

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN DAN INOVASI TERHADAP  
LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN MEREK  
PRODUK ROKOK SAMPOERNA DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**KALVIN MEWARTA**

**NIM : 2015210672**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN DAN INOVASI TERHADAP  
LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN MEREK  
PRODUK ROKOK SAMPOERNA DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**KALVIN MEWARTA**

**NIM : 2015210672**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2019**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN DAN INOVASI TERHADAP  
LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN  
MEREK PRODUK ROKOK SAMPOERNA  
DI SURABAYA**

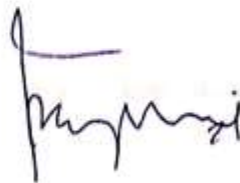
Diajukan oleh :

**KALVIN MEWARTA**

**NIM : 2015210672**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal ..... 6 FEBRUARI 2019 .....



**(Emma Yullanti, S.E.,MM)**

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN DAN INOVASI TERHADAP  
LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN  
MEREK PRODUK ROKOK SAMPOERNA  
DI SURABAYA**

Disusun oleh

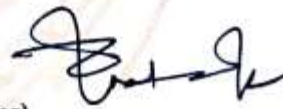
**KALVIN MEWARTA**

**NIM : 2015210672**

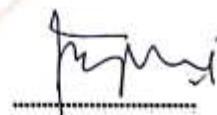
Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
Pada tanggal 20-02-2019

Tim penguji

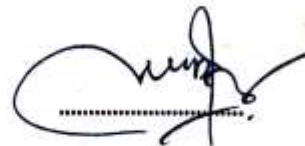
**Ketua : (Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog)**



**Sekretaris : (Emma Yulianti, SE., MM)**



**Anggota : (Mochamad Nurhadi, S.kom., M.M.)**



## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Calvin Mewartu  
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya , 25 April 1997  
N.I.M : 2015210672  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Dan Inovasi Terhadap Loyalitas Merek Dengan Mediasi Kepuasan Merek Produk Rokok Sampoerna Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Tanggal : 6 MEI 2019



Burhanudin, SE.,M.Si.,Ph.D.

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 6 MEI 2019



Emma Yulianti, SE.,MM

## MOTTO

*“Ngluruk Tanpa Bala, Menang Tanpa Ngasorake, Sekti Tanpa Aji-  
Aji, Sugih Tanpa Bandha”*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesabaran dan kesehatan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas nikmat yang engkau berikan hingga saat ini. Selain itu saya juga menyampaikan beribu-ribu ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan secara langsung ataupun tidak langsung kepada saya, diantaranya:

1. **Allah SWT**, atas berkat ridho dan karunianya akhirnya saya bisa menyelesaikan studi di STIE Perbanas Surabaya dan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan lancar hingga lulus.
2. **Kedua Orang Tua**, yang selalu memberikan dukungan moril, support dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. **Ibu Emma Yulianti, SE.,MM** selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing terimakasih banyak ya ibu.
4. Dosen Wali **Dr.Dra.Ec.Rr Iramani M.Si**, terima kasih banyak atas nasihatnya sampai saya bisa menyelesaikan proses perkuliahan saya dengan lancar.

