

## **Pengaruh Kreatifitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles**

**Sri Ernawati, Uty Kurniati**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Email Korespondensi :sriernawati.stiebima@gmail.com

Dikirim : 24 Maret 2020

Diterima : 7 Maret 2020

### **ABSTRACT**

*With the increasing number of restaurants, there is also increasing competition among restaurant entrepreneurs, they jointly compete in producing, gaining competitive advantage and providing value to their customers, wherever possible in accordance with the value expected by consumers. This study aims to analyze and test the effect of Product Creativity and Product Innovation both partially and simultaneously on Consumer Satisfaction at Steak House Noodles. This research was conducted in Bima City. This research is a survey research by distributing questionnaires with Likert scale measurement to 96 people who have visited Steak House Noodles. Data collection techniques using questionnaire, observation and study of literature, questionnaire distributed will be tested for validity and reliability then processed with SPSS 20. Data analysis using multiple linear regression. The results showed that product creativity affected Consumer Satisfaction at Steak House Noodles, Product Innovation affected Consumer Satisfaction at Steak House Noodles, and Product Creativity and Product Innovation significantly affected Consumer Satisfaction at Steak House Noodles*

**Key Word:***Product Creativity, Product Innovation, Consumer Satisfaction*

### **ABSTRAK**

Perkembangan industri restoran menjadikan semakin meningkat pula persaingan diantara para pengusaha restoran, tingginya tingkat kompetisi untuk mendapatkan keunggulan bersaing sehingga bisa memberikan nilai yang lebih. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kreativitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di Steak House Noodles. Penelitian ini dilakukan di Kota Bima. Penelitian dengan metode survei dengan menyebarkan kuesioner dengan pengukuran skala Likert pada 96 orang yang pernah berkunjung di Steak House Noodles. Pengumpulan data dengan observasi, kuesioner dan studi kepustakaan. Dalam menganalisis data menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS 20.00. Penelitian ini mendapatkan hasil seperti kreativitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Steak House Noodles, inovasi produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Steak House Noodles, dan kreativitas produk dan inovasi produk mempunyai pengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles.

**Kata kunci :** *Sistem Informasi, Arus Kas, dan System Development Life Cycle*

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sekarang ini bisa menjadi faktor pendorong kemajuan industri. Tidak hanya industri berat tetapi industri makanan dan minuman terus mengalami kemajuan seperti makanan instan, sekarang menjadi industri yang dapat menopang perekonomian bangsa (Anjaningrum & Sidi, 2018). Keadaan ini menjadikan usaha makanan siap saji makin banyak yang bermunculan sehingga terjadi persaingan bisnis yang lebih kompetitif. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif harus memberikan kreativitas pada produknya secara rutin. Produk yang kreatif bisa diterapkan dengan memberikan pandangan terbaru atau dapat juga dari pandangan yang sudah ada diperbaharui serta dapat berbasal dari sumber lain sehingga kreativitas produk bisa dijadikan untuk mempertahankan pasar dan juga dapat mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan tersebut. Ada berbagai cara yang bisa dilakukan untuk terus berada di pasar dan memenangkan persaingan, seperti melalui kreativitas produk yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Mulyadi et al., 2016).

Selain kreativitas, inovasi produk juga mempunyai peranan yang vital dalam menciptakan keuntungan di pasar. Seorang wirausaha menciptakan inovasi produk sesuatu keharusan untuk memenangkan persaingan dengan produk yang berkualitas, keinginan konsumen yang tidak pasti (Bunga Aditi, 2017). Dengan melakukan inovasi diharapkan ada sesuatu yang terkini serta tidak sama dari produk kompetitor. Konsumen dalam memilih sesuatu yang akan dikonsumsi tidak hanya melihat pada nilai dan fungsi tapi juga melihat bagaimana produk tersebut bisa memberikan nilai tambah serta manfaat lebih jika dibandingkan dengan produk yang sejenis (Curatman et al., 2016). Para konsumen tertarik untuk menggunakan produk dan jasa akan digunakan secara terus menerus dengan membandingkan nilai serta manfaat yang diterimanya, sehingga dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen.

