
**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA PADA PELANGGAN UMKM KRIPSU DIAR)**

Arga Dahana Putra¹, Mahmuda Enny W², Ika Kharismawati³

Universitas Bhayangkara Surabaya

Email: argadahanaputra20@gmail.com

ABSTRAK

Pelaku usah akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalin hubungan harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan membentuk rekomendasi terutama dalam bidang pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan UMKM Kripsu Diar dengan 70 pelanggan menjadi sampel penelitian dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengujian data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis yang digunakan ialah dengan analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis yaitu uji F dan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar. Variabel Inovasi Produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar.

Kata Kunci: *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Pelayanan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

Business actors will be successful in getting customers in large numbers if they are considered to be able to provide satisfaction for customers. When customers are satisfied, there will be a harmonious relationship between producers and consumers, creating a good basis for repeat purchases and forming recommendations, especially in the marketing field. The purpose of this study was to determine the effect of product innovation, product quality, and customer service on customer satisfaction of Kripsu Diar SMEs. This study uses a quantitative approach with data collection using a questionnaire. The population of this research is all Kripsu Diar SMEs customers with 70 customers being the research sample with the sampling technique using simple random sampling. Testing the data using validity and reliability tests. The analytical method used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing, namely the F test and t test. The results of this study indicate that the effect of product innovation, product quality, and customer service is significant simultaneously and partially on customer satisfaction of Kripsu Diar SMEs. Product Innovation variable has a dominant effect on customer satisfaction of Kripsu Diar SMEs.

Keywords: Product Innovation, Product Quality, Customer Service, Customer Satisfaction

Pendahuluan :

Globalisasi telah menjadi topik penting selama bertahun-tahun hingga saat ini. Dalam hal kapan dan dimana globalisasi itu dimulai merupakan satu hal yang masih menjadi perdebatan sampai sekarang. Dalam fase globalisasi terkini di era modern, dimulainya globalisasi terjadi setelah tahun 1960-an ketika banyak hal yang telah memberikan kontribusi pada proses globalisasi; seperti transportasi yang maju baik di darat, laut dan udara; perkembangan komunikasi yang semakin masif dan modern, yang diikuti kemajuan teknologi informasi dan internet yang semakin meluas sampai keseluruhan wilayah di dunia. Sebagai contoh adalah bisa melakukan komunikasi secara real time ke bagian lain di dunia yang menggambarkan tidak ada lagi batasan antar wilayah. Pengertian globalisasi adalah proses integrasi internasional yang terjadi karena adanya pertukaran pandangan dunia, pemikiran, produk, dan berbagai aspek kebudayaan lainnya.

Arus globalisasi perdagangan internasional adalah fenomena yang menerjang hampir seluruh negara. Derasnya arus globalisasi aktif dalam pengembangan ekonomi negara-negara berkembang berakibat pada persaingan di sektor industri. Usaha Mikro Kecil dan Menengah ialah salah satu diantara usaha yang mampu memberikan kontribusi cukup besar dan memiliki potensi berkompetesi di pasar Internasional. UMKM mempunyai peranan penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. UMKM juga terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis ekonomi melanda tahun 1997-1998 hanya usaha tersebut yang dapat berdiri kokoh, hal tersebut dikemukakan oleh Putra (2017).

Inovasi merupakan perubahan. Perubahan bisa dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Maksudnya, inovasi diawali dengan proses baru untuk menghasilkan objek baru. Dengan demikian, inovasi mengacu pada transformasi untuk difusi dan akhirnya untuk mengubah sesuatu. Inovasi bisa dalam berbagai bentuk, seperti inovasi produk, proses, metode, teknologi, dan manajemen. Menurut Kuniyoshi (dalam Riyadi, 2020) Inovasi merupakan setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan dengan satu kali pukulan, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif, meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga ke implementasi nya di pasar. Inovasi adalah satu hal yang banyak dibicarakan oleh manusia dalam rangka berusaha untuk menciptakan suatu bentuk atau hal atau benda yang dapat membuat suatu kegiatan lebih efektif dan efisien. Tantangan untuk terus berinovasi tidak hanya datang kepada manusia secara individu namun juga merambah hingga ke lingkup organisasi.

