

# The Influences Of Service Quality And Product Innovation On Service Quality (Survey Of Sonsumers At The Rizky Shop Rajapolah Tasikmalaya Regency)

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah)

Hamidah Fauziah <sup>1)</sup>; Budhi Wahyu Fitriadi <sup>2)</sup>; Nita Fauziah Oktaviani <sup>3)</sup>

<sup>1,2,3)</sup> Study Program Of management, Faculty Of Economic and Business, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

Email: <sup>1)</sup> [hamidahfauziah272@gmail.com](mailto:hamidahfauziah272@gmail.com) ;<sup>2)</sup> [budhiwahyu@unper.ac.id](mailto:budhiwahyu@unper.ac.id) ;<sup>3)</sup> [nitafauziah@unper.ac.id](mailto:nitafauziah@unper.ac.id)

### ARTICLE HISTORY

Received [2 September 2024]

Revised [5 Oktober 2024]

Accepted [8 Oktober 2024]

### KEYWORDS

Service Quality, Product Innovation, Consumer Satisfaction

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah persamaan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah. Kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah. Inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.

### ABSTRACT

This research aims to determine the simultaneous and partial influence of service quality and product innovation on consumer satisfaction at the Rizky Shop Rajapolah Tasikmalaya regency. The method used in this research method with a survey approach. The sampling technique used was incidental sampling and samples taken were 100 respondents. The analytical tool used is the multiple linear regression equation. The research results show that service quality and product innovation simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at the Rizky Shop Rajapolah store. Service quality partially has a significant effect on consumer satisfaction at the Rizky Shop Rajapolah store. Product innovation partially has a significant effect on consumer satisfaction at the Rizky Shop Rajapolah store Tasikmalaya district.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada bidang perdagangan saat ini berkembang sangat pesat, hal ini juga terlihat dari peningkatan penjualannya. Konsumen membutuhkan produk setiap harinya. Kotler dan Keller (2017:196) menjelaskan bahwa "kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan". Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diperolehnya dengan apa yang diharapkannya, dimana jika kinerja sesuai dengan pemenuhan harapan konsumen, pelanggan akan puas, artinya, konsumen akan membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk atau jasa yang sudah dinilai positif oleh konsumen. Semakin ketatnya kompetensi perdagangan saat ini, untuk meningkatkan keunggulan kompetitif, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Konsumen yang merasa puas merupakan modal terbesar bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, karena ketika konsumen merasa puas maka akan mendorong terciptanya hubungan baik untuk pembelian berulang dan menimbulkan semangat

(Novitas Sari, 2017). Ini adalah bagaimana keuntungan perusahaan meningkat. Salah satu kunci kepuasan konsumen adalah dengan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut Nikma Yucha, (2021) faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Amstrong, : 2014). Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik dan konsumen merasa puas, maka perusahaan akan menerima nilai positif dan umpan balik yang baik dari konsumen seperti pembelian berulang, dan konsumen yang setia serta konsumen yang puas juga menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Dari kondisi tersebut, perusahaan akan mendapatkan keuntungan yaitu dengan mendapatkan pelanggan setia dan sekaligus membantu promosi. Namun jika pelayanan yang dialami konsumen kurang memuaskan dan konsumen merasa kecewa maka konsumen akan beralih ke perusahaan lain dan menceritakan kekecewaannya kepada orang lain sehingga dapat menimbulkan citra buruk terhadap perusahaan. Berdasarkan hal tersebut diharapkan perusahaan lebih memperhatikan kualitas layanan yang diberikannya.

Selain kualitas pelayanan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui peningkatan inovasi produk. Menurut Ihda et al. (2014) menyatakan bahwa Inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Inovasi produk, dapat memberikan kesan yang tidak terlalu membosankan bagi konsumen, semakin banyaknya inovasi produk yang ditawarkan, semakin banyak pilihan yang mereka beli sehingga konsumen menjadi puas. Mengingat kebutuhan konsumen yang semakin meningkat, perusahaan harus mampu membuat konsumen yakin bahwa kebutuhannya terpenuhi. Inovasi Produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen (Rumahak dan Rahayu, (2016). Adapun salah satu sektor yang perlu memperhatikan kepuasan konsumen adalah pada Industri Handycraf (Kerajina n tangan). Kota Tasikmalaya merupakan daerah penghasil kerajinan yang ditunjuk oleh Pemerintah tingkat Provinsi Jawa Barat sebagai sentra penghasil kerajinan di daerah Jawa Barat salah satunya yaitu kerajinan anyaman dan peralatan rumah tangga yang lokasinya berada di Rajapolah. (sumber: bappeda.jabarprov.go.id).