Kepuasan dapat dinilai dari ciri atau keistimewaan yang dapat memberikan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya (Rika et al., 2018). Kinerja perusahaan yang sulit memenuhi ekspektasi atau keinginannya, sehingga mereka sebagai konsumen merasa tidak puas atas pencapaian dari produk yang dipersepsikan di atas ekspektasi. Apabila perusahaan dapat memberikan produk yang baik dan menarik maka ekspektasi konsumen akan merasa tinggi (Sunarti, 2017).

Konsumen saat ini lebih menginginkan perusahaan yang memberikan produk yang lebih kreatif dan inovatif dengan fitur-fitur yang menarik. Hadiyati (2012) Usaha *Steak House Noodles* harus benar-benar memahami kreatifitas dan inovasi seperti bagaimana yang dibutuhkan konsumen dan diinginkan, agar tidak kalah saing dengan usaha-usaha sejenis yang ada di wilayah Kota Bima dan Sekitarnya. Saat ini juga sudah banyak perusahaan serupa yang memiliki daya saing kreatifitas dan inovatif yang cukup tinggi sehingga menciptakan daya saing yang tinggi pula. Banyak produk dari *Steak House Noodles* memiliki kesamaan produk dengan resto lainnya menjadi hal yang cukup dikhawatirkan bagi pemilik usaha dan ditambah lagi dengan konsumen saat ini yang semakin selektif dalam memilih makanan siap saji (*Fast food*) sudah jelas disini perusahaan sangatlah dituntut untuk berkreatifitas dan berinovatif untuk mencapai kebutuhan (Antanegoro et al., 2017)

Isnaeni (2016) Harapan konsumen dilihat dari masalah lokasi tempat usaha yang tidak besar atau minimalis menjadi masalah penting bagi kenyamanan, konsumen di *Steak House Noodles* seperti posisi kursi, meja yang jaraknya begitu berdekatan dan lokasi usaha yang berada dalam tempat pada kondisi jalur yang lumayan sepi serta jauh dari keramaian seperti dipusat Kota Bima.

## B. KAJIAN LITERATUR

### **Kreatifitas Produk**

Kreatifitas produk (X1) merupakan akumulasi dari gagasan perusahaan yang berupa ide-ide yang membedakan dari produk perusahaan yang lain yang mampu memberikan sesuatu yang baru yang hanya ditemukan pada produk lain, maka hal ini akan mendatangkan kepuasan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2015). Indikator Kreativitas produk (Dismawan, 2014) seperti: 1. Original, 2. Tingkatan perubahan produk, 3. Kualitas produk dari hasil ide baru.

### **Inovasi Produk**

Inovasi merupakan pandangan konsumen terhadap barang maupun jasa yang baru. Dapat disimpulkan hal – hal yang lahir dari ide terkini. Kotler, 2011 menjelaskan inovasi yang dilakukan pada produk bukan berupa produk baru saja akan tetapi menciptakan peluang usaha dan metode dalam menjalankan juga harus baru, sehingga dapat menciptakan nilai yang tinggi dimata konsumen, maka perusahaan tersebut bisa memenangkan pasar. Indikator inovasi (Wahyudin, 2015) yaitu: Perluasan lini, produk baru, dan produk benar-benar baru.

### **Kepuasan Konsumen**

Konsumen yang puas dapat dilihat dari hal yang dilakukannya, dimana sikap yang terlihat saat melakukan pembelian. Rasa yang lahir dari rasa suka setelah melihat hasil yang diperoleh dengan pengorbanan yang dikeluarkan dimana hasil lebih tinggi dibanding biaya yang dikeluarkan. Indikator kepuasan pelanggan adalah : 1. Penangan saran dan kritik konsumen. 2. Sistem survei reputasi perusahaan 3. Sistem analisis konsumen (Kotler, 2011).