Produk secara umum adalah segala sesuatu yang mampu dihasilkan dari proses produksi berupa barang ataupun jasa yang nantinya bisa diperjual belikan di pasar. Pendapat yang ungkapkan oleh Maramis (2018) mengatakan bahwa pengertian produk adalah suatu substansi yang diproduksi oleh pihak produsen dan ditawarkan ke pasar agar bisa memenuhi keperluan ataupun kebutuhan konsumen. Produk yang dikembangkan tidak selalu dalam bentuk barang, tetapi bisa berupa peningkatan pelayanan. Inovasi suatu produk ini bisa terjadi karena beberapa hal, di antaranya adalah adanya *feedback* dari pelanggan, kombinasi hal yang sebelumnya sudah ada, hingga penemuan baru. Proses inovasi ini harus terus dilakukan sehingga produk menjadi terus berkembang, memiliki peningkatan, hingga mencapai kesempurnaan, yang bisa dilakukan dengan cara memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi. UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Pada Penelitian yang dilakukan Fillayata (2020) yang berjudul pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan objek inovasi produk pada makanan steak yang di sajikan kepada para pelanggan mulai dari bumbu resep sauce yang baru serta menu baru berupa pasta Fusilli. Dari penelitian ini menggunakan uji validitas *Cronbach's Alpha* yang menghasilkan bahwasannya Inovasi Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Cafe. Indikator

inovasi produk yang membentuk berdasarkan Penelitian ini adalah Produk yang tidak mudah ditiru merupakan salah satu faktor yang membuat produk menang secara konsisten dari ketatnya persaingan bisnis. Kebutuhan pelanggan sebagai seorang manusia tentu akan selalu ada para pelanggan akan terus menuntut pemilik usaha untuk memperbaiki agar semua kebutuhan pelanggan terpenuhi.

Menurut Tjiptono (dalam Afnina, 2018), kualitas produk adalah meliputi usaha untuk memenuhi keinginan pelanggan sesuai dengan standar produk yang dihasilkan atau standart produk yang dihasilkan melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumen, dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik. Masalah yang dihadapi pelanggan dalam hal menilai kualitas produk yang dihasilkan oleh UMKM Kripsu Diar adalah produk yang dihasilkan masih belum memiliki indikator uji leb yang menentukan secara pasti berapa lama daya tahan dari produk yang dihasilkan oleh Kripsu Diar, untuk saat ini ketahanan produk hanya berdasarkan perkiraan dan uji coba ketahanan produk yang dilakukan secara manual oleh pemilik UMKM tersebut sehingga masih ada pemicu keraguan pelanggan untuk membeli produk.

Menurut Rahmayanty (dalam Desthiani, 2020) Pelayanan adalah layanan yang memiliki kualitas berbeda, meliputi kecepatan, ketepatan, keandalan dan empati dari tenaga pelayanan dalam penyediaan dan pelayanan kepada pelanggan. Layanan dengan standar kualitas selalu mengikuti perkembangan kebutuhan pelanggan setiap saat, konsisten dan akurat (terpercaya). Layanan prima adalah layanan yang memenuhi kebutuhan praktis dan kebutuhan emosional pelanggan. Pelanggan memiliki harapan yang tinggi terhadap pelayanan pembelian suatu produk dari seorang pelaku usaha UMKM, pelanggan akan merasa pusa terhadap sebuah produk bukan hanya prihal kualitas hal lain yang manjadi keinggina pelanggan adalah pelayanan yang maksimal dari pelaku usaha UMKM dalam memasarkan produknya. Tjiptono (dalam Panjaitan, 2018) menyatakan kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi pelaku usah. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh pelaku usah maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Desthiani (2020) dengan judul “Peran Pelayanan Prima Kasir Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Aeon Indonesia Tangerang” dari hasil penelitian tersebut diketahui pelayana prima berpengaruh secara sgnifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Atmaji (dalam Desthiani , 2020) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dengan harapan. Perasaan senang atau kecewa ketika seseorang datang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (atau hasil) suatu produk dan harapan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Jika kinerjanya sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas, sementara jika di bawah harapan, pelanggan akan kecewa, jika kinerja akan melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan menguji tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan dengan variabel penguji yaitu kepuasan pelanggan pada pelanggan UMKM. Pemilihan variabel prihal kepuasan pelanggan dengan sampel pelanggan dari UMKM Kripsu Diar dengan adanya penelitian ini diharapkan menjadi titik baru untuk mengetahui seberapa puaskah pelangga atas produk yang telah dijual

oleh pelaku usaha, Judul dari penelitian ini adalah **Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Pelayanan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Pelanggan UMKM Kripsu Diar.**

