

PENGARUH KUALITAS DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI KUSWINI CATERING BANDUNG

Faizal Hamzah¹, Fadli Ariesta²

¹STP ARS Internasional, faizal@ars.ac.id

²STP ARS Internasional, fadliariesta28@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata tentunya tidak terlepas dari sektor makanan dan minuman, catering merupakan salah satu industri yang berkecimpung dalam bidang makanan dan minuman, salah satu usaha catering yang terletak di Bandung adalah Kuswini *catering*. Tentunya catering selalu berkaitan dengan konsumen, dimana kepuasan konsumen menjadi salah satu hal yang penting bagi kelangsungan catering, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, beberapa diantaranya ialah kualitas produk dan inovasi produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di Kuswini *catering* Bandung. Dengan jenis penelitian kuantitatif deskriptif verifikatif. Data didapat dari sampel penelitian konsumen Kuswini *catering* Bandung. Data didapat dari kuisisioner yang telah disebar kepada 110 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kuswini *catering* Bandung, (2) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kuswini *catering* Bandung, dan (3) kualitas produk dan inovasi produk secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kuswini *catering* Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Inovasi Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Tourism is certainly not separated from the field of food and beverage. Catering is one of the industries in the field of food and beverage, one of the catering businesses located in Bandung is Kuswini catering. Of course catering is always concerned with consumers, where consumer satisfaction becomes one of the things that are important for the continuity of catering, consumer satisfaction is influenced by several factors, some of which are product quality and product innovation. The purpose of this research is to analyze the influence of product quality and product innovation to consumer satisfaction on Kuswini catering Bandung. This type of research is descriptive verificative quantitative. The data source are derived from the sample of Kuswini catering consumers. Data collection was done by distributing questionnaires to 110 respondents. This research uses Multiple Regression analysis method. The results of this research showed that : (1) the product quality significantly influences consumer satisfaction in Kuswini catering Bandung (2) the product innovation significantly influences consumer satisfaction in Kuswini catering Bandung (3) product quality dan product innovation significantly influence consumer satisfaction in Kuswini catering Bandung".

Keywords: Product Quality, Product Innovation, Customer Satisfactio

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan bidang ekonomi yang sangat pesat, industri pariwisata juga mengalami perkembangan yang pesat sejalan dengan penduduk dunia yang mengembangkan bisnisnya di berbagai negara maupun penduduk dunia yang melakukan perjalanan overseas atau lintas negara. Secara otomatis perkembangan bisnis pariwisata juga menjadi sangat menjanjikan. Salah satu daya tarik wisata yang tidak boleh terlewat adalah sektor kuliner atau makanan dan minuman. Tentunya ada banyak jenis usaha yang berkecimpung di bidang makanan dan minuman, seperti restoran, cafe dan catering. Catering mempunyai tugas yang sangat krusial terutama dalam penyelenggaraan berbagai macam event.

Salah satu usaha yang berkecimpung di bidang catering ialah Kuswini catering Bandung. Catering yang berbasis di Majalaya, Kab. Bandung ini sudah 10 tahun beroperasi dan dapat menjual sekitar 50-200 pax produk makanan setiap harinya

Katering tentunya berkaitan erat dengan konsumen, tidak jarang Kuswini catering juga mendapatkan sejumlah keluhan dari konsumen yang kurang puas dengan produk yang diterima, dengan alasan konsumen merasa kurang puas atau sudah bosan akan produk yang dikeluarkan. Hal ini dapat terlihat dari jumlah keluhan konsumen yang meningkat selama beberapa bulan terakhir, berikut merupakan grafik pertumbuhan jumlah keluhan konsumen terhadap Kuswini catering pada periode bulan Januari tahun 2021 sampai dengan bulan April tahun 2021.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Keluhan Kuswini *Catering*

Sumber: Kuswini *Catering*, Data diolah.

Seperti yang terlihat pada grafik I.1, keluhan meningkat secara signifikan dari bulan Januari 2021 sampai dengan bulan April 2021. Pada bulan April tahun 2021 merupakan jumlah terbanyak jika dibandingkan dengan bulan-bulan sebelumnya, yakni terdapat sebanyak 24 keluhan sehingga dengan meningkatnya jumlah keluhan ini maka kepuasan konsumen juga semakin berkurang (Gunawan et al., 2018).