### **Pengaruh Kreatifitas (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Kreatifitas produk merupakan hasil ide dari perusahaan yang memberikan perbedaan dari perusahaan yang lain dan lebih mempunyai tingkatan yang tinggi sehingga dapat memberikan nilai yang belum ditemukan konsumen pada perusahaan yang lain sehingga tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang diharapkan perusahaan. (Tjiptono, 2015)

### **Pengaruh Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Produk yang berinovasi dapat diartikan dimana perusahaan bekerja untuk menemukan jalan keluar untuk kemajuan dan perkembangan produk sehingga dapat mendiferensiasikan produk dan dapat membangun pengelolaan sebuah produk yang dipasarkan dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen (Sukarmen et al., 2015). Inovasi Produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang memberikan penilaian atas suatu produk adalah konsumen pemakai itu sendiri

### **Pengaruh Kreatifitas (X1) Produk dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Kreativitas serta inovasi diartikan sebagai hal yang mendasar dalam sebuah usaha karena dapat mempengaruhi minat beli, dengan inovasi yang baik sesuai dengan kemajuan zaman, perusahaan akan terus mendapatkan laba dari penjualan yang terus meningkat, berbanding terbalik jika produk tanpa inovasi dan kreativitas, maka konsumen akan beralih ke produk pesaing sehingga volume penjualan akan menurun. (Aditi & Hermansyur, 2017)

## C. PELAKSANAAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan metode survey. Instrument penelitain adalah kuesioner dengan *skala likers*. Populasi disini yang dimaksud yaitu konsumen Steak House Noodles yang jumlahnya belum diketahui pasti (*unknown population*) dengan jumlah sampel 96 orang, dengan teknik pengambilan sampel yaitupurposive Sampling. Data dikumpulkan dengan observasi, kuesioner serta studi kepustakaan. Analisis data dengan Regresi Linier Berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \varepsilon$$

Dimana Y merupakan kepuasan konsumen, a adalahkonstanta,  $b_1$ ,  $b_2$  adalahkoefesienregresi,  $X_1$  adalah kreativitas produk,  $X_2$ adalahinovasi produk danadalaherror term.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Validitas**

Item	r Hit X1	r Hit X2	r Hit Y	r Tabel	Keterangan
1	.699	.671	.696	.300	Valid
2	.848	.575	.677	.300	Valid
3	.612	.591	.727	.300	Valid
4	.623	.784	.758	.300	Valid
5	.635	.859	.499	.300	Valid
6	.815	.818	.556	.300	Valid
7	.597	.667	.765	.300	Valid
8	.861	.672	.822	.300	Valid
9	.815	.694	.787	.300	Valid

Sumber Data:Data diolah 2019

Tabel diatas dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga data dalam setiap kuesioner dinyatakan valid

### Uji Reliebilitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliebilitas**

Variabel	Cronbach Alpha
Kreativitas Produk (X1)	.884
inovasi Produk (X2)	.873
Kepuasan Konsumen (Y)	.871

Sumber Data:Data diolah 2019

Tabel diatas menunjukkan nilai *Cronbach alpha* > 0,600, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap valiabel dinyatakan reliebel.

**Uji Regresi Linear Berganda**

**Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
			Std. Error			
	(Constant)	6.627	1.759		3.768	.000
	Kreatifitas Produk	.470	.071	.526	6.639	.000
	Inovasi Produk	.383	.074	.411	5.180	.000

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber Data: Data diolah 2019

Sehingga Model persamaan dari data di atas adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.627 + 0.470X_1 + 0.383X_2$$

Dari persamaan di atas dapat dinyatakan kreatifitas semakin tinggi akan mengakibatkan kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan inovasi produk yang terus menerus akan mengakibatkan kepuasan konsumen di Steak House Noodles meningkat juga.