Oleh karena itu, banyak sekali dijumpai UMKM yang bergerak di bidang Handycraft di Kabupaten Tasikmalaya seperti Toko Rizky Shop Rajapolah yang menjual berbagai produk kerajinan tangan yang bersifat lokal seperti tas mendong, sandal, tudung saji, kemoceng, piring rotan, vas bunga dan lainnya. Toko Rizky Shop Rajapolah berusaha memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan menawarkan produk-produk berkualitas dan melayani dengan optimal demi kepuasan konsumen. Adapun kepuasan konsumen di Toko Rizky Shop Rajapolah berdasarkan pra survey yang dilakukan adalah sebagai berikut :

**Gambar 1 Pra Survei Kepuasan Konsumen**



Sumber : Data Primer Yang Diolah (2023)

Berdasarkan Gambar di atas, dapat dilihat bahwa hasil Pra Survei menunjukkan 87,8% puas menjadi konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah dan 12,2% mengatakan tidak puas sebagai konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah. Konsumen merasa puas berbelanja di Toko Rizky Shop Rajapolah, karena banyak pilihan produk yang dijualnya, mempunyai pelayanan yang cukup baik, dan ramah terhadap konsumen. Dan juga dari segi inovasinya cukup banyak dan juga harganya sangat terjangkau. Berdasarkan Pra survei yang dilakukan dengan para konsumen ditemukan berbagai faktor yang menyebabkan hal tersebut, diduga karena kualitas pelayanan dan inovasi produk. Kualitas pelayanan di Toko Rizky Shop Rajapolah berdasarkan Pra Survei yang dilakukan dengan beberapa konsumen ditemukan bahwa Toko Rizky Shop Rajapolah memiliki pelayanan yang kurang cekatan, terkadang mengabaikan konsumen karena pegawai sibuk melayani konsumen lainnya, hal tersebut dikarenakan kurangnya pegawai.

## LANDASAN TEORI

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan landasan terpenting untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam hal ini dapat dikatakan perusahaan baik apabila dapat menyediakan barang atau jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas produk dan pelayanan yang baik sangat mempengaruhi pertumbuhan kepuasan pelanggan. Jeany, Mauli Siagian (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai "Kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh nasabah sehingga seorang nasabah dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat diutamakan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian". Sedangkan Kotler dan Armstrong (2014 : 49) menjelaskan "Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat". Sedangkan menurut Tjiptono (2014:268) menjelaskan "Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan (excellent) yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan". Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapan konsumen.

### Inovasi Produk

Selain Kualitas Pelayanan, faktor yang mempengaruhi Kepuasan konsumen adalah Inovasi Produk. Inovasi Produk merupakan inovasi yang dilakukan oleh sebuah Lembaga atau perusahaan yang berdasarkan pada aktivitas yang dilakukan untuk memperbaiki, peran dan fungsi dari suatu Lembaga. Menurut Amir, (2018), mengemukakan bahwa definisi inovasi produk adalah "Inovasi produk merupakan setiap kegiatan yang tidak bisa dihasilkan hanya dengan satu kali percobaan, melainkan suatu proses yang panjang dan kumulatif. Meliputi banyak proses pengambilan keputusan, mulai dari penemuan gagasan hingga pengimplementasiannya di lapangan". Menurut (B. D. Prasetyo, 2020: 37) mendefinisikan bahwa "Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan. Inovasi digunakan secara sengaja dibuat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik. Agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan". Menurut Hurley and Hult dalam Curatman, dkk (2016 :64) mendefinisikan bahwa "Inovasi adalah sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan. Jadi, dengan adanya kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing merupakan faktor pendorong terjadinya

