel	44
F. Teknik Analisis Data	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas.....	45
3. Analisis Deskriptif.....	46
4. Uji Asumsi Klasik	50
5. Analisis Regresi Berganda.....	52
6. Uji Keberartian Model (uji F).....	53
7. Uji Signifikan Koefisien (uji t).....	54
8. Koefisien Determinasi	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
B. Analisis Deskriptif.....	60
C. Hasil Penelitian.....	84
D. Pembahasan	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan.....	89
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN - LAMPIRAN	95

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Restaurant Fast Food For Teens Index Tahun 2019 dan 2020.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 1.....	26
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu 2.....	27
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu 3.....	28
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu 4.....	29
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu 5.....	30
Tabel 2.6	Penelitian Terdahulu 6.....	31
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk	40
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Promosi	41
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Harga	42
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Konsumen.....	43
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	60
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	62
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	63
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk	66
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi	66
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga.....	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	67
Tabel 4.9	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4.10	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	68
Tabel 4.11	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.12	Profil Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan	70
Tabel 4.13	Skor Rata-Rata Variabel Inovasi Produk.....	71
Tabel 4.14	Skor Rata-Rata Variabel Promosi	73
Tabel 4.15	Skor Rata-Rata Variabel Harga	75
Tabel 4.16	Skor Rata-Rata Variabel Loyalitas Konsumen.....	77

© Hak cipta ini milik Kwik Kian Gie (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan dilindungi Undang-Undang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.17 Hasil Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Keberhasilan Model (Uji F)	81
Tabel 4.21 Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t).....	82
Tabel 4.22 Koefisien Determinasi	84



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4.1 Gambar Logo Burger King	59

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Pra-Kuesioner	95
Lampiran 2	Data Pra-Kuesioner Variabel Inovasi Produk.....	102
Lampiran 3	Data Pra-Kuesioner Variabel Promosi.....	103
Lampiran 4	Data Pra-Kuesioner Variabel Harga	104
Lampiran 5	Data Pra-Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen.....	105
Lampiran 6	Output Uji Validitas Inovasi Produk.....	106
Lampiran 7	Output Uji Reliabilitas Inovasi Produk.....	106
Lampiran 8	Output Uji Validitas Promosi.....	107
Lampiran 9	Output Uji Reliabilitas Promosi.....	107
Lampiran 10	Output Uji Validitas Harga	108
Lampiran 11	Output Uji Reliabilitas Harga	108
Lampiran 12	Output Uji Validitas Loyalitas Konsumen.....	109
Lampiran 13	Output Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen.....	109
Lampiran 14	Kuesioner	110
Lampiran 15	Kuesioner dengan Google Docs.....	117
Lampiran 16	Data Kuesioner Variabel Inovasi Produk.....	119
Lampiran 17	Data Kuesioner Variabel Promosi.....	123
Lampiran 18	Data Kuesioner Variabel Harga	127
Lampiran 19	Data Kuesioner Variabel Loyalitas Konsumen.....	131
Lampiran 20	Data Profil Responden	135
Lampiran 21	Output Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	142
Lampiran 22	Output Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	142
Lampiran 23	Output Profil Responden Berdasarkan Usia	142
Lampiran 24	Output Profil Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan.....	143
Lampiran 25	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Inovasi Produk	143
Lampiran 26	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Promosi	144
Lampiran 27	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval Harga.....	144

© Hak cipta dilindungi IBIKKG Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Lampiran 28	Output Analisis Deskriptif Rata-Rata Variabel dan Confidence Interval	
	Loyalitas Konsumen	145
Lampiran 29	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas.....	145
Lampiran 30	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Heterokedastisitas	146
Lampiran 31	Output Uji Asumsi Klasik : Uji Multikolinieritas.....	146
Lampiran 32	Output Analisis Regresi Berganda : Uji F	147
Lampiran 33	Output Analisis Regresi Berganda : Uji t	147
Lampiran 34	Output Analisis Regresi Berganda : Koefisien Determinan	147
Lampiran 35	R Table Pearson	148
Lampiran 36	Tabel T	149

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.