

PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MINA BUNGA CEMPAKA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG

Sonia Qothrunnada Salsabila¹, Zulistiani², Sigit Ratnanto³
Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. K.H. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri,
Jawa Timur
soniaqothrunnada@gmail.com

Abstract

Melihat persaingan di era globalisasi yang semakin ketat, menuntut pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam membuat suatu produk. Apalagi pada saat ini terdapat banyak usaha makanan yang mirip sehingga persaingan antara pelaku usaha lebih sulit lagi. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (2) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Kreativitas Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (3) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (4) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Inovasi, Kreativitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara simultan. Teknik penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Teknik analisis yang dipakai yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis yang dipakai adalah uji t dan uji F menggunakan software SPSS 25. Hasil penelitian dapat disimpulkan (1) Inovasi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $0,036 < T$ Table $2,0128$. (2) Kreativitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $6,116 < T$ Table $2,0128$. (3) Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $5,751 < T$ Table $2,0128$. (4) Inovasi, Kreativitas, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Dengan Nilai F hitung $75,472 > F$ tabel $2,8662$.

Kata Kunci: inovasi, kreativitas, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Abstrak

Seeing that competition in the era of globalization is increasingly fierce, it requires business actors to be creative and innovative in making products. Moreover, currently there are many similar food businesses so competition between business actors is even more difficult. The objectives of this research are (1) to determine the significant influence of innovation on customer satisfaction of UMKM Mina Bunga Cempaka partially, (2) to determine the significant influence of creativity on customer satisfaction of UMKM Mina Bunga Cempaka partially, (3) to determine the significant influence of service quality Regarding Customer Satisfaction of UMKM Mina Bunga Cempaka partially, (4) To determine the significant influence of innovation, creativity and service quality on customer satisfaction of UMKM Mina Bunga Cempaka simultaneously. This research technique uses a quantitative approach. The population used in this research is Mina Bunga Cempaka MSME customers. The sampling technique used was 40 respondents. The analysis techniques used are the classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, hypothesis tests used are the t test and F test using SPSS 25 software. The results of the research can be concluded (1) Innovation has no significant effect on partial customer satisfaction with value. T Count $0.036 < T$ Table 2.0128 . (2) Creativity has a significant influence on partial customer satisfaction with a calculated T value of $6.116 < T$ Table 2.0128 . (3) Service Quality has a Significant Influence on Customer Satisfaction Partially with a calculated T Value of $5.751 < T$ Table 2.0128 . (4) Innovation, Creativity and Service Quality have a significant influence on customer satisfaction simultaneously with a calculated F value of $75.472 > F$ table 2.8662 .

Keywords: innovation, creativity, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang meluas, industri makanan merupakan industri yang berkembang pesat dan banyak permintaannya. Seiring berjalannya waktu, mobilitas penduduk yang semakin meningkat menyebabkan tingginya kebutuhan masyarakat khususnya pada sektor pangan. Melihat fenomena-fenomena yang terjadi, membuat pelaku usaha harus mampu menciptakan suatu produk yang kreatif dan inovatif untuk menarik minat beli konsumen.

Salah satu usaha yang cukup dikenal di Kabupaten Tulungagung adalah Mina Bunga Cempaka. Mina Bunga Cempaka adalah UMKM milik Ibu Siti Masitoh yang terletak di Dusun Krandekan, Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung merupakan rumah produksi sekaligus outlet yang menyediakan berbagai produk dengan olahan ikan yang berdiri sejak tahun 2015 dengan produk pertamanya yaitu sumpia ebi. UMKM ini menjual produk berbasis olahan ikan seperti: Rengginang ikan patin, kulit patin crispy, onde-onde abon lele, dan masih banyak lagi. Produk berbasis olahan ikan dari UMKM Mina Bunga Cempaka dapat ditemukan di outletnya yang beralamatkan di Dusun Krandekan, Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung dan juga beberapa daerah seperti Surabaya, Jakarta, Trenggalek dan toko retail wilayah Kabupaten Tulungagung dengan harga yang relatif terjangkau, mulai dari Rp 10.000 – Rp 25.000.

Inovasi merupakan hal yang melekat dan sangat penting dalam suatu bisnis dan juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Inovasi akan menciptakan suatu produk baru dan meningkatkan nilai tambah suatu produk serta dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Seorang pelaku usaha dituntut untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini tidak terlepas dari keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah. Dengan inovasi yang baik dan mengikuti perkembangan jaman, konsumen akan merasa sangat puas dengan berbelanja ditempat tersebut sehingga penjualan juga akan meningkat [1]. Inovasi produk yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk yang dibelinya [2] Selain untuk mencari pasar, inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) namun yang terpenting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*).

