

SARI

Prasetyo, M,G, Rani. 2019. Peran Mediasi Kepuasan Konsumen dan Moderasi Orientasi Inovasi pada Hubungan antara Inovasi Persepsian dan Kesetiaan Merek di rumah sakit Dr. Moewardi Surakarta Jawa Tengah. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Pembimbing II. Ariefah Yulandari, SE.,MM.

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh inovasi persepsian, kepuasan konsumen pada kesetiaan merek serta pengaruh orientasi inovasi pada hubungan antara inovasi persepsian dan kesetiaan merek. Ketika konsumen puas atas sebuah produk, mereka akan membeli lebih banyak. Inovasi yang berkelanjutan menjadikan konsumen puas karena produsen selalu melakukan pembaharuan terhadap produk atau layanannya.

Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengguna jasa dan karyawan rumah sakit Dr. Moewardi Surakarta. Teknik penyempelan yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan populasi pengguna jasa rumah sakit/pasien rawat jalan umum/non BPJS 77 responden dan karyawan rumah sakit sebanyak 77 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi mediasi dan regresi moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan inovasi persepsian berpengaruh signifikan terhadap kesetiaan merek rumah sakit, kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan merek.

Kata kunci : inovasi persepsian, kepuasan konsumen, orientasi inovasi, kesetiaan merek.

ABSTRACT

Prasetyo, M,G, Rani. 2019. *Mediation Role of Consumer Satisfaction and Moderation of Innovation Orientation on the Relationship between Perceived Innovation and Brand Loyalty at Dr. Moewardi Surakarta Hospital, Center of Java. Faculty of Economic. Setia Budi University. Advisor I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Advisor II. Ariefah Yulandari, SE.,MM.*

This study aims to examine the effect of perceived innovation, consumer satisfaction on brand loyalty and the influence of innovation orientation on the relationship between perceived innovation and brand loyalty. When consumers are satisfied with a product, they will buy more. Continuous innovation makes consumers satisfied because producers always update their products or services.

The data obtained through questionnaires are distributed to Dr. Moewardi Surakarta Hospital's service user and employee. Sampling technique that used is purposive sampling with a population of service users (general outpatients / non BPJS) 77 respondents and 77 hospital employees. Hypothesis testing using by mediation and moderation regression analysis.

The results of this study indicate that perceived innovation has a significant effect on brand loyalty, customer satisfaction has a significant effect on brand satisfaction at Dr. Moewardi Surakarta Hospital.

Keywords : perceived innovation, customer satisfaction, innovation orientation, brand loyalty.