

JURNAL

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DI SHOWROOM SEPEDA MOTOR BEKAS RESKI
DI PASIR JAMBU KECAMATAN RAMBAH
KABUPATEN ROKAN HULU.**

*Diajukan Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH :

SYAFRIZAL
NIM : 1225124

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN**

2016

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN DI SHOWROOM SEPEDA MOTOR BEKAS RESKI DI
PASIR JAMBU KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU**

Artikel ilmiah ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan Studi sarjana(S-I)
di Universitas Pasir Pengaraian

Ditetapkan dan disahkan di Pasir Pengaraian
Pada tanggal 22 November Tahun 2016

Pembimbing I



Makmur, SE., MMA
NIDN:1010038001

Oleh:

Pembimbing II



Seprini, SE., MM
NIDN: 1025097804

**Mengetahui
Ka. Prodi Manajemen**



Seprini, SE., MM
NIDN: 1025097804

Surat Pernyataan Sumber Tulisan Artikel Ilmiah

Saya yang menandatangani surat pernyataan ini:

NAMA : SYAFRIZAL

NIM : 1225124

- 1) Menyatakan bahwa artikel ilmiah yang saya tulis benar bersumber dari kegiatan penelitian/ perencanaan yang telah dilakukan sendiri oleh penulis bukan oleh pihak lain.
- 2) Naskah ini belum pernah di terbitkan/ dipublikasikan dalam bentuk prosiding maupun jurnal sebelumnya

Dengan surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran tanpa paksaan pihak manapun juga untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pasir Pengaraian, 22 November 2016

Yang Membuat Pernyataan


SYAFRIZAL
NIM: 1225124

Pembimbing I


MAHMUR, SE., MMA
NIDN:101 0038001

Menyetujui
Ketua Program Studi Manajemen


SEPRINI, SE., MM
NIDN: 1025097804

ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI SHOWROOM SEPEDA MOTOR BEKAS RESKI DI PASIR JAMBU KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU.

Syafrizal¹⁾, Makmur²⁾, Seprini³⁾

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pasir Pengaraian

¹⁾syafzaldaludalu@gmail.com; ²⁾Makmur@gmail.com; ³⁾Seprini@gmail.com

ABSTRAK

Syafrizal. Nim 1225124. Tahun 2016. Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Showroom Sepeda Motor Bekas Reski Di Pasir Jambu Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu. Pembimbing Utama: Makmur, SE., MMA dan Pembimbing Kedua: Seprini, SE., MM.

Penelitian dilakukan di Showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Untuk mengetahui inovasi produk di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu, mengetahui Loyalitas Konsumen pada showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu, mengetahui pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu. Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah semua pembeli yang datang pada Showroom sepeda motor bekas Reski di Pasir Jambu Kecamatan Rambah pada Tahun 2015 yang diambil 75 orang, teknik analisis data yang digunakan Analisis Deskriptif dan Analisis Kuantitatif Uji Signifikan, dengan menggunakan regresi linier sederhana Uji Koefisien (R^2), Uji (uji t), hasil analisis data diatas dapat disusun persamaan regresi linier $Y = (70.668) + .123.$, dapat dibaca $r = 0,838$ dan r squeranya adalah 0,004. Uji Hipotesis Untuk variabel Inovasi, nilai F hitung sebesar .225 dengan signifikannya 0,636 karena F hitung > F tabel (.225 > 0,174) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti secara parsial faktor inovasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu.

A. Latar Belakang

Dalam lingkungan yang terus berkembang dan cepat berubah, showroom tidak cukup mempertahankan sikap menarik pelanggan atau memperluas dialer baru. Tantangan para pemilik showroom yang sedang

dihadapi saat ini adalah meningkatkan loyalitas pelanggan untuk tetap menjaga kemauannya dalam memilih merek sepeda motor. Pemasaran sendiri harus luas dan tidak sekedar hanya menunggu pemikiran yang luas agar bisa

memajukan usahademi mendapatkan konsumen yang lebih banyak. Strategi pemasaran yang diterapkan sangat bervariasi sesuai dengan keunggulan produk yang di pasarkan dan selera konsumen pada suatu daerah. Dengan kondisi persaingan yang semakin ketat antar pengusaha dan penjual, setiap penjualan harus mampu berlomba untuk mempertahankan konsumen agar tidak beralih ke pedagang lain. Showroom sepeda motor bekas reski adalah showroom yang terletak di Pasir Jambu yang merupakan showroom

Dari perbandingan perkembangan antara showroom sepeda motor bekas Reski dengan produk lain lebih jauh tertinggal, serta bagusnya pelayanan di showroom tersebut sehingga masyarakat tertarik untuk membeli sepeda motor.