Cara lain untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kreativitas. Kreativitas sendiri memiliki arti kemampuan untuk menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru yang berbeda dengan sebelumnya. Dalam menjalankan usaha agar mampu bertahan dan bersaing dipasar, maka seorang pelaku usaha hendaknya mampu memiliki kreatifitas yang tinggi, hal ini juga harus dilakukan oleh seorang pelaku usaha dalam melakukan kegiatan bisnis. Kreativitas dapat membantu pelaku usaha untuk memahami lebih baik kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan melakukan kreativitas produk, pelaku usaha dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan [3]. Dalam dunia bisnis, tuntutan terhadap kemampuan kreativitas sangatlah penting, karena dunia bisnis perkembangannya sangat cepat dan tingkat persaingan antar pelaku usaha dengan berbagai produk dan industrinya sangat tinggi [4].

Selain inovasi dan kreativitas, hal yang harus diperhatikan dalam dunia bisnis adalah kualitas pelayanan. Layanan memainkan peran penting dalam memenuhi harapan konsumen dan permintaan untuk produk atau layanan secara keseluruhan. Proses ini terdiri dari menawarkan layanan kepada konsumen, memilih barang, memberikan barang, secara fisik atau elektronik merekam permintaan, pembayaran, pengiriman, dan mengkoordinasikan pengolahan barang yang dikembalikan kepada konsumen pada saat keluhan [5] Kualitas pelayanan terbaik merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis untuk dapat bertahan dan menjaga kepercayaan pelanggannya [6]. Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan ekspektasi pelanggan atas layanan yang mereka

terima/peroleh, Kualitas pelayanan mencakup beberapa hal, yaitu kualitas pelayanan berkaitan dengan perbedaan antara kenyataan dan ekspektasi pelanggan, Kenyataan adalah layanan/jasa yang benar-benar diterima atau dirasakan pelanggan dari perusahaan pemberi jasa.

Ekspektasi adalah harapan pelanggan terhadap suatu layanan sebelum mereka menerima layanan tersebut. Jika kenyataan lebih dari ekspektasi, maka layanan dapat dianggap berkualitas, begitupun sebaliknya jika kenyataan kurang dari ekspektasi, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk oleh pelanggan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi atau melebihi ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap kualitas suatu layanan. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin puas pula pelanggannya [7].

Kepuasan pelanggan adalah penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapan mereka, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka pelanggan akan kecewa [8]. Kepuasan pelanggan sangat penting karena hilangnya satu pelanggan akan berdampak pada pelanggan lainnya dan menyebabkan penurunan pembelian, kepuasan pelanggan adalah reaksi terhadap pelayanan atau kinerja (*outcome*) yang diterima, pelanggan akan membandingkan kinerja (*outcome*) dengan harapan yang diinginkan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan maka konsumen tidak puas [9]. Pelanggan merasa puas jika performa yang diberikan melebihi harapan yang mereka miliki. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau jasa yang ditawarkan kemungkinan besar akan menjadi pelanggan berulang dari penyedia tersebut [10]

Penelitian [11] menunjukkan bahwa Inovasi dan kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [12] menunjukkan hasil bahwa inovasi dan kreativitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasar perbedaan penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi, Kreativitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM MINA BUNGA CEMPAKA Di Kabupaten Tulungagung”**.

METODE

Terdapat dua variabel pada penelitian ini, yaitu variabel bebas (inovasi, kreativitas, kualitas pelayanan) dan variabel terikat (kepuasan pelanggan). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausalitas dengan menggunakan analisis uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) menggunakan bantuan software SPSS 25 dengan sampel sebanyak 40 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Accidental Sampling*. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan dari UMKM Mina Bunga Cempaka yang dipilih secara acak. Sumber data pada penelitian ini adalah primer dan sekunder, data primer didapatkan dari hasil observasi dan wawancara sedangkan data sekunder didapatkan secara tidak langsung yaitu dengan hasil penelitian terdahulu maupun buku dan jurnal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Data

