

ABSTRAK

Mengingat kemajuan zaman di era globalisasi ini menyebabkan persaingan bisnis yang semakin maju dan semakin ketat sehingga para pelaku masing-masing usaha harus dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta menciptakan produk unggul sehingga mampu bersaing dengan para pelaku usaha sejenis yang juga mengikuti perkembangan persaingan bisnis di era saat ini. Peneliti yang terlibat dalam pengamatan terhadap konsumen produk Lip cream HANASUI ini mencoba untuk memastikan bagaimana Diferensiasi produk, inovasi serta iklan produk ini mampu mempengaruhi loyalitas konsumen produk ini. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif, yang mana metode ini menuju pada bentuk perolehan suatu data numerik di lapangan dengan Lip cream Hanasui sebagai objek dengan variabel independent yaitu diferensiasi (X1), Inovasi (X2) dan iklan (X3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas konsumen (Y). Subjek yang dipilih pada penelitian ini adalah Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang dengan pengumpulan data kuesioner yang diambil dari 88 responden. Metode analisis yang digunakan ialah analisis linear berganda, pengujian hipotesis dengan uji parsial (Uji t) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengaruh diferensiasi secara keseluruhan menghasilkan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen, (2) Pengaruh Inovasi menunjukkan hasil yang kurang signifikan terhadap loyalitas konsumen, (3) Pengaruh iklan secara parsial menunjukkan hasil yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Diferensiasi, Inovasi, Iklan, loyalitas konsumen

ABSTRACT

Considering the progress of the times in this globalization era causes business competition to be more advanced and tighter so that the actors of each business must be able to meet the needs of consumers and create superior products so that they are able to compete with similar business actors who also follow the development of business competition in the current era. Researchers who are involved in observing consumers of this HANASUI Lip cream product try to ascertain how Product differentiation, innovation and advertising of this product can affect the loyalty of consumers of this product. This research uses the quantitative descriptive method, which leads to the form of obtaining a numerical data in the field with Hanasui Lip cream as an object with independent variables, namely differentiation (X1), Innovation (X2) and advertising (X3) towards dependent variables, namely consumer loyalty (Y). The subjects chosen in this study were ITB Widya Gama Lumajang Students with questionnaire data collection taken from 88 respondents. The analysis method used is multiple linear analysis, hypothesis testing with partial test (Test t) and coefficient of determination. The results of this study show that (1)The effect of overall differentiation produces a significant effect on consumer loyalty,(2)The effect of Innovation leads to less significant results on consumer loyalty,(3)The effect of advertising partially shows significant results on consumer loyalty.

Keywords:*Difference, Innovation, Advertising, consumer loyalty*