Dari latar belakang tersebut, menjadi dasar pertimbangan bagi penulis dengan judul penelitian **“ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DI SHOWROOM SEPEDA MOTOR BEKAS RESKI DI PASIR JAMBU KECAMATAN RAMBAH KABUPATEN ROKAN HULU.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat

Honda yang sangat murah, dan harga bisa dinegosiasi dengan pemiliknya tanpa ada perantara atau calo.

Sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu, Pasir Pengaraian adalah showroom sepeda motor bekas yang pertama kali berdiri di Desa Pasir Jambu Pasir Pengaraian sekaligus merupakan showroom yang paling banyak pelanggannya, berbagai macam faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen, di bawah ini adalah data penjualan showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu.

dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana inovasi produk di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu?
2. Bagaimana Loyalitas Konsumen pada showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui inovasi produk di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu

2. Untuk mengetahui loyalitas konsumen pada showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.

A. Landasan Teori

a. Pengertian Inovasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), inovasi adalah pemasukan atau pengenalan hal-hal baru, pembaharuan, penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Dari pengertian inovasi tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah proses kreatif dalam melakukan penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Sedangkan

kemampuan inovatif seorang wirausaha merupakan proses mengubah peluang menjadi suatu gagasan dan ide-ide yang dapat dijual.

Thomas (2008: 57)

bahwa inovasi produk merupakan satu hal yang potensi untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya terciptanya pelanggan

b. Indikator Inovasi produk:

Menurut Thomas (2008: 57) indikator inovasi produk yaitu:

1. Perubahan desain
Adalah perubahan modif yang ada terjadi pada sebuah produk.

2. Inovasi teknis
Adalah bentuk atau cara para produsen memberikan pelayanan kepada para konsumen.

3. Pengembangan produk
Adalah mengembangkan usaha produk sesuai dengan keyakinan dan pelayanan yang baik sehingga menarik konsumen.

c. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Istilah loyalitas sering kali di perdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari,

tetap menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Dalam banyak definisi Ali Hasan (2008:81) menjelaskan loyalitas sebagai berikut:

1. Sebagai konsep generik, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

2. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaannya, bila loyalitas merk mencerminkan komitmen psikologis

terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.

3. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia, yang terus-menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Menurut Ali Hasan (2008:83) Pelanggan adalah orang atau instansi/kantor yang membeli barang

maupun jasa secara berulang. Pelanggan dapat berupa individu (perorangan) maupun kolektif (organisasi). Secara umum pelanggan dibagi menjadi 2 jenis, yaitu :

1. Pelanggan Internal (*Internal Customer*), yaitu pelanggan yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, meskipun unit kerja atau bagian berbeda, tetapi jika masih dilingkungan perusahaan maka dapat dikategorikan sebagai pelanggan internal.

d. Pelanggan eksternal (*External Customer*), yaitu pelanggan yang berasal dari luar

perusahaan, yang membeli barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau mereka yang terkena dampak dari produk, tetapi bukan anggota organisasi penghasil produk

B. Faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan

Pendapat Ali Hasan (2008:82) Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap suatu produk yaitu :

1. Kepuasan Pelanggan
Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau rasakan.

2. Kualitas Pelayanan
Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Ali Hasan (2008:81) Adapun ciri-ciri Pelanggan yang memiliki rasa loyal sebagai berikut :

1. *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur).
2. *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk

- yang lainnya dari perusahaan Anda)
3. *Refers others*(memberikan referensi pada orang lain)
 4. *Demonstrates in immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing/ tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing).

C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah uraian dan visualisasi hubungan atau kaitan antara konsep atau terhadap konsep yang lainnya, atau antara variabel satu dengan variabel lain dari masalah yang diteliti

(Notoatmodjo, 2010 : 83).