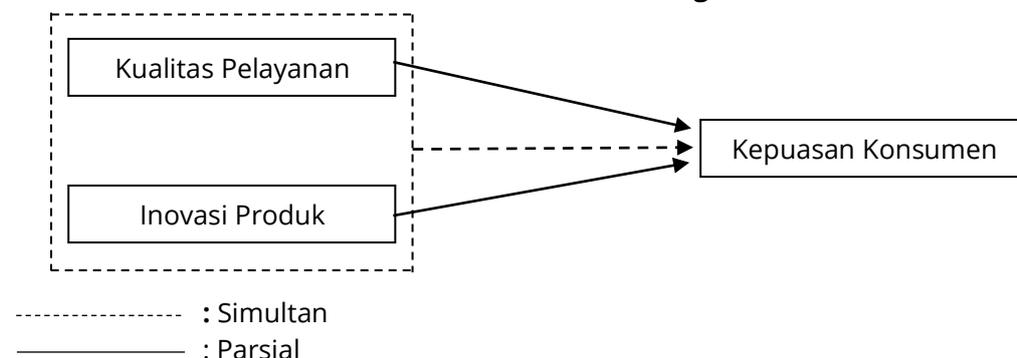
inovasi produk, biasanya produk bersaing itu muncul tanpa mengalami perubahan yang beralih bahkan cenderung statis. Keadaan tersebut dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk bersaing dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaingnya.

### Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang diperolehnya dengan apa yang diharapkannya. Mengkaji kepuasan konsumen dan meningkatkan harapan konsumen untuk menjadi pelanggan setia. Jika apa yang diterima konsumen sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas. Indrasari (2019 : 87) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah "Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya". Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2017:196) berpendapat bahwa "Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang diperkirakan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan".

Sedangkan Tjipto (Indrasari, 2019 : 90) menyebutkan bahwa "Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik". Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan konsumen yang timbul setelah kebutuhan dan keinginannya terpenuhi sesuai dengan kinerja yang diharapkan. Dalam penelitian ini terdapat gambar kerangka pemikiran sebagai berikut ;

**Gambar 2 Model Kerangka Pemikiran**



## METODE PENELITIAN

### Metode

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah metode kausalitas dengan pendekatan (survey). Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statis, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2015:8). Sedangkan metode kausalitas, merujuk pada pendapat Sugiyono (2015:37) bahwa hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi dan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi.

Metode survey merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat yang alamiah (bukan buatan), tetapi penelitian melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, seperti menggunakan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan lain-lain. (Sugiono, 2015:6)

**Alat Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan apabila jumlah variabel independen yang akan diteliti minimal dua. Persamaan regresi untuk tiga prediktor menurut Sudaryono (2014: 84) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan konsumen
- a = Konstanta dari analisi regresi
- b1 = Koefisien regresi variabel X1 (Kualitas Pelayanan)
- b2 = koefisiensi regresi variabel X2 (Inovasi Produk)
- e = error

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

**Uji Validitas**

**Tabel 1 Uji Validitas Pada Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

No Item	r hitung	r table 5%	Kriteria
X1.1	0,398	0,196	Valid
X1.2	0,440	0,196	Valid
X1.3	0,640	0,196	Valid
X1.4	0,481	0,196	Valid
X1.5	0,467	0,196	Valid
X1.6	0,438	0,196	Valid
X1.7	0,537	0,196	Valid
X1.8	0,516	0,196	Valid
X1.9	0,587	0,196	Valid
X1.10	0,516	0,196	Valid

Sumber : Hasil pengolahan 2024

Berdasarkan uji validitas mengenai Inovasi produk (X2) berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS versi 23 diperoleh hasil r hitung > r Tabel. Hasil r hitung > 0,196. Sehingga uji validitas kualitas pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 2 Uji Validitas Pada Variabel Inovasi Produk (X2)**

No Item	r hitung	r table 5%	Kriteria
X1.1	0,474	0,196	Valid
X1.2	0,396	0,196	Valid
X1.3	0,424	0,196	Valid
X1.4	0,590	0,196	Valid
X1.5	0,482	0,196	Valid

Sumber : Hasil pengolahan 2024

Berdasarkan uji validitas mengenai kepuasan konsumen (Y) berdasarkan hasil pengujian melalui SPSS versi 23 diperoleh hasil r hitung > r Tabel. Hasil r hitung > 0,196. Sehingga uji validitas kualitas pelayanan dinyatakan valid.