Konsumen berperan penting dalam suatu kegiatan usaha jual beli, pengusaha catering diharuskan untuk senantiasa memastikan kepuasan konsumen yang baik, kepuasan konsumen akan tercipta jika para konsumen merasa senang atau puas dengan produk yang mereka terima karena sesuai dengan harapan-harapan yang telah mereka miliki terhadap suatu produk (Cahyani & Sitohang, 2016).

Ada beberapa faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen yakni kualitas produk dan juga inovasi produk.

Katering juga harus mampu membuat standardisasi produk yang baik agar terciptanya kualitas produk yang sesuai dengan keinginan pasar, tentunya standardisasi yang diterapkan harus senantiasa diiringi dengan pengawasan produk yang baik agar produk tersebut memiliki kualitas yang prima.

Selain kualitas produk yang baik catering juga harus mampu untuk menghadirkan inovasi yang baik untuk menambah varietas produk mereka di pasaran. Inovasi menjadi hal yang penting dalam pengembangan suatu produk, dengan inovasi para pengusaha dapat meningkatkan volume penjualan, memperluas jangkauan pemasaran dan juga membangun identitas perusahaan itu sendiri.

Sebagai contoh dalam penelitian (Gunawan et al., 2018) "Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Baru Opak Biji Karet Terhadap Kepuasan konsumen di Kota Serang" meneliti bahwa kualitas produk dengan beberapa indikator penilaian seperti kemasan dan rasa serta inovasi produk dengan indikator seperti produk baru dengan hasil dari penelitian tersebut menemukan bahwa inovasi produk

dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen. Penelitian tersebut menjadi acuan peneliti untuk merumuskan variabel penelitian terkait karena dengan beberapa indikator tersebut merupakan beberapa faktor keluhan konsumen Kuswini catering selama bulan Januari 2021 sampai dengan April 2021 yang dilampirkan sebagai berikut:

Tabel 1
Tabel Faktor Keluhan Konsumen Kuswini
Catering (Januari-April 2021)

No	Bulan	Jumlah Keluhan	Faktor keluhan	
			Kualitas Produk	Inovasi Produk
1	Januari	7	5	2
2	Februari	11	8	3
3	Maret	17	13	4
4	April	24	15	9

Sumber: Kuswini catering (2021)

Seperti yang dapat dilihat dalam tabel 1.1 keluhan konsumen Kuswini catering berkaitan dengan variabel kualitas produk dan inovasi produk karena faktor keluhan tersebut seperti kemasan, rasa, porsi dan pilihan menu yang merupakan indikator dari kualitas produk dan inovasi produk. Peneliti menduga kualitas produk dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering Bandung.

Maka dari berbagai hal yang melatar belakangi penelitian ini, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen lalu pengaruh kualitas dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.

KAJIAN LITERATUR

Katering

Jasa boga memiliki beberapa golongan lainnya, seperti katering atau yang sering disebut dengan commercial catering maksud dan tujuan dari perusahaannya adalah untuk mendapatkan profit melalui layanan katering yang bertujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen melalui produk yang disediakan. Produk katering yaitu makanan yang biasanya dipesan konsumen berdasarkan

preferensi masing-masing, semakin banyak konsumen yang menggunakan jasa tersebut secara tidak langsung menjadikan tolak ukur kepuasan konsumen itu sendiri dan pengalaman konsumen dalam menggunakan jasa suatu katering dengan bagaimana konsumen tersebut menikmati produk yang disediakan oleh suatu katering (Sukmaratri & Damayanti, 2016).

Kualitas Produk

Menurut Kotler and Amstrong (2008) dalam (Amrullah et al., 2016) arti dari kualitas produk adalah “the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes” yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Berikut merupakan dimensi kualitas produk (makanan) Menurut West, Wood, Hanger, et.al dalam (Masharyono dan Hasanah, 2016) diantaranya adalah dimensi penampilan serta dimensi rasa.

Inovasi Produk

Inovasi merupakan pengenalan dan aplikasi yang disengaja dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi mengenai ide, proses, produk atau prosedur yang baru dalam pekerjaan, tim kerja atau organisasi, yang dirancang untuk menguntungkan pekerjaan, tim kerja atau organisasi tersebut, proses no-linear dari dua komponen meliputi implementasi kreativitas dan inovasi.

