

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI
PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES
CAFE BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Eligius Chlorella Tama
200910062**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI
PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES
CAFE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
Eligius Chlorella Tama
200910062**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Eligius Chlorella Tama
NPM : 200910062
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH INOVASI, KUALITAS PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI PT ROTI GARUDA KENCANA KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, di dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 23 Januari 2024



Eligius Chlorella Tama
200910062

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI
PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES
CAFE BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Eligius Chlorella Tama
200910062**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 23 Januari 2024



**Mauli Siagian, S.Kom, M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pembahasan salah satu kafe di Batam dan menyimpulkan hasil dari penelitian. Penelitian ini dilakukan di Board Games Cafe Batam Kecamatan Lubuk Baja Kota Batam. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 127 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kuantitatif serta studi kasus. Olah data penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 27. Hasil penelitian yang bertujuan untuk membangun hubungan antar variabel, objek kajian, faktor, atau alat ilmiah lainnya yang dapat dibandingkan dengan penelitian ilmiah sebelumnya disebut dengan replikasi. Oleh sebab itu, seandainya sebuah perseroan melantaskan inovasi yang berbeda dan baru jadi akan terlihat memajukan kepercayaan pengunjung agar datang ke kafe yang dituju, bagi kuantitas makanan dan minuman setiap kali terjaga peringkatnya dan sesuai yang diharapkan pengunjung bisa menaikkan kepercayaan pengunjung kepada kafe itu dan membuat pelanggan menjadi loyal juga akan meningkatkan volume kunjungan kafe untuk berkumpul dan bersenang – senang bersama. Digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam. Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam. Digital marketing, variasi produk dan inovasi produk, secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Board Games Cafe Batam.

Kata Kunci : *Digital marketing*, variasi produk, inovasi produk, loyalitas pelanggan, kafe

ABSTRACT

This research aims to find out the discussion of one of the cafes in Batam and conclude the results of the research. This research was conducted at Board Games Cafe Batam, Lubuk Baja District, Batam City. The number of respondents in this study was 127 people. The type of research used is quantitative and case study. This research data was processed using the SPSS 27 application. Research results that aim to establish relationships between variables, study objects, factors, or other scientific tools that can be compared with previous scientific research are called replication. Therefore, if a company carries out a different and new innovation, it will be seen to increase the trust of visitors to come to the cafe it is intended for, the quantity of food and drinks each time is maintained and according to visitors' expectations, it can increase visitors' trust in the cafe and attract customers. Being loyal will also increase the volume of cafe visits to gather and have fun together. Digital marketing has a positive and significant effect on customer loyalty at Board Games Cafe Batam. Product variations have a positive and significant effect on customer loyalty at Board Games Cafe Batam. Product innovation has a positive and significant effect on customer loyalty at Board Games Cafe Batam. Digital marketing, product variety and product innovation, together have a positive and significant effect on customer loyalty at Board Game Cafe Batam.

Keywords: *Digital marketing, product variety, product innovation, customer loyalty, cafe*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. membantu proses penelitian;

7. Responden yang telah membantu penulis untuk mengisi kuesioner yang dapat membantu proses penelitian;
8. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, yang tiada henti memberikan dukungan, motivasi, ilmu, semangat, serta doa dalam penyusunan skripsi ini.

Batam, 23 Januari 2024



Eligius Chlorella Tama



DAFTAR ISI

PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES CAFE BATAM.....	i
PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES CAFE BATAM.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PENGARUH DIGITAL MARKETING, VARIASI PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BOARD GAMES CAFE BATAM.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR RUMUS	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Digital Marketing	16
2.1.2 Variasi Produk.....	20
2.1.3 Inovasi Produk.....	24
2.1.4 Loyalitas Pelanggan	26

2.2	Penelitian Terdahulu	28
2.3	Kerangka Pemikiran	34
2.3.1	Pengaruh Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan	34
2.3.2	Pengaruh Variasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.3.3	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan	35
2.4	Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Sifat Penelitian	38
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	38
3.3.1	Lokasi Penelitian	38
3.3.2	Periode Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	39
3.4.1	Populasi	39
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	40
3.4.3	Teknik Sampling	41
3.5	Sumber Data	42
3.6	Metode Pengumpulan Data	42
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	43
3.7.1	Variabel Bebas	43
3.7.2	Variabel Terikat	44
3.8	Metode Analisis	44
3.8.1	Analisis Deskriptif	44
3.8.2	Uji Kualitas Data	45
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	47
3.8.4	Uji Pengaruh	49
3.9	Uji Hipotesis	50
3.9.1	Uji t (Uji Parsial)	50
3.9.2	Uji F (Uji Simultan)	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1	Sejarah Objek Penelitian	53

4.1.2	Logo Perusahaan	53
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	54
4.2.1.	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	54
4.2.2.	Karakteristik Tingkat Usia Responden	54
4.2.3.	Karakteristik Jenis Pekerjaan Responden	55
4.2.4.	Karakteristik Tingkat Pendapatan Responden	55
4.2.5.	Karakteristik Frekuensi Kunjungan Responden	56
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden	57
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Digital Marketing	57
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variasi Produk	59
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Inovasi Produk.....	61
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan	62
4.4	Analisis Data	63
4.4.1	Hasil Analisis Data.....	63
4.4.2	Hasil Uji Kualitas Data	64
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.4	Uji Pengaruh.....	72
4.5	Pengujian Hipotesis.....	75
4.5.1	Uji t (Uji Parsial)	75
4.5.2	Hasil Uji F (Simultan)	77
4.6	Pembahasan	78
4.6.1	Pengaruh Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian	78
4.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.6.3	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.6.4	Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	81
4.7.1	Implikasi Teoritis	81
4.7.2	Implikasi Praktis.....	81
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1	Simpulan.....	83
5.2	Saran.....	83

DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	92
LAMPIRAN 2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP	12
LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	13

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil <i>Facebook</i> Board Games Cafe Batam.....	5
Gambar 1.2 Profil <i>Google Maps</i> Board Games Cafe Batam.....	6
Gambar 1.3 Profil <i>Instagram</i> Board Games Cafe Batam.....	7
Gambar 1.4 Daftar <i>Menu</i> Makanan Board Games Cafe Batam	8
Gambar 1.5 Daftar <i>Menu</i> Minuman Board Games Cafe Batam.....	9
Gambar 1.6 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1 Logo Board Games Cafe Batam	53
Gambar 4.2 <i>Histogram</i>	69
Gambar 4.3 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	70
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i>	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	39
Tabel 3.2 Kategori Skala Likert	42
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 3.4 Operasional Variabel Terikat	44
Tabel 3.5 Rentang Skala Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	55
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pengunjung	56
Tabel 4.6 Skor Indikator <i>Digital Marketing</i> (X ₁).....	57
Tabel 4.7 Skor Indikator Variasi Produk (X ₂)	59
Tabel 4.8 Skor Indikator Inovasi Produk (X ₃).....	61
Tabel 4.9 Skor Indikator Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	62
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X ₁ , X ₂ , X ₃ dan Y	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X ₁)	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variasi Produk (X ₂)	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X ₃)	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y ₁).....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Digital Marketing</i> (X ₁).....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Variasi Produk (X ₂).....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X ₃).....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y ₁)	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial)	75
Tabel 4.24 Hasil Uji F (Simultan).....	77

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Isaac dan Michael	40
Rumus 3.2 Rentang Skala	45
Rumus 3.3 Uji Validitas	45
Rumus 3.4 Uji Reliabilitas	46
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda	49