Tinjauna Pustaka:

Inovasi Produk

Menurut Mulyani (2019) menyatakan bahwa inovasi adalah kemampuan pelaku usah untuk menciptakan gagasan, produk atau proses yang baru. Inovasi produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari pelaku usah, mengingat strategi ini berkaitan erat dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usah. Hasil empiris yang dilakukan O'Cass dan Sok (dalam Elwisam, 2019) menunjukkan bahwa ketika kombinasi sumber daya intelektual dan kemampuan inovasi produk di samping kombinasi sumber daya reputasi dan kemampuan pemasaran tinggi, pertumbuhan usaha dapat ditingkatkan. Menurut Hill dan Sullivan (dalam Ernawati, 2019) menjelaskan bahwa inovasi juga dikenal sebagai "Pengembangan Produk Baru" atau New Product Development (NPD). Produk baru yang dimaksud sebagai produk orisinal adalah pengembangan produk, modifikasi produk, dan merek baru yang dikembangkan pelaku usah melalui usaha riset dan pengembangan mereka sendiri menurut Kotler dan Armstrong (dalam Ernawati, 2019). NPD merupakan proses sistematis yang dimulai dengan identifikasi dan analisis peluang produk baru yang sesuai dengan misi organisasi. Myers dan Marquis (dalam Ernawati, 2019) menyatakan bahwa inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain. Jadi inovasi bukan merupakan konsep dari suatu ide baru, penemuan baru atau suatu perkembangan dari suatu pasar yang baru, melainkan gambaran dari semua proses-proses tersebut.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2016:253). Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut diantaranya daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Pelayanan Pelanggan

Menurut Nanang (dalam Lesmana, 2019) mendefinisikan "Kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap excellence (keterandalan) dan sales counter yang dilakukan oleh konsumen". Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Lesmana, 2019) mengemukakan bahwa "kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan" dari beberapa teori tersebut dapat disimpulkan pelayanan adalah Tindakan atau kegiatan seseorang yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain untuk menyampaikan jasa atau produknya kepada pelanggan dengan pelayanan untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

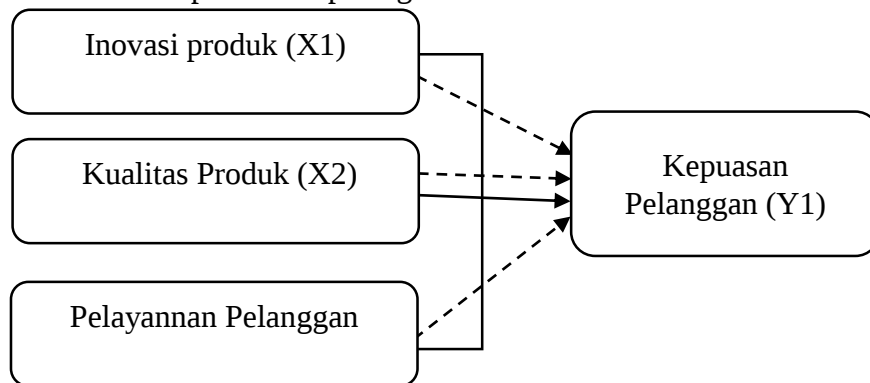
Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dalam Sunyoto (2016), Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di

bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja berhasil melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Kepuasan konsumen menurut Kotler (2016), perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari dua definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu pemenuhan harapan. Konsumen dapat dikatakan puas dengan produk maupun jasa apabila suatu perusahaan mampu memenuhi harapan produk dari para konsumen mereka.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan teori-teori yang telah dijabarkan, dapat ditarik kerangka berfikir yang bertujuan mempermudah analisis dengan model konseptual. Model konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Sumber: Olahan Penulis

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Perumusan Hipotesis

Hipotesis dapat dikatakan sebagai dugaan sementara mengenai hubungan variable yang akan diuji kebenarannya. Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas terhadap pengujian hubungan. Berdasarkan penelitian terdahulu dan landasan teori diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1 : Inovasi produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap epuasan pelanggan.

