

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis variabel Inovasi dan Promosi terhadap Loyalitas Konsumen pada penggunaan layanan Go-Pay. Jenis penelitian ini adalah analisis kausal dengan pendekatan kuantitatif. Objek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan layanan Go-Pay. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *non probability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Convenience sampling*. Dengan metode analisis data Variance Based Structural Equation Model dengan alat analisis Smart-PLS 3.2.9. Berdasarkan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Inovasi, Promosi, Loyalitas Konsumen



ABSTRACT

The purpose of this study was to test and analyze the variables of Innovation and Promotion on Consumer Loyalty in the use of Go-Pay services. This type of research is a causal analysis with a quantitative approach. The object of this research is consumers who use Go-Pay services. The sample in this study was 100 respondents with the sampling carried out in this study using a non-probability sampling technique, because the magnitude of the probability of an element being selected as a subject is unknown. The sampling method was carried out by the convenience sampling method. With data analysis method Variance Based Structural Equation Model with analysis tool Smart-PLS 3.2.9. Based on data analysis conducted in this study, it shows that innovation and promotion have a positive and significant effect on consumer loyalty.

Keywords: *Innovation, Promotion, Consumer Loyalty*