**Tabel 3 Uji Validitas pada Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No Item	r hitung	r table 5% (100)	Kriteria
X1.1	0,609	0,196	Valid
X1.2	0,623	0,196	Valid
X1.3	0,616	0,196	Valid
X1.4	0,615	0,196	Valid
X1.5	0,680	0,196	Valid
X1.6	0,581	0,196	Valid

Sumber : Hasil pengolahan 2024

### Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa pernyataan dinyatakan reliabel jika nilai AlphaCronbach > 0,6. Berdasarkan hasil uji reliabilitas angka yang didapat dari hasil perhitungan SPSS Versi 23 menunjukkan angka yang didapat diatas nilai AlphaCronbach > 0,6. Sehingga uji reliabilitas dinyatakan reliabel.

### Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03237787
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.040
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari output yang didapat dari hasil pengolahan SPSS versi 23 dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov menunjukkan angka yang didapat > 0,05. Sehingga uji normalitas dapat dinyatakan berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Correlations			Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta							
1 (Constant)	25.979	3.273		7.937	.000					
x1	.059	.090	.073	.663	.509	.126	.067	.066	.826	1.211
x2	.098	.085	.127	1.154	.251	.157	.116	.115	.826	1.211

a. Dependent Variable: y

Dari hasil pengujian SPSS versi 23, uji multikolinearitas, variabel bebas kualitas pelayanan menunjukkan VIF=1.211 dan Inovasi produk menunjukkan nilai VIF=1.211. Hasil ini membuktikan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 dan dilihat dari nilai tolerance kualitas pelayanan = 0.826 dan inovasi produk = 0.826 yang lebih besar dari 0,1, sehingga dapat disimpulkan penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			Correlations			Unstandardized Residual
			x1	x2	y	
Spearman's rho	x1	Correlation Coefficient	1.000	.496**	.138	.023
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.171	.818
		N	100	100	100	100
	x2	Correlation Coefficient	.496**	1.000	.138	.016
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.171	.873
		N	100	100	100	100
	Y	Correlation Coefficient	-.138	-.138	1.000	.983**
		Sig. (2-tailed)	.171	.171	.	.000
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-.023	.016	.983**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.818	.873	.000	.
		N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan uji Spearman Rho diperoleh hasil nilai Sig. 0,818 > 0,05 (kualitas pelayanan) dan nilai Sig.0,873 > 0,05 (inovasi).Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari masalah heteroskedastisitas, karena nilai Sig. (2-tailed) dari masing-masing variabel > 0,05.

**Uji AutoKorelasi**

**Tabel 7 Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.171 <sup>a</sup>	.029	.009	3.05840	1.960

a. Predictors: (Constant), x1, x2

b. Dependent Variable: y

Dari hasil pengujian SPSS versi 23 pada kolom Durbin-Watson (D-W) didapat nilai sebesar 1.960 dalam arti lain angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak terdapat autokorelasi, maka uji autokorelasi dapat terpenuhi.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.979	3.273		7.937	.000					
x1	.059	.090	.073	.663	.509	.126	.067	.066	.826	1.211
x2	.098	.085	.127	1.154	.251	.157	.116	.115	.826	1.211

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS versi 23 diperoleh persamaan regresi. Adapun hasil perhitungannya sebagai berikut :

$$Y = 25.979 + 0.059 X1 + 0.098 X2 + e$$

Keterangan :

1. Konstanta sebesar 25.979 menunjukkan bahwa jika tidak terjadi peningkatan dalam variabel kualitas pelayanan (X1) dan inovasi produk (X2) maka kepuasan konsumen (Y) sebesar 25.979
2. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X1) sebesar 0.059 artinya setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0.157 satuan selama inovasi produk (X2) tetap. Sebaliknya, setiap penurunan 1 satuan kualitas pelayanan (X1) akan menurunkan kepuasan konsumen sebesar 0,059 selama inovasi produk (X2) tetap.
3. Koefisien regresi inovasi produl (X2) sebesar 0.098 artinya setiap kenaikan 1 satuan inovasi produk (X2) akan menaikkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 25.979 satu satuan kualitas pelayanan (X1) tetap. Sebaliknya setiap penurunan satu satuan inovasi produk (X2) akan menurunkan inovasi (Y) sebesar 25.979 satu satuan selama kualitas pelayanan (X1) tetap.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.171 <sup>a</sup>	.029	.009	3.05840

a. Predictors: (Constant), x2, x1

Sedangkan nilai koefisien korelasi (r) dari hasil pengolahan SPSS versi 23 diperoleh nilai sebesar 0.171 yang menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara kualitas pelayanan dan inovasi produk secara bersama- sama terhadap kepuasan konsumen termasuk kategori rendah. Artinya kualitas pelayanan dan inovasi produk tidak terlalu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Besar pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi yaitu sebesar 0,29 atau 2,9% dan 97,1% merupakan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti.