H3 : Pelayanan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

H4 : Inovasi produk, kualitas produk, pelayanan pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Populasi

Populasi merupakan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempengaruhi kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2019) beberapa langkah yang harus diperhatikan peneliti dalam menentukan sampel, yaitu:

a. Menentukan populasi,

- b. Mencari data akurat unit populasi,
- c. Memilih sampel yang representative,
- d. Menentukan jumlah sampel yang memadai.

Populasi penelitian adalah para pelanggan UMKM Kripisu Diar di Pondok Benowo Indah Surabaya.

Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah bagian dari populasi dan biasa mewakili keseluruhan populasi. Adapun penelitian jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan Sugiyono (2019), yang mengemukakan bahwa sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus. Adapun subjek penelitian menentukan sampel menurut Arikunto dalam Deni (2019), mengatakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang lebih baik diambil semuanya sehingga penelitian adalah populasi, akan tetapi bila subjeknya lebih dari 100 orang, maka diperbolehkan untuk mengambil sampel 10 -15% atau 20 – 25% atau lebih sesuai dengan kemampuan dan dana yang dimiliki peneliti. Sampel penelitian adalah para pelanggan UMKM Kripisu Diar di Pondok Benowo Indah Surabaya. yang berjumlah 70 orang, sampel ini ditetapkan berdasarkan jumlah para pelanggan yang berminat menjadi responden.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Menurut Sugiyono (2019), sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus. Jadi yang menjadi sampel penelitian ini adalah para pelanggan UMKM KRPISU DIAR di Pondok Benowo Indah, Surabaya yang berjumlah 70 orang.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam rangka memecahkan masalah atau menguji hipotesis suatu penelitian. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan data sehingga bisa dipahami, lalu dapat ditarik kesimpulan. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai pengaruh antara variabel Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan program *Statistical Package Sosial Sciences* (SPSS) versi 25.0. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen tersebut maka digunakan model regresi linier berganda. Hasil ini dikatakan valid dan tidak bisa jika asumsi klasik terpenuhi. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai tahapan-tahapan pengujian dalam penelitian ini :

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan sebagai teknik analisis statistika dalam penelitian ini. Variabel independen dalam model regresi linier berganda berjumlah lebih dari satu variabel. Untuk data yang memenuhi asumsi normalitas dan terbebas dari berbagai asumsi, maka model regresi linier berganda merupakan model regresi yang cocok untuk digunakan (Refgia, 2017). Persamaan regresi linier berganda yaitu : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$
Keterangan : Y = Kepuasan Pelanggan, X1 = Inovasi Produk, X2 = Kualitas Produk, X3 = Pelayanan Pelanggan, a = Konstanta, b = Koefisien Regresi, e = *error term*

Setelah diketahui persamaan regresi maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat ditafsirkan berdasarkan atas nilai koefisien dari variabel bebas. Persamaan regresi linier berganda di atas dihitung dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan proses pembuatan keputusan yang menggunakan estimasi statistik sampel terhadap parameter populasinya, karena pengujian hipotesis, sebagai salah satu tujuan utama penelitian.

Uji t (Uji secara parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dimana kriteria pengujiannya, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Nilai t_{tabel} diperoleh berdasarkan $df=n-k-1$. Dalam pengambilan keputusan, maka bisa dilihat nilai signifikansi (sig). Jika signifikansi $< 0,05$ maka kesimpulannya ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika signifikansi $> 0,05$, maka kesimpulannya tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2016).

Uji F (Uji Signifikansi/ Pengaruh Simultan)

Menurut Ghozali (2016) Uji F menunjukkan apakah variable independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu:

- Bila F hitung $> F$ tabel atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis dapat ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variable independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Bila F hitung $< F$ tabel atau probabilitas $>$ nilai signifikan ($Sig \geq 0,05$), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variable independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependen. H_{a1} : Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil dan Pembahasan :

Uji Normalitas

Uji Normalitas data dipergunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependent, variabel independent, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, pada uji normalitas menggunakan normal One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan bantuan program SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.11 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,57155072
Most Extreme Differences	Absolute	0,131
	Positive	0,109
	Negative	-0,131
Test Statistic		0,131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^{cd}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber Lampiran Output SPSS Pengujian Instrumen, data diolah