Tabel 1. Uji Validitas Data

Variabel	Item	r hitung	sig	r tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,781	0,000	0,3120	Valid
	Y1.2	0,790	0,000	0,3120	Valid
	Y2.1	0,798	0,000	0,3120	Valid
	Y2.2	0,876	0,000	0,3120	Valid
	Y3.1	0,752	0,000	0,3120	Valid
	Y3.2	0,838	0,000	0,3120	Valid
Inovasi (X1)	X1.1.1	0,823	0,000	0,3120	Valid
	X1.1.2	0,583	0,000	0,3120	Valid
	X1.2.1	0,805	0,000	0,3120	Valid
	X1.2.2	0,830	0,000	0,3120	Valid
	X1.3.1	0,858	0,000	0,3120	Valid
	X1.3.2	0,890	0,000	0,3120	Valid
Kreativitas (X2)	X2.1.1	0,803	0,000	0,3120	Valid
	X2.1.2	0,829	0,000	0,3120	Valid
	X2.2.1	0,882	0,000	0,3120	Valid
	X2.2.2	0,841	0,000	0,3120	Valid
	X2.3.1	0,842	0,000	0,3120	Valid
	X2.3.2	0,860	0,000	0,3120	Valid

Hasil tabel 1 untuk setiap variabel memiliki tabel r lebih dari (0,312), yang menunjukkan bahwa data tersebut valid dan cocok untuk digunakan sebagai ukuran dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Batas Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,724	0,6	Reliabel
Inovasi	0,887	0,6	Reliabel
Kreativitas	0,918	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,939	0,6	Reliabel

Menurut tabel di atas, peringkat Alpha Cronbach pada kepuasan pelanggan adalah $0,724 > 0,60$; inovasi adalah $0,887 > 0,60$, kreativitas adalah $0,918 > 0,60$; dan kualitas pelayanan adalah $0,939 > 0,60$, yang berarti, keseluruhan variabel terbukti dan teruji reliabilitasnya.

Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Total	Persentase
1	Laki-laki	17	42,5%
2	Perempuan	23	57,5%
	Total	40	100%

Hasil tabel 3 menunjukkan bahwa kebanyakan pembeli pada UMKM Mina Bunga Cempaka adalah perempuan, terbukti dari total responden yaitu sebanyak 57,5%.

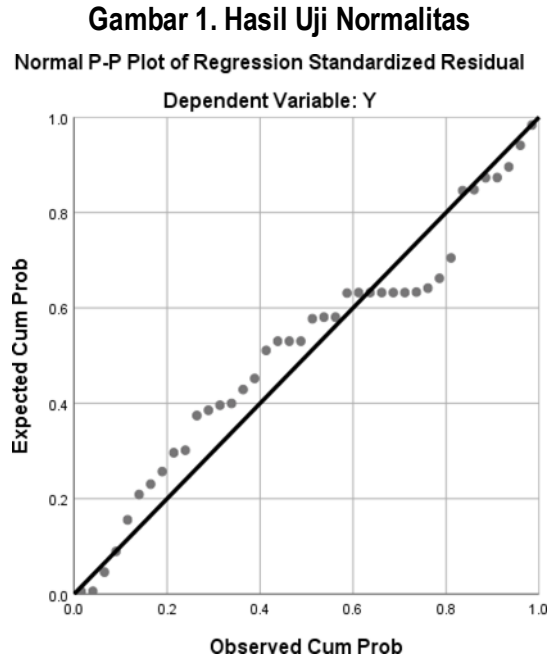
Karakteristik Responden Berdasar Usia

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasar Usia

No	Usia	Total	Persentase
1	11-20	5	12,5%
2	21-30	29	72,5%
3	31-40	3	7,5%
4	41-50	3	7,5%
	Total	40	100%

Hasil tabel 4 menunjukkan bahwa pembeli terbanyak pada UMKM Mina Bunga Cempaka berada di rentang usia 21-30.

Uji Normalitas



Pengujian normalitas terbukti berdistribusi normal, sebab data menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti garis diagonal, sehingga model regresi yang diperoleh memenuhi asumsi klasik normalitas.