**Tabel 10 Hasil Uji Simultan**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	27.270	2	13.635	1.458	.238 <sup>b</sup>
Residual	907.320	97	9.354		
Total	934.590	99			

- a. Dependent Variable: y
- b. Predictors: (Constant), x2, x1

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah dilakukan uji F. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh nilai Sig. sebesar 0,238 > 0,05. Demikian Terima Ho (Tolak Ha). Hal ini berarti kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah. Artinya, kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap kepuasan konsumen.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya**

**Tabel 11 Hasil Uji Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.979	3.273		7.937	.000					
x1	.059	.090	.073	.663	.509	.126	.067	.066	.826	1.211
x2	.098	.085	.127	1.154	.251	.157	.116	.115	.826	1.211

- a. Dependent Variable: y

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya dilakukan uji t. berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 23 diperoleh nilai Sig sebesar 0,509 > 0,05. Dengan demikian Terima Ho (Tolak Ha). Sehingga kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.

Untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh inovasi produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya dilakukan uji t. berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 23 diperoleh nilai Sig sebesar 0,251 > 0,05. Dengan demikian Terima Ho (Tolak Ha). Hal ini berarti inovasi produk secara parsial tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan pada Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti kualitas pelayanan Toko Rizky Shop Rajapolah berada ditingkat

baik. Selain itu inovasi produk pada Toko Rizky Shop Rajapolah berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti produk pada Toko Rizky Shop berada ditingkat baik. Dan kepuasan konsumen pada Toko Rizky Shop Rajapolah berada pada klasifikasi baik, hal ini berarti kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah berada ditingkat baik.

2. Variabel kualitas pelayanan dan inovasi produk secara simultan atau secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.
3. Variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.
4. Variabel inovasi produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah Kabupaten Tasikmalaya.

### Saran

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang dihaapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi Toko Rizky Shop Rajapolah berdasarkan skor terendah masing-masing indikator setiap variabel adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Berdasarkan hasil analisis kualitas pelayanan berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah. Kualitas pelayanan pada Toko Rizky Shop sebenarnya sudah dilakukan dengan baik hal ini dapat dilihat pada tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan Toko Rizky Shop Rajapolah berada di kategori baik namun pada poin pernyataan "Toko Rizky Shop tepat waktu dalam memberikan pelayanan" yang paling rendah diantara poin lainnya. Maka disarankan Toko Rizky Shop melakukan tepat waktu dalam memberikan pelayanan.
  - b. Berdasarkan hasil analisis inovasi produk berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen Toko Rizky Shop Rajapolah. Inovasi produk pada Toko Rizky Shop Rajapolah sebenarnya sudah mempunyai inovasi hal ini dapat dilihat pada tanggapan responden mengenai inovasi produk Toko Rizky Shop Rajapolah berada di kategori baik namun pada poin pernyataan "jenis produk yang tersedia di Toko Rizky Shop cukup lengkap" yang paling rendah diantara poin lainnya. Maka perusahaan harus mencari tau mengenai jenis produk yang paling dibutuhkan oleh konsumen atau yang memiliki banyak permintaan dari konsumen agar tambahan jenis produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen sehingga produk tersebut tetap laku.
  - c. Berdasarkan hasil data, skor terendah diperoleh pada variabel kepuasan konsumen dengan indikator "Kualitas produk yang ditawarkan di Toko Rizky Shop sesuai dengan harapan". Langkah Tindakan yang harus dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ada dengan cara mengembangkan atau meningkatkan produk, pemilihan bahan yang berkualitas dan memberikan informasi yang relevan mengenai keunggulan produk sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen.
  - d. Bagi Peneliti Selanjutnya
 