## KATA PENGANTAR

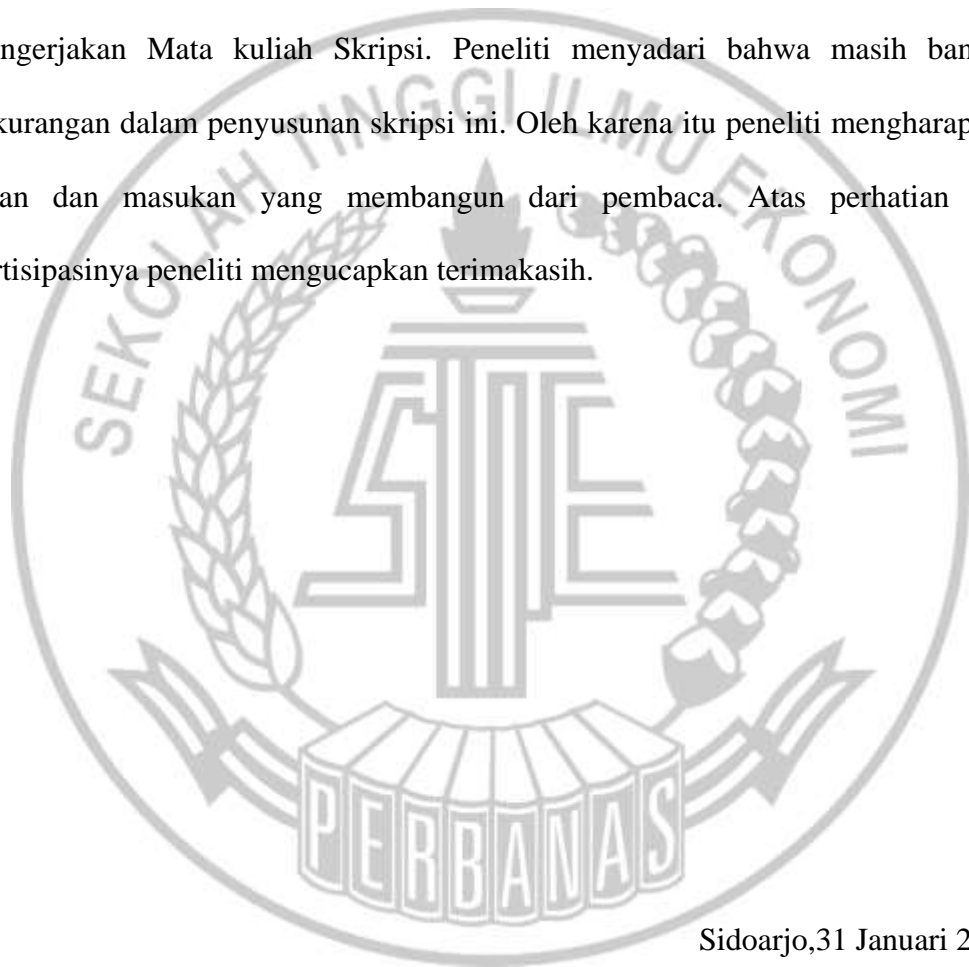
Segala puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul **“pengaruh nilai yang dirasakan dan inovasi terhadap loyalitas merek dengan mediasi kepuasan merek produk rokok sampoerna di surabaya”**. Dimana Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata satu jurusan manajemen.

Skripsi ini, di tulis dengan menggunakan data-data primer dan juga sekunder yang didapat dari buku-buku yang berkaitan dengan mata kuliah skripsi dan juga melalui data-data penyebaran kuesioner kepada responden-responden yang sudah di tentukan. Disini saya tidak lupa mengucapkan banyak terima kasih, kepada para bapak-ibu dosen yang sudah memberikan ilmunya, membimbing saya dan juga membantu dalam menyelesaikan tugas mata kuliah skripsi ini, yaitu :

1. Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si. Selaku ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Burhanudin S.E., M.Si., Ph.D. Selaku ketua program studi sarjana manajemen STIE Perbanas Surabaya yang telah memberikan arahan selama menjadi mahasiswa STIE Perbanas Surabaya.
3. Emma Yulianti S.E.,MM. Selaku dosen pembimbing yang memiliki peran besar dalam menyelesaikan tugas skripsi ini, dimana sudah meluangkan waktunya, tenaganya dan juga pikirannya untuk memberikan bimbingan, arahan, dan juga ilmunya kepada penulis.

4. Segenap dosen dan seluruh karyawan STIE Perbanas Surabaya yang sudah dengan sabar membimbing dan mendidik saya mulai dari semester satu sampai lulus.

Semoga Penelitian ini, dapat memberikan manfaat yang lebih kepada para pembaca dan juga bisa menjadi bahan referensi bagi rekan-rekan yang sedang mengerjakan Mata kuliah Skripsi. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari pembaca. Atas perhatian dan partisipasinya peneliti mengucapkan terimakasih.



Sidoarjo, 31 Januari 2019

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.4 Kerangka Pemikiran.....	30
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Rancangan Penelitian.....	33
3.2 Batasan Penelitian.....	34
3.3 Identifikasi Variabel.....	34
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	34
3.5 Instrumen Penelitian.....	38
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	44
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	51
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	51
4.2 Analisis Data.....	56

4.3	Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....		86
5.1	Kesimpulan.....	86
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	87
5.3	Saran.....	87
DAFTAR RUJUKAN		
LAMPIRAN		