Uji Multikolonearitas

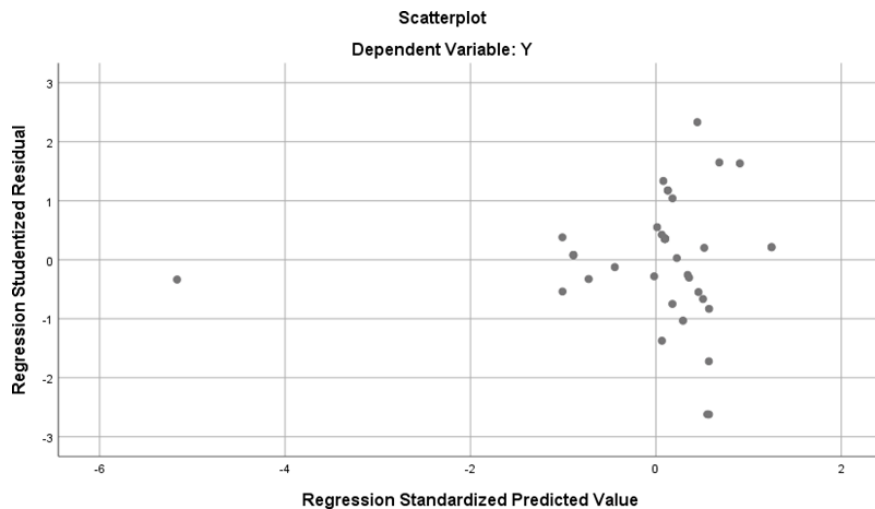
Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.494	1.740		.284	.778		
	X1	.003	.084	.003	.036	.972	.438	2.281
	X2	.450	.074	.490	6.116	.000	.593	1.686
	X3	.313	.055	.545	5.751	.000	.425	2.355

a. Dependent Variable: Y

Dari pengujian multikolonieritas diatas, bahwa nilai VIF < 10 sehingga dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas antar variabel.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 2. Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil *output* diatas menggambarkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.494	1.740		.284	.778		
	X1	.003	.084	.003	.036	.972	.438	2.281
	X2	.450	.074	.490	6.116	.000	.593	1.686
	X3	.313	.055	.545	5.751	.000	.425	2.355

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 0,494 + 0,003X1 + 0,450X2 + 0,313X3 + e$$

Persamaan diatas mempunyai arti sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a) = 0,494
Bila variabel inovasi (X1), kreativitas (X2) dan kualitas pelayanan (X3) = 0, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) = 0,494.
2. Koefisien (X1) = 0,003
Masing-masing peningkatan satu variabel inovasi, kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,003. Kebalikannya jika variabel inovasi mengalami penyusutan, kepuasan pelanggan tidak mengalami peningkatan sebesar 0,003.
3. Koefisien (X2) = 0,450
Masing-masing peningkatan satu variabel kreativitas, kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,450. Kebalikannya jika variabel kreativitas mengalami penyusutan, kepuasan pelanggan tidak mengalami peningkatan sebesar 0,450.

4. Koefisien (X3) = 0,313

Masing-masing peningkatan satu variabel kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan sebesar 0,313. Kebalikannya jika variabel kualitas pelayanan mengalami penyusutan, kepuasan pelanggan tidak mengalami peningkatan sebesar 0,313.

Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan 2 uji hipotesis, yaitu uji t (secara parsial) dan uji f (secara simultan)

Uji t (Parsial)

**Tabel 6. Uji t
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	.494	1.740		.284	.778
	X1	.003	.084	.003	.036	.972
	X2	.450	.074	.490	6.116	.000
	X3	.313	.055	.545	5.751	.000

a. Dependent Variable: Y

Uji t pada penelitian ini memiliki 2 hipotesis, yaitu :

1. Apabila nilai signifikan > 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.
2. Apabila nilai signifikan < 0,05 maka variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi memiliki nilai signifikan sebesar 0,972 > 0,05 yang berarti variabel inovasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kreativitas memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti variabel kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji f (simultan)

Tabel. 7 Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292.580	3	97.527	75.472	.000 ^b
	Residual	46.520	36	1.292		
	Total	339.100	39			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Uji f pada penelitian ini memiliki 2 hipotesis, yaitu :

1. Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel X tidak berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel Y.
2. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel X berpengaruh bersamaan terhadap variabel Y.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan keseluruhan variabel $< 0,05$ yang berarti variabel inovasi (X1), kreativitas (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh bersamaan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.929 ^a	.863	.851	1.137

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji koefisien determinasi menjelaskan bahwa adanya variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain inovasi, kreativitas dan kualitas pelayanan sebesar 14,9%.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian variabel Inovasi memiliki T hitung $0,036 < T$ table $2,0128$ dan nilai Sig. $0,972 > 0,05$. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa variabel Inovasi tidak berpengaruh karena variabel Inovasi belum memiliki peranan penuh dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan belum terbukti bahwa Inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Inovasi belum tentu memberikan nilai yang baik kepada pelanggan sehingga dapat memicu pelanggan untuk merasakan kepuasan pelanggan. UMKM Mina Bunga Cempaka telah menerapkan Inovasi yang mampu bersaing dan unggul diantara UMKM lainnya. Inovasi tersebut dapat menjadi pertimbangan

pelanggan dalam memutuskan puas atau tidaknya saat membeli suatu produk. Sehingga apabila Inovasi semakin ditingkatkan dan diperbaiki maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan dari UMKM Mina Bunga Cempaka.