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan variabel independent lain misalnya variabel kualitas produk, harga, biaya dan store atmosphere. Selain itu dapat juga menggunakan metode penelitian lainnya, subjek yang berbeda dan penambahan sampel yang digunakan agar memperoleh hasil yang bervariasi sehingga dapat mengetahui dan dapat dijadikan perbandingan mengenai variabel lain yang lebih besar pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin Stiebp. 2019. Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan <https://stiebp.ac.id/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan/>
- Aseri Daeli. 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen pada UD. Lius Kecamatan Fanayama Kabupaten Nias Selatan  
<https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim/article/download/281/25>
- Bagus Handoko. 2017 Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. Vol 18, No. 1(2021).  
(<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/1098>)
- Budiarto, Ida Bagus. 2022 Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Vol 19, Issue 02, Juli 2022  
<https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/download/4531/3206>
- Buyung komadhoni. 2021 Kepuasan Kopusan Konsumen Melalui Produk Baru Pada PT. Pratama Makasar (Inovasi, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, produkbaru. Vol. 10, Nomor 2 Juli – Desember, 2021)  
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/competitiveness/article/download/6597/pdf>
- Erniati, Buyung Romadhoni. 2021 Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Produk Baru Pada PT. PRATMA Makasar. Vol 10, No. 2 (2021)  
(<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/competitiveness/article/view/6597>)
- Faizal Hamza. 2022 Pengaruh Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kuswini Catering Bandung. Vol 4 No.1 (2022): Jurnal Sains.Manajemen.  
(<https://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/article/view/694>)
- GreatNusa, 2023. Fungsi Manajemen Pemasaran untuk Sebuah Perusahaan.  
<https://greatnusa.com/artikel/fungsi-manajemen-pemasaran/>
- GW Astiti, 2020. Pengaruh customer experience, creatifity, dan innovation terhadap kepuasan konsumen.  
<http://repository.unim.ac.id/3815/>
- Hendro Yuwono, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keragaman Prpduk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King di Malang. Jurnal Ekonomi Manajemen. (Online), Volume 2 No. 2.  
(<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEM17/article/view/1195>)
- Ibrahim dan Thawil (2019), Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen. Vol.3 No.1.  
<https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/4007/3086/9525>
- Kesya Wara. 2023 Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk dan Atsmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Strabuck Driver True Vol 11 N01  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/44590>
- Ratih Andalusia (2018) pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Vol. 2  
<https://jurnalmadani.org.lkdpm.com/index.php/madani/article/view/16>
- Laras Widyastuti. 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Vol 13, No 1(2021):Maret  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/3276580>
- Laras Widyastuti. 2021 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.Vol 13, No 1 (2021).  
(<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN/article/view/8156>)
- Muchlisin Riadi, 2022. Inovasi Produk (Aspek, Jenis, Indikator dan Penyebab).  
<https://www.kajianpustaka.com/2022/06/inovasi-produk.html?m=1>
- Natalia E Sihombing. 2023 Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kesesuaian harga Terhadap Loyalitas Konusmen pada Mahasiswa PenggunaHairCareMakarizo,  
(<https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/sosialpolitik/article/download/1151/728>).

- Nikma Yucha. 2021. Promosi, Kualitas Pelayanan dan Difersifikasi produk Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Sate Sawah. Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi dan Bisnis. (Online), Vol 4 No. 1, diakses 22 Juni 2021  
<https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/ecopreneur/article/download/921/df>
- Ratih Andalusia (2018) pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Vol. 2 (2028)  
<https://jurnalmadani.org.lkdpm.com/index.php/madani/article/view/16>
- Sarli Rahman (2023) Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas  
<https://journal.utnd.ac.id/index.php/jmdb/article/view/769>
- Vinny Dwi Rahim Safavi, (2021) Pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Vol 13, NO 1 (2021)  
<https://ejournal.unmas.ac.id/index.php/value/article/download/4007/3086/9525#:~:text=Hasil%20penelitian%20berbeda%20dari%20Ibrahim,dan%20signifikan%20terhadap%20kepuasan%20konsumen>
- VN Fahtira, 2020. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.  
<http://repository.iainbengkulu.ac.id/4807/>
- Yesus Armiru Korbaffo. 2019 Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di HEPI Swalayan Kefamenamu. Vol 1 No 02 (2019).  
(<http://jurnal.unimor.ac.id/JIE/article/view/161>)