**Uji Determinasi**

**Tabel 4  
Hasil Uji Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 <sup>a</sup>	.793	.788	1.900	1.879
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber : Data diolah 2019

Data *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,793, dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kreatifitas produk dan inovasi produk sebesar 79,3%, sisanya sebesar 20,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F, dari hasil pengujian diketahui apakah setiap variabel yang diuji berpengaruh atau tidak. Hasil pengujian bisa dilihat sebagai berikut:

Uji secara Parsial (Uji t)

**Tabel 5**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
			Std. Error			
1	(Constant)	6.627	1.759		3.768	.000
	Kreativitas Produk	.470	.071	.526	6.639	.000
	Inovasi Produk	.383	.074	.411	5.180	.000

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber Data: Data diolah 2019

H1 : Kreativitas produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai t hitung variabel kreativitas produk (X1) sebesar 6.639 > 1.985 sehingga hipotesis yang dinyatakan "Diterima". Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Sidi & Anjaningrum, 2018) menyatakan bahwa kreativitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

H2 : Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles

Berdasarkan hasil olah data dimana nilai t hitung variabel inovasi produk (X2) sebesar 5.180 > 1.985, sehingga hipotesis yang dinyatakan "Diterima". Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Isnaeni & Sanaji, 2016) yang menyatakan bahwa Inovasi produk berpengaruh positif dengan kepuasan studi pada konsumen Fruit Coffe Kafe Refresho di Tulungagung.

Uji F (Secara Simultan)

**Tabel 5**  
**Hasil Uji F (Secara Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Square	F	Sig.
	Regression	1283.608		641.804	177.705	.000 <sup>b</sup>
	tual	335.882		3.612		
		1619.490				

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kreativitas Produk

Sumber Data: Output SPSS versi 20 yang diolah 2019

H3 : Kreativitas Produk dan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles

Hasil statistik uji F untuk variabel kreativitas produk dan inovasi produk diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 177.705 dengan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,09 ( $177.705 > 3,09$ ) sehingga hipotesis yang dinyatakan “**Diterima**”. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian (Kurniasari & Utama, 2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk dan kreativitas produk, secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing ( $sig = 0,000 < 0,05$ ).

## E. PENUTUP

Kreativitas produk mempunyai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Steak House Noodles, inovasi produk mempunyai berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Steak House Noodles, dan kreativitas produk dan inovasi produk berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Steak House Noodles. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen Steak House Noodles harus mempertimbangkan dalam menentukan kebijakan produk seperti inovasi produk yang berbeda dari restoran lain, harga harus terjangkau yang disesuaikan dengan segmentasi konsumen yaitu anak muda, dan waktu penyajian lebih efisien lagi agar konsumen tidak bosan menunggu.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D., & Sidi, A. P. (2018). Kreatifitas dan inovasi produk industri kreatif. Conference on Innovation and Application of Science and Technology, September, 61–70.
- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa, 1(2), 167–179.
- Bunga Aditi, H. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM di kota medan. Journal of Chemical Information and Modeling, 7(1), 1–9.
- Curatman, A., Rahmadi, Maulany, S., & Ikhsani, M. M. (2016). Analisis Faktor-faktor Pengaruh Inovasi Produk yang Berdampak pada Keunggulan Bersaing UKM Makanan dan Minuman di Wilayah Harjamukti Kota Cirebon. Jurnal Logika, 18(3), 61–75.
- Dismawan, R. (2014). Pengaruh Kreativitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Produk Kue Soes Pada Toko Kue Soes Merdeka Di Jl. Merdeka No. 25 Bandung Rangka. 25.
- Hadiyati, E. (2012). Reativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan, 1(3), 135–151.
- Isnaeni, M. A. (2016). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Kafe Fruit

Coffee Refresho Di Tulungagung). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2), 129–138.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Mulyadi, W., Tarigan, R. E., & Widjaja, A. E. (2016). Pengaruh Inovasi, Kreativitas, dan Kepuasan Konsumen terhadap Keunggulan Kompetitif: Sebuah Studi Kasus. *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Dan Teknologi Informasi*, 1610–1615.

Rika, O. :, Kurniasari, D., Utama, A., Staf, M. S., Jurusan, P., Universitas, M., & Yogyakarta, N. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada Kerajinan Enceng Gondok “Akar”). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 467–477.

Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2015). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara XI (Persero). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 12(2), 64–79.

Sunarti, D. A. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermarket. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1–7.

Tjiptono Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran Jasa*. CV. Andi:Yogyakarta

Wahyudin, N. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Perguruan Tinggi Swasta (PTS) Pada Sekolah Tinggi Dan Akademi Di Semarang. *Journal of Management Research*, 3(2), 77–93.