## DAFTAR TABEL

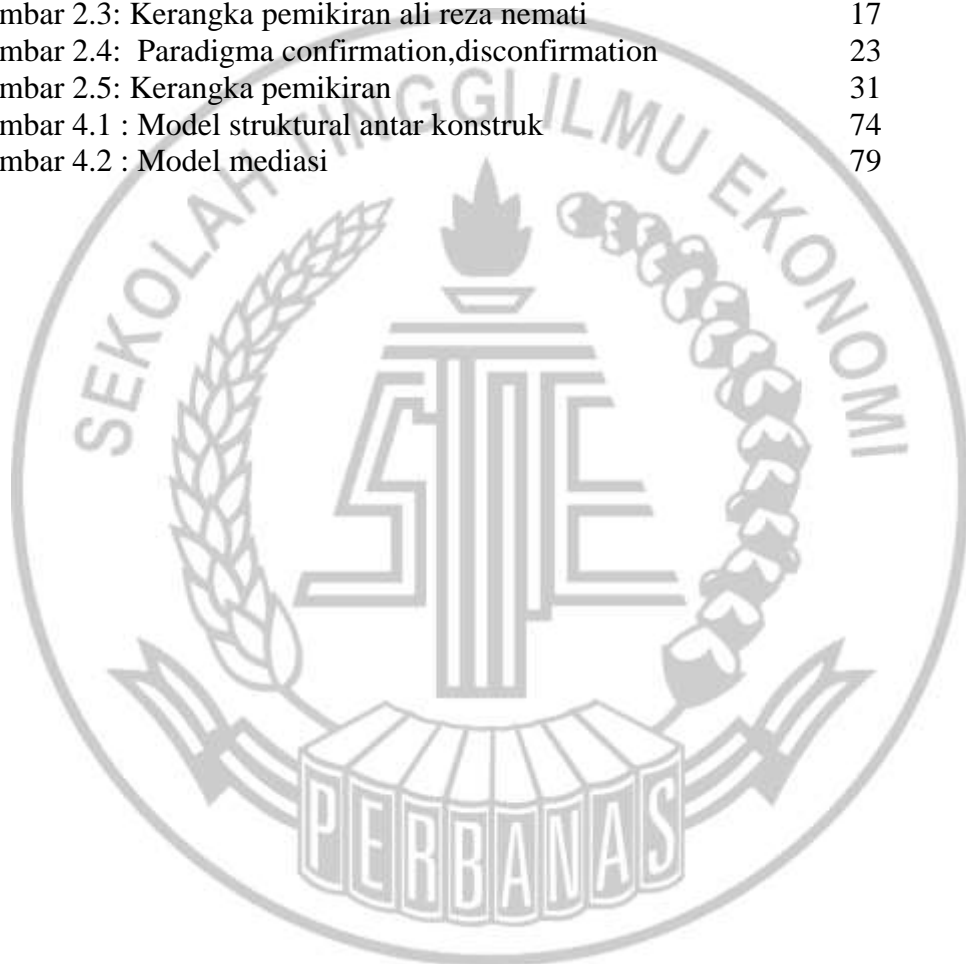
### Halaman

Tabel 1.1 : Top brand index rokok tahun 2014	4
Tabel 2.1 : Perbandingan penelitian terdahulu dan sekarang	18
Tabel 3.1 : Kriteria penilaian indikator	37
Tabel 3.2 : Tabel interval kategori	38
Tabel 3.3 : Kisi-kisi kuesioner	40
Tabel 4.1 : Karakteristik responden menurut usia	52
Tabel 4.2 : Karakteristik responden menurut jenis kelamin	53
Tabel 4.3 : Karakteristik responden menurut pekerjaan	54
Tabel 4.4 : Karakteristik responden menurut penghasilan atau Uang saku	55
Tabel 4.5 : Karakteristik responden menurut lama mengkonsumsi	55
Tabel 4.6 : Tabel interval kategori	57
Tabel 4.7 : Tanggapan responden terhadap variabel inovasi	57
Tabel 4.8 : Tanggapan responden terhadap variabel nilai yang Dirasakan	58
Tabel 4.9 : Tanggapan responden terhadap variabel kepuasan merek	59
Tabel 4.10: Tanggapan responden terhadap variabel loyalitas merek	60
Tabel 4.11 : Hasil uji validitas sampel kecil	62
Tabel 4.12 : Nilai AVE	62
Tabel 4.13 : Cross loading	63
Tabel 4.14 : Akar kuadrat AVE	64
Tabel 4.15 : Hasil uji validitas sampel besar	65
Tabel 4.16 : Nilai AVE	66
Tabel 4.17 : Cross loading	67
Tabel 4.18: Akar kuadrat AVE	68
Tabel 4.19 : Hasil uji reliabilitas sampel kecil	69
Tabel 4.20 : Hasil uji reliabilitas sampel kecil	70
Tabel 4.21 : Hasil uji reliabilitas sampel besar	71
Tabel 4.22 : Hasil uji reliabilitas sampel besar	72
Tabel 4.23 : General result	74
Tabel 4.24 : Path coefficients an p value	75
Tabel 4.25: R square vif dan q square	76
Tabel 4.26: Pengujian hipotesis pengaruh langsung	77
Tabel 4.27: Indirect effect	79

