

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## **PENGARUH INOVASI TERHADAP WOM DENGAN STORE IMAGE, CONSUMER VALUE, STORE BRAND EQUITY DAN SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI RESTORAN CEPAT SAJI DI KOTA BATAM**

**Nama: Shelly  
NPM: 1641097**

### **ABSTRAK**

Pada era yang sudah serba canggih ini kehidupan dan kegiatan manusia mulai berorientasi pada teknologi yang mendorong dilakukannya berbagai inovasi. Inovasi memiliki dampak terhadap kinerja bisnis, namun penelitian mengenai inovasi dalam layanan bisnis masih sangat sedikit. Dalam ritel, inovasi telah membangkitkan banyak hal minat akademik dan bisnis dalam beberapa tahun terakhir. Karya ini menganalisis inovasi dalam pengalaman ritel dari perspektif inovasi pemasaran dan inovasi teknologi untuk memahami dampaknya pada kepuasan dan rekomendasi selanjutnya.

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif yang dikembangkan dalam konteks pengalaman konsumen membeli makanan dan minuman di restoran cepat saji. Sampel diambil berasal dari para pengunjung restoran cepat saji yang ada di Kota Batam menggunakan teknik *simple random sampling*. Dalam penelitian ini peneliti akan menganalisa hubungan antara inovasi pemasaran terhadap *store image*, *consumer value*, dan kepuasan konsumen; inovasi teknologi terhadap *store image*, *consumer value*, dan kepuasan konsumen; *store image* terhadap kepuasan konsumen; *consumer value* dalam usahamemiliki dampak yang positif terhadap *store brand equity*; *store brand equity* memiliki dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen; dan hubungan antara kepuasan konsumen terhadap *WOM*, variabel yang disebutkan sebelumnya adalah dikarenakan penelitian sebelumnya yang memberikan gambaran umum untuk masalah yang akan dipelajari.

**Keyword:** *inovasi, pemasaran, nilai, teknologi, ekuitas merek, kepuasan, WOM, retail*