Pada awal proses, kreativitas mendominasi dan kemudian, akan didominasi oleh proses implementasi inovasi. Inovasi dalam kewirausahaan terbagi atas dua tipe inovasi yang membentuk keuntungan bagi suatu usaha dengan cara yang berbeda yaitu inovasi produk dan inovasi proses (Nizam et al., 2020). Sedangkan Menurut Machfoedz & Machfoedz (2004) dalam (Fadhilah et al., 2021) bahwa inovasi produk terdiri dari 4 dimensi, yaitu penemuan, pengembangan, duplikasi dan sintesis.

Kepuasan Konsumen

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011) dalam (Cahyani & Sitohang, 2016) Kepuasan konsumen pada mulanya bergantung pada persepsi dan harapan yang terdapat pada konsumen. Menentukan kepuasan konsumen ada lima dimensi yang diantaranya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Dengan lokasi penelitian pada usaha Kuswini Catering. Variabel penelitian yang terlibat adalah kualitas produk dan inovasi produk sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen.

Malhotra (2010) dalam (Khotimah & Febriansyah, 2018), dimana dijelaskan jika populasi tidak diketahui, maka sampel dapat diambil dengan menghitung jumlah pertanyaan (n) dikali lima. Keseluruhan pertanyaan dalam penelitian ini berjumlah 22 pertanyaan sehingga jika dikalikan dengan lima maka sampel yang diperoleh adalah sebanyak 110 sampel.

Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017). Peneliti menggunakan teknik Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2017).

Instrumen Penelitian

Kuesioner disebarikan secara online dengan menggunakan aplikasi *google forms*. Skala penilaian data yang digunakan oleh penulis adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Berikut merupakan contoh penilaian menggunakan skala Likert:

Tabel 2
Tabel Skala *Likert*

Skor (Likert)	Keterangan
1	STS (Sangat tidak setuju)
2	TS (Tidak setuju)
3	R (Ragu-ragu)
4	S (Setuju)
5	SS (Sangat setuju)

Sumber: Sugiyono (2017)

Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan Teknik wawancara, kuisisioner, observasi dan studi pustaka.

Teknik Pengujian Data

Suatu hasil penelitian dikatakan valid jika terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi, sedangkan hasil penelitian dikatakan reliabel jika terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi rank spearman. Hasil uji validitas menunjukkan semua nilai r hitung menunjukkan hasil perhitungan di atas 0.361 (r table). Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa semua kuesioner yang digunakan dalam uji validitas tersebut, dapat dilanjutkan untuk pengambilan data berikutnya. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha. Hasil uji reliabilitas menunjukkan semua nilai r hitung menunjukkan hasil perhitungan di atas 0.60 (r table) maka semua variabel dalam penelitian ini sudah reliabel.

Teknik Analisis Data

Analisis data dari penelitian ini meliputi 3 tahap, pertama mengukur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, kedua, mengukur pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dan yang terakhir, mengukur pengaruh kualitas dan inovasi

produk terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering Bandung.

PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari 110 responden terdiri dari 69% perempuan dan 31% laki-laki, responden terbanyak berada pada usia 26-34 tahun sebanyak 35%, yang kebanyakan berasal dari kecamatan Majalaya sebanyak 37% yang kebanyakan berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 25%. Para responden merupakan orang-orang yang pernah mencoba produk makanan dari Kuswini Catering.

Uji Normalitas

Normalitas dalam penelitian ini dapat diketahui dengan membandingkan nilai Asymp Sig. dengan nilai signifikansi α (0,05) pada hasil perhitungan statistik oleh *software* SPSS 16 for Windows. Hasil uji normalitas menunjukan bahwa nilai Asymp Sig. dari masing-masing variable > (lebih dari) signifikansi α (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat diketahui dengan melihat grafik *scatterplot* pada hasil perhitungan statistik oleh *software* SPSS 16 for Windows. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukan bahwa model bersifat homoskedastik, yaitu tidak ada titik yang membentuk pola-pola tertentu secara teratur, melainkan menyebar secara acak, baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model ini. Artinya, peningkatan nilai variabel dependen.

Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil uji regresi berganda dalam persamaan regresi bentuk standar adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,809 + 0,546X1 + 0.222X2 + e$$

Koefesien regresi variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Koefesien regresi untuk X1 sebesar 0,546. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai kualitas produk akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,546.