Kerangka konsep dalam penelitian ini untuk mengetahui Pagaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di Showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris (Fatimah Dkk. 2009 : 22). Dari penjelasan tersebut diatas maka di ungkapkan hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga inovasi berpegaruh terhadap loyalitas konsumen pada Showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu.

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

a. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Showroom sepeda motor Bekas Reski Pasir Jambu Pasir Pengaraian, Kabupaten Rokan Hulu pada bulan Juli- Oktober 2016.

b. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2013 : 119). Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah semua pembeli yang datang pada Showroom sepeda motor

bekas Reski di Pasir Jambu Kecamatan Rambah pada Tahun 2015 yang diambil sampelnya sebanyak 75 orang.

Sampel adalah sebagian dari seluruh individu yang menjadi objek penelitian. (mardalis, 2014 : 55), Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan teknik *simple random sampling* dimana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diseleksi sebagai sampel (Notoatmodjo, 2010 : 120).

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Metode observasi (Pengamatan) adalah suatu hasil perbuatan jiwa secara

aktif dan penuh perhatian untuk menyadari adanya rangsangan. Maksudnya antara lain meliputi melihat, mendengar, dan mencatat sejumlah taraf aktifitas tertentu atau situasi tertentu yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti (Notoatmodjo, 2010 : 131).

Dalam hal ini pengamat atau peneliti ikut berperan aktif dalam kegiatan-kegiatan yang tengah diamati atau diselidiki.

2. Metode kuesioner

Metode kuesioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti membagikan secara langsung kuesioner kepada responden untuk dijawab sendiri oleh responden tanpa ada paksaan dari luar. Setelah kuesioner diisi oleh responden kuesioner di kembalikan secara langsung pada peneliti untuk diolah selanjutnya Sugiyono (2012 : 199).

3. Dokumen, Arsip showroom dan Studi pustaka

Mengambil data sekunder yaitu berupa dokumen showroom misalnya data penjualan lainnya. Selain itu data Sekunder juga didapatkan melalui Studi Pustaka yang ada.

C. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil disimpulkan bahwa indikator perubahan desain pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu Baik dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 46 (61,3%). Ini terbukti dengan hasil jawaban responden pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu yang selalu dapat perubahan desain yang baik, disimpulkan bahwa indikator tren masa kini pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu sedang dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 36 (48%). Ini terbukti dengan kurangnya minat masyarakat yang memilih produk yang baru suatu masalah yang kadang

terjadi, bahwa Indikator pengembangan produk pada showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu sedang dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 42 (59,1%). Ini terbukti dengan pengembangan produk yang ada pada showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu. Loyalitas yang dimiliki konsumen pada showroom Reski Pasir Jambu Rokan Hulu sedangkan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 40 (53,3%). Ini terbukti dengan loyalitas konsumen dalam memilih produk untuk diri sendiri, bahwa potensial yang mempunyai daya tarik terhadap sepeda motor yang di jual oleh Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu baik

dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 53 (70,7%). Ini terbukti dengan *prospects* di Showroom Reski Pasir Jambu Rokan Hulu yang baik, bahwa indikator *costumer* pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu Baik dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 48 (64%). Ini terbukti dengan hasil jawaban respon tentang *customers* pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu memberikan layanan yang baik bagi konsumen, dapat disimpulkan bahwa *clients* pada showroom Reski Pasir Jambu Rokan Hulu Baik dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 52 (69,3%). Ini terbukti dengan pembelian ulang yang

menunjukkan loyalitas pada konsumen lebih memiliki dorongan pasif pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu selalu mengadakan layanan yang baik, bahwa yang memberikan dorongan yang positif pada perusahaan dengan merekomendasikannya kepada orang lain pada Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu Baik dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 47 (62,7%). Ini terbukti dengan pilihan jawaban responden tentang advokates selalu memberikan kesempatan konsumen memilih produk, bahwa *partners* hubungan yang sangat erat antara konsumen dengan *supplier* yang keduanya saling memperlihatkan

keuntungan di Showroom Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu Baik dengan jumlah jawaban responden tertinggi yaitu 50 (66,6%). Ini terbukti dengan partners baik bagi konsumen maupun produsen baik, bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel untuk setiap item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Sesuai dengan ketentuan bahwa jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka data kuisioner dikatakan valid, hasil olahan data SPSS validitas loyalitas diketahui bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel untuk setiap item pertanyaan yang diajukan kepada responden. Sesuai dengan ketentuan bahwa jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka data kuisioner

dikatakan valid sebab item pernyataan sudah diatas 0,23, hasil analisis data diatas dapat disusun persamaan regresi linier $Y = (70.668) + .123.$, dapat dibaca r 0, 838 dan r squeranya adalah 0,004. Uji Hipotesis Untuk variabel Inovasi, nilai F hitung sebesar .225 dengan signifikannya 0,.636 karena F hitung > F tabel (.225 > 0,174) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti secara parsial faktor inovasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu.

