

**PENGARUH INOVASI PRODUK, IKLAN DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DNA DISTROTION LUMAJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen



Ainul Hasan
NIM. 214121739

**PROGRAM SARJANA STRATA I
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA GAMA LUMAJANG
2018**

**PENGARUH INOVASI PRODUK, IKLAN, DAN CITRA MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DNA DISTROTION LUMAJANG**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, iklan dan citra merek yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada *DNA Distrotion* Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal atau penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih dan bersifat sebab akibat. Sampel yang diambil adalah 40 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial inovasi produk berpengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan, iklan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan citra merek mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DNA Distrotion* Lumajang. Secara simultan inovasi produk, iklan dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan *DNA Distrotion* Lumajang. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan $Y = 6,611 + 0,351X_1 + 0,813X_2 + 0,608X_3$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 49,4% loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu inovasi produk, iklan dan citra merek, sedangkan sisanya yaitu 50,6% loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah hanya meneliti inovasi produk, iklan dan citra merek sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, sedangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan diharapkan dapat diteliti oleh peneliti selanjutnya pada periode dan layanan internet yang berbeda.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Iklan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

**INFLUENCE OF INNOVATION OF PRODUCTS, AND BRAND IMAGE TO
CUSTOMER LOYALTY
DNA DISTROTION LUMAJANG**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product innovation, advertising and brand image significantly simultaneous to customer loyalty in DNA Distrotion Lumajang. This research is a quantitative research by finding associative association that is causal or research that is asking about the relationship between two or more variables and causality. The sample taken is 40 people. The sample technique used is purposive sampling.

The results of this study indicate that partially product innovation has a significant effect on customer loyalty, advertising has a significant influence on customer loyalty and brand image has a significant influence on customer loyalty DNA Distrotion Lumajang. Simultaneously product innovation, advertisement and brand image have a significant influence to customer loyalty DNA Distrotion Lumajang. Multiple linear regression function yielded $Y = 6,611 + 0,351X1 + 0,813X2 + 0,608X3$. The result of determination coefficient shows that 49,4% customer loyalty can be explained by independent variable that is product innovation, advertisement and brand image, while the rest is 50,6% customer loyalty influenced by other variables not examined in this research.

The limitation of this research is to investigate product innovation, advertisement and brand image as a factor affecting customer loyalty, while other variables that can influence customer loyalty are expected to be examined by next researcher in different period and internet service.

Keywords: Product Innovation, Advertisement, Brand Image, Customer Loyalty