Koefesien regresi variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Koefesien regresi untuk X1 sebesar 0,222. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan perubahan nilai kualitas produk akan memberikan peningkatan skor sebesar 0,222.

Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada penelitian ini dapat diketahui dengan melihat nilai *R square* pada hasil perhitungan statistik oleh *software* SPSS 16 for Windows seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
,710 ^a	,505	,495	3,05177	1.737

Sumber: Output Olah Data Statistik (2021)

Hasil uji koefisien determinasi (r^2) dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai R square = 0,505. Mengacu pada hasil olah data, maka dapat diindikasikan bahwa dapat terlihat nilai R Square 0,505 atau 50,5%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap Variabel kepuasan konsumen (Y) secara gabungan, sedangkan sisanya 49,5% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error.

Uji T (Parsial)

Uji parsial dari penelitian ini dapat dilihat dari nilai T hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS sebagai berikut:

Coefficients ^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,809	2,365		4,148	,000
	Kualitas Produk (X1)	,546	,083	,558	6,572	,000
	Inovasi Produk (X2)	,222	,086	,218	2,570	,012

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0,000 < 0,050$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $6,572 > t$ tabel (**1,98238**), dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Pengaruh variabel inovasi produk (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar $0,012 < 0,050$ sedangkan untuk nilai t hitung sebesar $2,570 > t$ tabel (**1,98238**), dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel inovasi produk (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	1014,794	2	507,397	54,481	,000b
	Residual	996,524	107	9,313		
	Total	2011,318	109			

Diketahui bahwa nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel ($54,481 > 3,08$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) jika diuji secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

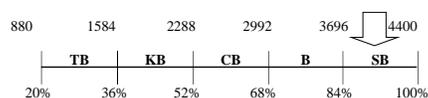
Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Pada variabel kualitas produk dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 item dan jumlah responden sebanyak 110 responden, diperoleh skor total sebesar 3820. Maka, interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut

Interval skor kategori

$$\frac{(110 \times 5) - (110 \times 1)}{5} = \frac{4400 - 880}{5} = \frac{3520}{5} = 704$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 704. Dari interval yang sudah dihitung tersebut, dapat diketahui kategorisasi variabel kualitas produk sebagai berikut:



Dapat disimpulkan bahwa hasil kuisioner variabel kualitas produk (X1) mencapai presentase 86,1% maka dapat masuk dalam kategori sangat baik karena terletak di jangkauan 84%-100%.

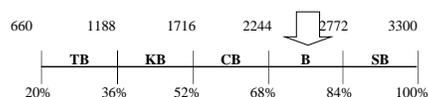
Analisis Deskriptif Inovasi Produk

Pada variabel kualitas produk dengan jumlah pertanyaan sebanyak 6 item dan jumlah responden sebanyak 110 responden, diperoleh skor total sebesar 2704. Maka, interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut

Interval skor kategori

$$\frac{(110 \times 5) - (110 \times 1)}{5} = \frac{3300 - 660}{5} = \frac{2640}{5} = 528$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 528. Dari interval yang sudah dihitung tersebut, dapat diketahui kategorisasi variabel kualitas produk sebagai berikut:



Dapat disimpulkan bahwa hasil kuisioner variabel inovasi produk (X2) mencapai presentase 81,9% maka dapat masuk dalam kategori baik, karena berada pada jangkauan 68%-84%.

Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

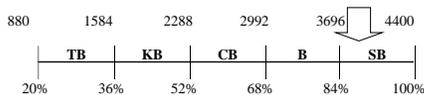
Pada variabel kualitas produk dengan jumlah pertanyaan sebanyak 8 item dan jumlah responden sebanyak 110 responden, diperoleh

skor total sebesar 3765. Maka, interval skor setiap kategori ditentukan sebagai berikut

Interval skor kategori

$$\frac{(110\ 8\ 5) - (110\ 8\ 1)}{5} = \frac{4400 - 880}{5} = \frac{3520}{5} = 704$$

Jadi, panjang interval untuk setiap kategori adalah 704. Dari interval yang sudah dihitung tersebut, dapat diketahui kategorisasi variabel kualitas produk sebagai berikut:



Dapat disimpulkan bahwa hasil kuisioner variabel kepuasan konsumen (Y) mencapai presentase 85,5% maka dapat dinyatakan dalam kategori sangat baik karena terletak pada jangkauan 84,01%-100%.