D. Kesimpulan

1. Dari hasil olahan data maka dapat dihasilkan bahwa inovasi produk di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Baik dengan

bukti jawaban responden yang memilih Indikator perubahan desain sebesar 46(61,3%) .

2. Hasil yang didapatkan dari olahan data pilihan jawaban responden tentang loyalitas konsumen pada showroom bekas Reski Pasir Jambu Pasir Pengaraian maka didapatkan hasil olahan data dari jawaban responden yang memilih Indikator prospek yaitu sebesar 53 (70,7%) dalam arti kata loyalitas pada Showroom Reski Pasir Jambu Baik.
3. Pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen di showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan Hulu

angkanya signifikan t, persamaan regresi linier $Y = (70.668) + .123$, sedangkan besar pengaruh inovasi terhadap loyalitas konsumen showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu R^2 adalah 0.64%.

E. Saran

1. Disarankan pada kepala showroom sepeda motor bekas Reski Pasir Jambu Kabupaten Rokan Hulu untuk selalu berlaku inovasi produk dalam memuaskan konsumen.
2. Disarankan pada seluruh karyawan dan anggota showroom bekas Reski agar lebih meningkatkan produk dengan cara meningkatkan lagi produk baru agar konsumen loyal terhadap showroom bekas berkat Reski

Pasir Jambu Kabupaten
Rokan Hulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alihasan, 2008, *Marketing*,
media utama:
Yogyakarta.
- Catur, 2006, *Pemasaran
barang dan jasa*, cetakan
keenam, Penerbit :
Kanisius, Yogyakarta.
- Daryanto. 2011. *Manajemen
Pemasaran*, Bandung :
PT. Sarana Tutorial
Nurani Sejahtera.
- Fatimah. 2009. *Ekonomika
Mikro*, Yogyakarta :
Nuha Litera.
- Jurnal. Taufan Yunanda, (2013).
*Pengaruh Diferensiasi
Produk dan Inovasi Produk
Terhadap Loyalitas
Konsumen*. CV. Labonita
Makmur.
- Jurnal. Risky Nurhayati, (2010)
Judul *penelitian Pengaruh
Kualitas Produk dan Harga
Terhadap Loyalitas
Pelanggan (Studi pada
Mahasiswa Universitas*.
- Jurnal. Yenny Rachmawati
Setiawan, (2006) *Pengaruh
kepuasan pelayanan
terhadap loyalitas nasabah
dan strategi untuk mencapai
keunggulan bersaing pada
Bank Permata Cabang
Yogyakarta*
- Kamus Besar Bahasa Indonesia
Revisi Ke IV 2008. Balai
Puskata Jakarta.
- Klother. 2006. *Manajemen
Pemasaran*, Indonesia : PT.
Indeks
- Klother Philip dan Lanekeller Kevin.
2009. *Manajemen
Pemasaran, Jilid II Alih*
- Narbuko Cholid. 2010. *Metodologi
Penelitian*, Jakarta : Bumi
Aksara
- Nugroho 2013. PT Karisma Putra
Utama.
- Noto Admojo 2010. *Perilaku
Konsumen Edisi Revisi*,
Jakarta : PT. Kharisma
Putra Utama
- Sibagariang. 2010. *Metode
Penelitian dalam Teori &
Praktek*, Jakarta : PT.
Rineka Cipta
- Sugiyono. 2012. *Metode
Penelitian Kombinasi
(Mixed methods)*, Bandung :
ALFABETA
- Sunyoto Danang .2013. *Perilaku
Komsumen*, Yogyakarta
:CAPS
- Tomas. 2008. *Pemasaran
Strategi*, Yogyakarta : Andi
Offset