2. Pengaruh Kreativitas terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian variabel Kreativitas memiliki nilai T hitung 6,116 > T tabel 2,0128 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa variabel Kreativitas berpengaruh karena variabel Kreativitas memiliki peranan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa Kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Kreativitas pada UMKM Mina Bunga Cempaka sudah baik dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai T hitung 5,751 > T tabel 2,0128 dan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh karena variabel Kualitas Pelayanan memiliki peranan dalam mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat pelayanan yang diberikan oleh UMKM Mina Bunga Cempaka kepada pelanggan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

4. Pengaruh Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dari penelitian ini memiliki nilai F hitung sebesar 75,472 > F tabel sebesar 2,8662 dengan nilai Sig. 0,000 < 0,05. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa variabel Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan. Kemudian hasil dari koefisien determinasi (R²) sebesar 85,1% artinya terdapat pengaruh variabel Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 85,1% dan sisanya 14,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan terbukti bahwa Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

KESIMPULAN

Dari penelitian yang dilakukan dan hasil data yang diolah oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara inovasi, kreativitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka. Dari hasil uji koefisien determinasi ditemukan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain inovasi, kreativitas dan kualitas pelayanan sebesar 14,9%.

SARAN

Bagi pelaku UMKM yaitu UMKM Mina Bunga Cempaka diharapkan dapat meningkatkan inovasi agar produk yang dihasilkan lebih beragam. Selain itu, harus tetap mempertahankan kreativitas agar usahanya terus berkembang. Selanjutnya lebih diperhatikan lagi untuk kualitas pelayanan agar pelanggan merasa puas. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menjadi referensi untuk lebih dikembangkan lagi. Hasil uji koefisien determinasi menerangkan bahwa terdapat variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain inovasi, kreativitas dan kualitas pelayanan sebesar 14,9%. Oleh sebab itu dianjurkan kepada peneliti selanjutnya untuk meningkatkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Y. M. Afriyani, "Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo," *J. Manaj. DAN BISNIS*, vol. 8, no. 1, 2021.
- [2] W. Tebelessy, "ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN," 2021.
- [3] L. T. Putri, L. Diantara, M. Kamal, A. Ali, dan A. Qadar, "Pentingnya Inovasi Dan Networking Dalam," 2020.
- [4] W. Winarsih dan P. Andriani, "Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk," *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 10, no. S1, hal. 59–68, 2022, doi: 10.37676/ekombis.v10is1.1988.
- [5] D. hidayat fahrul, "Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Krezmera," hal. 31–41, 2023.
- [6] Abdul Gofur, "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis Fak. Ekon. UNIAT*, vol. 4, no. 1, hal. 37–44, 2019.
- [7] Gronroos, *Reforming public services: does service quality measurement matter*. 2019.
- [8] P. Kotler dan Keller, *Marketing Management*, Edisi 15. 2016.
- [9] R. Daga, *CITRA, KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN PELANGGAN*. Makassar: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE, 2017.
- [10] E. Santoso, E. N. Hakimah, dan S. Ratnanto, "Perspektif Pelaku Umkm Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Produk Untuk Menciptakan Kepuasan Dan Loyalitas (Studi Kasus Usaha Tahu Bapak Matnuri)," *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akunt.*, vol. 8, hal. 591–600, 2023.
- [11] N. Eka dan B. Sutedjo, "Jurnal Mirai Management Analisis Variasi Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Kopi Kenangan di Kota Semarang)," *J. Mirai Manag.*, vol. 8, no. 2, hal. 408–418, 2023.
- [12] S. Ernawati dan U. Kurniawati, "Pengaruh Kreatifitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Steak House Noodles," *ISOQUANT J. Ekon. Manaj. dan Akunt.*, vol. 4, no. 1, hal. 112, 2020, doi: 10.24269/iso.v4i1.399.