PEMBAHASAN

Berikut merupakan hasil analisis data kuisioner yang sudah disebar kepada 110 responden dengan hasil:

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t hitung sebesar $6,572 > t$ tabel (1,98238), dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dan hasil signifikansi dari kualitas produk (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) $0,000 < 0,050$ dimana berpengaruh secara signifikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Celdi Katering” dengan hasil uji t sebesar $8,560 > 1,68385$, dimana H_0 ditolak dan H_a diterima, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Masharyono dan Hasanah, 2016). Lalu dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo” dengan hasil uji

t sebesar $1,966 > 0,05$ dimana H_0 ditolak dan H_a diterima, serta nilai signifikansi $0,001 < 0,050$ dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Yetti dan Gracia, 2016).

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

Berdasarkan tabel uji t diatas pengaruh variabel inovasi produk (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dengan nilai t hitung sebesar $2,570 > t$ tabel (1,98238), dimana H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel inovasi produk (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) dan hasil signifikansi dari inovasi produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) $0,012 < 0,050$ dimana berpengaruh secara signifikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Inovasi Dan Kreatifitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Di Kota Medan” dengan hasil uji t sebesar $8,560 > 1,68385$, dimana H_0 ditolak dan H_a diterima, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Aditi, 2018).

lalu penelitian terdahulu lainnya berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan hasil uji t sebesar $4,062 > t$ tabel 1,984, dimana H_0 ditolak dan H_a diterima, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ dengan ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (widyastuti dan Husnayetti, 2017).

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Dan Inovasi Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Dari hasil analisa pada ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Kuswini catering Bandung. Di dapatkan nilai uji F (simulttan) signifikan dengan nilai R Square 50,5%. Angka tersebut menunjukkan besar pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan inovasi produk (X2) terhadap Variabel kepuasan konsumen (Y) secara gabungan,

sedangkan sisanya 49,5% dipengaruhi oleh faktor variabel lain di luar penelitian ini atau nilai error.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “analisis inovasi dan kualitas produk baru opak biji karet terhadap kepuasan konsumen di kota serang” yang menyatakan bahwa kualitas dan inovasi berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap kepuasan konsumen sebanyak 50% (Gunawan dkk., 2018).

PENUTUP

KESIMPULAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta pada pembahasan Bab IV mengenai pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering Bandung, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan kuesioner yang disebar dan mendapatkan tanggapan dari 110 responden mengenai pembahasan pelaksanaan kualitas produk dan kepuasan konsumen pada Kuswini catering, dapat dikatakan bahwa kualitas produk termasuk ke dalam kategori sangat baik dan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori sangat baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki bahkan ditingkatkan. Sehingga dari data yang diolah peneliti dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering.

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

Berdasarkan kuesioner yang disebar dan mendapatkan tanggapan dari 110 responden mengenai pembahasan pelaksanaan inovasi produk dan kepuasan konsumen pada Kuswini catering, dapat dikatakan bahwa kualitas produk termasuk ke dalam kategori baik dan kepuasan konsumen termasuk dalam kategori sangat baik, namun masih terdapat beberapa aspek yang masih perlu diperbaiki bahkan ditingkatkan. Sehingga dari data yang diolah

peneliti dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering.

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kuswini Catering

Dari hasil analisa pada bab IV dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama memiliki pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kuswini catering Bandung.

SARAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran yang akan diberikan sebagai masukan untuk bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kualitas produk dan inovasi produk diharapkan dapat bermanfaat bagi para pihak Kuswini catering dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Untuk pihak Kuswini catering harus lebih mempertimbangkan kembali dua dimensi kualitas produk. Dimana dua dimensi ini sangat berpengaruh akan terjadinya kualitas produk yang baik. kualitas produk sendiri sangat dibutuhkan dalam pengawasan produk terutama produk makanan yang ada di Kuswini catering.

Namun disini, pihak Kuswini catering kurang memperhatikan indikator-indikator kualitas produk. Pihak Kuswini catering perlu memperbaiki variasi dalam kombinasi warna produk yang kurang menarik karena nilai terendah dalam variabel kualitas produk adalah pertanyaan mengenai kobinasi warna produk makanan, alangkah baiknya pihak Kuswini catering menggunakan bahan-bahan yang lebih segar dan berwarna agar dapat menggugah selera makan konsumen. Karena jika kualitas produk yang dihasilkan sudah baik maka kepuasan konsumen yang dihasilkan juga akan baik.

