

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan merupakan kunci penting dalam kelangsungan bisnis, ditandai dengan kesetiaan dan kepercayaan pelanggan terhadap suatu bisnis. Hal ini tercermin dalam pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan ketidacenderungan untuk beralih ke pesaing. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk adalah komponen utama yang membentuk loyalitas pelanggan. Inovasi produk membuat pelanggan merasa senang dan nyaman dalam membeli, serta meningkatkan kepercayaan karena produk tersebut memiliki keunggulan. Maka demikian, inovasi produk memiliki peran yang signifikan dalam pembentukan loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi inovasi produk Menantea menurut pelanggan di DKI Jakarta dan Jawa Barat, serta untuk mengukur tingkat loyalitas pelanggan di wilayah tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana inovasi produk berdampak pada loyalitas pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam tentang cara-cara di mana Menantea dapat meningkatkan daya saingnya di pasar minuman dan meningkatkan loyalitas pelanggan melalui inovasi produk.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian adalah pelanggan Menantea yang tinggal di DKI Jakarta dan Jawa Barat, dan sampel responden berjumlah 100 orang. Metode pengambilan sampel *probability* dengan metode *simple random sampling* digunakan dalam penelitian ini. Data diproses melalui analisis deskriptif serta analisis regresi linier sederhana.

Hasil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa inovasi produk Menantea mendapatkan respon yang baik atau positif dari pelanggan Menantea di DKI Jakarta dan Jawa Barat. Selanjutnya pelanggan Menantea di DKI Jakarta dan Jawa Barat memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Temuan analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan Menantea fokus pada pengembangan dan diversifikasi varian produk dengan mempertimbangkan umpan balik pelanggan dan tren pasar, serta meluncurkan varian baru yang unik dan menarik untuk meningkatkan preferensi konsumen. Penelitian berikutnya disarankan mengeksplorasi variabel lain yang memengaruhi loyalitas pelanggan, seperti kualitas produk, citra merek, harga, dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Loyalitas Pelanggan