

**PENGARUH INOVASI PRODUK, *GREEN MARKETING*, DAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN DENGAN *BRAND AWARENESS* SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA JAMU ROYAL LEBAH**

**Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pasca Sarjana Universitas Prima Indonesia**

**KENNEDY
NIM. 243304811014**

ABSTRAK

Studi didorong oleh turunnya konsumen Jamu Royal Lebah, menunjukkan penurunan loyalitas konsumen. Loyalitas merupakan faktor kunci dalam mencapai tujuan perusahaan, sehingga menjadi krusial untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang menentukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, *green marketing*, dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan *brand Awareness* sebagai variabel moderasi pada Jamu Royal Lebah. Penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner skala Likert. Data diolah menggunakan Smart-PLS. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk mengambil 87 responden dari total populasi 654 konsumen Jamu Royal Lebah (berdasarkan rumus Slovin). Inovasi produk merupakan faktor kunci yang mendorong loyalitas konsumen pada Jamu Royal Lebah, dan pengaruh ini semakin kuat dengan adanya *brand awareness*. Sebaliknya, strategi *green marketing* dan harga yang diterapkan saat ini belum mampu menjadi pendorong loyalitas, baik secara langsung maupun melalui *brand awareness*.

Kata kunci : Inovasi Produk, *Green Marketing*, harga, Loyalitas Konsumen, *brand Awareness*

ABSTRACT

This study is motivated by a decline in consumer loyalty among users of Royal Bee herbal medicine. Because loyalty is a key factor in achieving company goals, it is crucial to identify the elements that determine it. This study aims to determine the effect of product innovation, green marketing, and price on consumer loyalty, with brand awareness acting as a moderating variable for Jamu Royal Lebah. This quantitative research employs a Likert scale questionnaire, with data processed using Smart-PLS. A purposive sampling technique was used to select 87 respondents from a total population of 654 customers, based on the Slovin formula. Findings indicate that product innovation is a key driver of consumer loyalty to Jamu Royal Lebah, and this influence is strengthened by brand awareness. In contrast, current green marketing and pricing strategies have not been able to drive loyalty, either directly or through brand awareness.

Keywords: Product Innovation, Green Marketing, Price, Consumer Loyalty, brand Awareness