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 : Konsumsi tembakau	2
Gambar 2.1 : Kerangka pemikiran civilai Leckie	15
Gambar 2.2 : Kerangka pemikiran raditha hapsari	16
Gambar 2.3: Kerangka pemikiran ali reza nemati	17
Gambar 2.4: Paradigma confirmation,disconfirmation	23
Gambar 2.5: Kerangka pemikiran	31
Gambar 4.1 : Model struktural antar konstruk	74
Gambar 4.2 : Model mediasi	79



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner  
Lampiran 2 : Data responden  
Lampiran 3 : Tabulasi data responden  
Lampiran 4 : Rekapitulasi tanggapan responden  
Lampiran 5 : Hasil uji validitas dan reliabilitas  
Lampiran 6 : Proses WarpPLS



**THE INFLUENCE OF PERCEIVED VALUE AND INNOVATION OF  
BRAND LOYALTY WITH MEDIATING SATISFACTION BRAND  
SAMPOERNA CIGARETTE PRODUCTS IN SURABAYA**

**Kalvin Mewarta**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2015210672@students.perbanas.ac.id](mailto:2015210672@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*Competition in the business world is very strict, all companies are trying to improve products to bring out products and fly wings to all regions. a company in order to survive must always innovate to develop its products to bring new products to continue to be known to the community. The purpose of this study was to assess perceived value, innovation, brand satisfaction and brand loyalty in Sampoerna's cigarette products in Surabaya. 100 respondents were selected by the purposive method aside, therefore the sample used was based on predetermined criteria, sampoerna cigarette users who lived in Surabaya and had a minimum age of 19 years. data collection is done by distributing questionnaires. This study uses the WarpPLS test tool. The results of this study indicate that the perceived value has a significant influence on brand satisfaction, innovation has a significant influence on brand satisfaction, brand satisfaction has a significant influence on brand loyalty of users of Sampoerna cigarettes in Surabaya and perceived value, innovation has an influence on loyalty the brand through mediating the brand satisfaction of Sampoerna cigarette users in Surabaya.*

**Keywords :** *Perceived value, innovation, brand satisfaction, brand loyalty*

**PENGARUH NILAI YANG DIRASAKAN DAN INOVASI TERHADAP  
LOYALITAS MEREK DENGAN MEDIASI KEPUASAN MEREK  
PRODUK ROKOK SAMPOERNA DI SURABAYA**

**Kalvin Mewarta**

STIE Perbanas Surabaya

Email : [2015210672@students.perbanas.ac.id](mailto:2015210672@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRAK**

Dalam dunia bisnis sangatlah ketat, semua perusahaan berusaha untuk meningkatkan produk memunculkan produk dan mengibarkan sayap ke seluruh wilayah. suatu perusahaan agar dapat bertahan hidup harus selalu berinovasi mengembangkan produknya memunculkan produk baru agar terus dikenal masyarakat. tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai nilai yang dirasakan, inovasi, kepuasan merek dan loyalitas merek pada produk rokok Sampoerna di Surabaya. 100 responden yang dipilih dengan metode purposive sampling, maka dari itu sampel yang digunakan didasarkan pada kriteria yang telah ditentukan, pengguna rokok sampoerna yang bertempat tinggal di Surabaya dan memiliki umur minimal 19 tahun. pengambilan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan alat uji WarpPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan merek, inovasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan merek, kepuasan merek memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas merek pengguna rokok Sampoerna di Surabaya dan nilai yang dirasakan, inovasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas merek dengan melalui mediasi kepuasan merek pengguna rokok Sampoerna di Surabaya.

**Kata Kunci :** Nilai yang dirasakan, inovasi, kepuasan merek, loyalitas merek