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

Untuk pihak Kuswini catering harus lebih mempertimbangkan kembali ke empat dimensi inovasi produk. Dimana ke empat dimensi ini sangat berpengaruh akan terjadinya inovasi produk yang baik. inovasi produk sendiri sangat dibutuhkan dalam pengembangan produk terutama produk makanan yang ada di Kuswini catering.

Namun disini, pihak Kuswini catering kurang memperhatikan indikator-indikator inovasi produk. Pihak Kuswini catering perlu memperbaiki variasi menu agar menciptakan menu yang unik karena nilai terendah dalam variabel inovasi produk adalah pertanyaan mengenai kurangnya keunikan menu produk makanan, alangkah baiknya pihak Kuswini catering menambah varietas produk makanan mereka dan juga membuat suatu menu yang unik agar dapat menjadi pembeda atau ciri khas Kuswini catering dengan catering lainnya, selain itu menu yang unik dapat menarik perhatian konsumen untuk mencoba produk makanan Kuswini catering. Karena jika inovasi produk yang dilakukan sudah baik maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang baik pula.

Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Kuswini Catering

Melihat kuatnya pengaruh kualitas produk dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen, maka pihak Kuswini catering disarankan untuk lebih meningkatkan ketiga variabel tersebut dengan cara memperhatikan setiap dimensi yang ada. Sehingga apabila kualitas produk dan inovasi produk yang dihasilkan baik, maka kepuasan konsumen yang dihasilkan juga akan baik, karena adopsi kualitas produk dan inovasi produk diakui dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang dihasilkan. Oleh karena itu pihak Kuswini catering harus memperhatikan standar yang telah ditentukan dengan Standard Operating Procedure yang sudah ada. Saran untuk peneliti yang akan melakukan penelitian serupa dengan meneliti variabel pengaruh kualitas dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen ataupun dengan menambahkan atau mengurangi variabel penelitian, dengan

metode yang sama maupun berbeda, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur untuk melakukan penelitian di masa yang akan datang.

REFERENSI

- Aditi, B. (2018). Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Di Kota Medan. *JUMAN Tools (Jurnal Manajemen Tools)*, 7(1), 1–9. <https://doi.org/10.31227/osf.io/ahxju>
- Amrullah, Siburian, P. S., & ZA, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–19.
- Fadhilah, Y., Yacob, S., & aurora lubis, T. (2021). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi. 10(01), 1–15.
- Gunawan, A., Barleany, D. R., Wiryadinata, R., & Pertiwi, I. B. (2018). Analisis Inovasi dan Kualitas Produk Baru Opak Biji Karet Terhadap Kepuasan Konsumen di Kota Serang. 1, 6–10.
- Khotimah, K., & Febriansyah, F. (2018). Pengaruh kemudahan penggunaan, kepercayaan konsumen dan kreativitas iklan terhadap minat beli konsumen online-shop. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v1i1.16>
- Masharyono, & Hasanah, C. U. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Celdi Katering (Survei Pada Konsumen Celdi Katering). *Tourism Scientific Journal*, 1(2), 152. <https://doi.org/10.32659/tsj.v1i2.10>

- Nizam, M. F., Mufidah, E., & Fibriyani, V. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran Umkm. *Jurnal EMA*, 5(2), 1214–1224.
<https://doi.org/10.47335/ema.v5i2.55>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*.
- Sukmaratri, M., & Damayanti, M. (2016). Diversifikasi Produk Wisata Sebagai Strategi Pengembangan Daya Saing Wisata Kota Batu. 12(September), 325–335.
- Widyastuti, L., & Husnayetti. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *JURNAL MANAJEMEN - VOL. 13 (1) 2021*, 90-96, 19(2), 90–96.
<https://doi.org/10.9744/jmk.19.2.106-111>

BIODATA

Faizal Hamzah adalah dosen di STP Ars Internasional memiliki gelar Magister Manajemen dari Universitas BSI Bandung 2018, dan fokus dalam bidang Manajemen Hospitality.

Fadli ariesta, lahir di Bandung pada tanggal 27 Oktober 1999. Meraih gelar ahli madya pariwisata (Amd.Par) pada tahun 2020 di Akademi Pariwisata (AKPAR) BSI Bandung dan lulus Sarjana Ekonomi di Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional 2021.