Pada tabel 4.11 diketahui nilai asymp. Sig(2-tailed) sebesar (0,080>0,05). Dapat disimpulkan hasil tes normalitas asymp.sig. (2-tailed) memenuhi syarat sehingga data dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas: Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Pelayanan Pelanggan (X3) terhadap variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y). Dalam analisis ini akan diketahui hasil-hasil pengujian yang menunjukkan nilai dari pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat:

Tabel 4.14 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,217	2,965		0,410	0,683		
Inovasi Produk	0,799	0,167	0,514	4,781	0,000	0,723	1,383
Kualitas Produk	0,340	0,129	0,271	2,627	0,011	0,785	1,274
Pelayanan Pelanggan	0,222	0,110	0,023	2,201	0,041	0,653	1,532

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Lampiran Output SPSS Pengujian Instrumen, data diolah

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 1,217 + 0,799X_1 + 0,340X_2 + 0,222X_3 + e$$

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Pelayanan Pelanggan (X3) artinya apabila ke 3 variabel independ mengalami satu-satuan variabel maka akan meningkatkan variabel dependen. Karena 0,799 >

0,222 dan 0,340 maka Inovasi Produk merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan setelah semua instrumen penelitian serta asumsi klasik telah di uji, uji hipotesis bertujuan untu menjawab dugaan sementara yang telah diajukan oleh peneliti pada bab sebelumnya yang berkaitan dengan inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada UMKM Kripsu Diar.

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independ yaitu inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan secara parsial terhadap masing – masing variabel yang menjadi fokus penelitian dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial Uji-t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
				t	Sig.		
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,217	2,965		0,410	0,683		
Inovasi Produk	0,799	0,167	0,514	4,781	0,000	0,723	1,383
Kualitas Produk	0,340	0,129	0,271	2,627	0,011	0,785	1,274
Pelayanan Pelanggan	0,222	0,110	0,023	2,201	0,041	0,653	1,532

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber Lampiran Output SPSS Pengujian Instrumen, data diolah

Hasil perhitungan parsial (uji t) pada tabel 4.15, maka dapat dilihat penjelasan sebagai berikut :

- Inovasi Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar diperoleh nilai t sebesar 4,781 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar hasil perhitungan uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai t sebesar 3,627 dengan p value $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- Pelayanan Pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar hasil perhitungan uji t variable pelayanan diperoleh nilai t sebesar 2,201 dengan p value $0,041 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya beban pelayanan pealanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b) Uji Silmultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independ (bebas) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	138,786	3	46,262	17,917	.000 ^b
Residual	170,414	66	2,582		
Total	309,200	69			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan Pelanggan, Kualitas Produk, Inovasi Produk

Sumber Lampiran Output SPSS

Dari hasil uji simultan (Uji F) tabel 4.16, diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 17,917 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima. Maknanya Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara prsial terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar

Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar diperoleh nilai t sebesar 4,781 dengan p value $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk diperoleh nilai t sebesar 3,627 dengan p value $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan Pelanggan diperoleh nilai t sebesar 2,201 dengan p value $0,041 < 0,05$ maka H_0 ditolak, sehingga hipotesis diterima yang artinya beban pelayanan pealanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat diartikan bawah inovasi produk, kualitas produk dan pelayanan pelanggan berpengaruh singnifikan dan positif, sehingga dapat diartikan jika ketiga variabel tersebut ditingkatkan maka kepuasan pelanggan terhadap produk akan semakin tinggi. Hal ini sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Fillayata dan Mukaram (2020) dengan temuan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Apabila inovasi produk, kualitas peroduk, dan pelayanan pelanggan yang diberikan semakin tinggi, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, diharapkan bisnis dapat senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen melalui inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan sehingga tercipta kepuasan pelanggan yang harapkan dapat meningkatkan penjualan dari produk.

2. Inovasi Produk berpengaruh Dominan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar

Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien regresi variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Pelayanan Pelanggan (X3) artinya apabila ke 3 variabel independ mengalami satu-satuan variabel maka akan meningkatkan variabel dependen. Karena $0,799 > 0,222$ dan $0,340$ maka Inovasi Produk merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap kinerja karyawan. Inovasi merupakan cara untuk mengatasi titik jenuh pelanggan dalam mengkonsumsi produk secara terus menerus. Sehingga pelaku usaha diharapkan selalu membuat inovasi baru yang adaptat memenuhi keinginan pelanggan.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fillayata dan Mukaram (2020) dengan temuan pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pengaruh dominan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen. Apabila inovasi produk yang diberikan semakin tinggi, maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat. Oleh karena itu, diharapkan bisnis dapat senantiasa meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen melalui inovasi produk guna memenangkan persaingan bisnis.

3. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar

Berdasarkan nilai F-hitung sebesar 17,917 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut maka dapat dinyatakan hipotesis diterima. Maknanya Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan. Ketiga variabel secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh William dan Purba (2020) Penelitian ini menunjukkan hasil variabel kualitas dan pelayanan pelanggan secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung 667.847 dan ini lebih besar dari F tabel 3.05 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga jika pelanggan puas terhadap suatu produk jasa maupun barang maka hal tersebut akan mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli ulang produk yang sama Ketika sedang membutuhkan.

Kesimpulan

Dari analisis dan pembahasan yang telah di jelaskan oleh bab sebelumnya diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar inovasi produk, kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di UMKM Kripsu Diar. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Kripsu Diar. Penelitian menemukan bahwa rata-rata pelanggan merasa inovasi produk, kualitas produk dan pelayanan pelanggan yang diberikan oleh UMKM Kripsu Diar telah berada pada rata-rata baik dan mampu memberikan kepuasan. Namun evaluasi perlu dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan mutu melalui peningkatan pada beberapa indikator yang lain.
2. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Kripsu Diar. Dengan kata lain, jika Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Pelayanan Pelanggan meningkat maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.
3. Inovasi Produk memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan sehingga jika inovasi produk ditingkatkan maka akan memberi pengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan UMKM Kripsu Diar semakin tinggi. Inovasi produk merupakan sumber pertumbuhan dunia usaha karena perubahan-perubahan tersebut berasal dari hasil evaluasi usaha terhadap produk yang dimiliki agar tetap mampu mengikuti perkembangan selera dan kebutuhan pelanggan serta melakukan evaluasi terhadap produk lama.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan diatas, penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian maka saran bagi UMKM untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan maka usaha tersebut harus memperhatikan dalam memberikan inovasi produk

yang lebih karena inovasi produk merupakan variabel dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk lain hal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pelaku usaha harus memperhatikan kegiatan yang promosi yang lebih inovatif dengan memanfaatkan media social seperti *faceebook* dan *Instagram*.

2. Penelitian yang dilakukan peneliti dengan hasil inovasi produk, kualitas produk, dan pelayanan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas dan menambah jumlah populasi serta sampel. Serta menambah variabel penelitian seperti, merk, harga, dan promosi.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan bacaan mengenai mempertahankan keunggulan bersaing bagi pembaca yang tertarik untuk membaca topik sejenis inovasi produk, kualitas produk, pelayanan pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, Hastutik, 2018. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*.
- Darnilawati, 2020. Kesiapan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Dalam Menghadapi Pasar Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Jurnal Ekonomi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Faustinus Condoso Gomes. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: ANDI

- Ghozali, Imam. 2015. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawati, Supriyani, 2017. Analisis Pengaruh Promosi dan Inovasi Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Produk Batik Bugo Pada Rumah Batik Vinto Muara Bugo, *Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi*.
- Keller, Kevin Lane. 2016. *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity Fourth Edition Global Edition*. Boston: Pearson.
- Kotler, Philip, dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles Of Marketing*, Global Edition, 17 Edition. Pearson Education.
- Kotler & Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. (Alih Bahasa: Bob Sabran, M.M). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Nana Herdiana Abdurrahman. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Pattipeilohy, 2018. Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha Nasi Kuning Di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon, *Jurnal MANEKSI Politeknik Negeri Ambon*.
- Panjahitan, Yulianti, 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, *DeReMa Jurnal Manajemen*.
- Putra, Saka, 2017. Analisis Industri Pangan Sub Sektor Industri Makanan Ringan Kue Bangkit dan Bolu (Dengan Menggunakan Struktur Conduct Performance/SCP). *Jurnal FECOM Universitas Pekanbaru Riau*.
- Saputra, Sudarsa, 2016. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Gand Setia Budi Hotel & Apartment, *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Windarti, Ibrahim, 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang Pekanbaru), *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Politik*.