ARTIKEL

ANALISIS KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARTABAK DAN TERANG BULAN HOLANDA CABANG WARUJAYENG, NGANJUK



Oleh:

14.1.02.02.0159

Dibimbing oleh:

- 1. Dr. Sri Aliami, M.M.
- 2. Sigit Ratnanto, S.T, M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2018



SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Isti Ayu Amalia

NPM : 14.1.02.02.0159

Telepun/HP : 085606257576

Alamat Surel (Email) : isti.nganjuk123@gmail.com

Judul Artikel : Analisis Kualitas Produk, Inovasi Produk dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Martabak dan Terang

Bulan Holanda Cabang Warujayeng, Nganjuk.

Fakultas – Program Studi : Ekonomi - Manajemen

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Nusantara PGRI Kediri

Alamat Perguruan Tinggi : Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112)

Dengan ini menyatakan bahwa:

 a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

| Mengetahui | | Kediri,14 Agustus 2018 | |
|--|--|------------------------------------|--|
| Pembimbing I | Pembimbing II | Penulis, | |
| Many | Stapes | | |
| Dr. Sri Aliami, M.M. NIDN.071608640 | Sigit Ratnanto, S.T., M.M. NIDN.0706067004 | Isti Ayu Amalia 14.1.02.02.0159 | |



ANALISIS KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARTABAK DAN TERANG BULAN HOLANDA CABANG WARUJAYENG, NGANJUK

ISTI AYU AMALIA 14.1.02.02.0159

Fak – Prodi Manajemen Email : isti.nganjuk.123@gmail.com Dr. Sri Aliami, M.M. dan Sigit Ratnanto, S.T, M.M. UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Analisis Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.

Kata Kunci: Kualitas produk, inovasi produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

Ketatnya persaingan dalam industri kuliner khususnya martabak dan terang bulan saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat. Untuk itu pemilik perusahaan harus dapat menciptakan kualitas produk, sehingga dibutuhkan untuk melakukan inovasi produk dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga diikuti pula oleh perusahaan kuliner martabak dan terang bulan yang semakin banyak. Salah satunya yaitu Martabak dan terang bulan holanda. Penelitian ini hasil dari pengamatan peneliti bahwa inovasi produk Martabak dan terang bulan holanda belum terkelola secara efektif.

Variabel penelitian yang telah digunakan adalah (1) kualitas produk (2) inovasi produk (3) kualitas pelayanan (4) kepuasan konsumen. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *incidental sampling*. Populasi berdasarkan survei adalah seluruh konsumen martabak dan terang bulan "Holanda". Sedangkan sampel dalam penelitian adalah 40 orang. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dari penggumpulan data menggunakan teknik *kueisioner* dengan menggunakan analisis data secara deskriptif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif parsial, variabel kualitas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara simultan, semua faktor yaitu kualitas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas produk, inovasi produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

A. LATAR BELAKANG

Pengembangan usaha saat ini begitu pesat dan terjadi di berbagai sektor bisnis. Dengan ketatnya persaingan dunia bisnis, terutama di bidang ekonomi satu sama lain, saling berlomba memperbaiki diri mulai

dari pendidikan, penampilan dan wawasan.

Menurut penelitian Rizan dan Andika (2010), kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, yaitu keuntungan apa saja yang diberikan

ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159 FE - MANAJEMEN



produk tersebut, misalnya keunikan sebuah produk dapat memiliki nilai lebih bagi pemiliknya. Kualitas produk juga mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu perusahaan, karena dalam melakukan pembelian konsumen selalu mempertimbangkan hal yang berhubungan dengan kualitas dari akan dibeli. produk yang Jadi perusahaan yang memiliki kualitas produk yang baik akan tumbuh pesat, dan dalam jangka yang lama perusahaan tersebut akan lebih berhasil dan maju.

penelitian Menurut Irawan (2009:130), kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kuaitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan faktor dari kepuasan konsumen, salah satunya yang popular adalah servqual. Kualitas pelayanan merupakan salah satu pernyataan sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja.

Dengan inovasi yang bervariasi konsumen dapat membeli dengan banyak pilihan dikarenakan saat ini telah banyak bermunculan makanan menawarkan produk sejenis yang serupa, sehingga inovasi dibutuhkan untuk menjaga konsumen tetap loyal dan puas terhadap produk Martabak dan Terang Bulan Holanda.

Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Kabupaten Nganjuk merupakan salah satu tempat kuliner pertama kali di wilayah warujayeng Kabupaten Nganjuk atau bisa dinyatakan martabak dan terang bulan pertama kali didirikan wilayah Warujayeng kabupaten di Nganjuk.Martabak dan Terang Bulan berlokasi tepatnya di lampu merah perempatan Warujayeng kabupaten Nganjuk. Banyaknya persaingan bisnis dan usaha kuliner harus melakukan terobosan untuk tetap bersaing dengan yang lainnya, salah satu cara adalah dengan meningkatkan kepuasan konsumen dengan melihat kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan yang diberikan Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Nganjuk, Warujayeng kabupaten konsumen dapat merasakan kenyamanan dan puas akan hal itu tersebut.

uraian Berdasarkan di atas penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Holanda Warujayeng Cabang Kabupaten Nganjuk. Dengan demikian, penulis memutuskan untuk melakukan



penelitian dengan judul :"Analisis Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Kabupaten Nganjuk"

B. METODE

1. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan berupa pendapat, tanggapan, informasi, dan keterangan yang berupa uraian dalam mengungkapkan Penelitian masalah. kualitatif adalah metode berlandaskan filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti sampel dan populasi penelitian, teknik ini dilakukan random sampling secara (Sugiyono, 14:2015).

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini di tetapkan maka mengunakan teknik *survey*. Penelitian *survei* yaitu teknik yang mengumpulkan informasi dan menyusun pertanyaan untuk responden (Zikmund, 1997). Dalam penelitian *survey*, peneliti meneliti hubungan sebab akibat antara variabel tanpa intervensi peneliti.

2. Populasi dan Sampel

Menurut Sanusi (2016:47), Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159 FE - MANAJEMEN

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang ada pada Martabak dan Terang Bulan Holanda di Cabang Warujayeng

Menurut (Sugiyono, 2016:81), menyatakan bahwa sampel merupakan tahap dari jumlah atau karakteristik dari populasi. Mengingat besarnya populasi konsumen dan jumlahnya tidak terdefinisi dengan pasti, maka dalam penentuan sampel peneliti berpedoman pada pendapat Roscoe dalam buku Sugiyono (2016:91), menyatakan bahwa bila dalam penelitian melakukan analisis akan dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah dari sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. akan Jumlah dari variabel dependen dan bebas yang diteliti adalah 4, maka anggota sampel yang digunakan berjumlah $10 \times 4 = 40$ responden. Teknik pengambilan sampel digunakan peneliti yaitu teknik insidental sampling. Incidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, atau siapa saja yang bersama dengan peneliti akan dijadikan sampel. Jadi dalam penelitian ini sampelnya adalah 40 konsumen yang ada saat itu melakukan pembelian kebetulan bertemu dengan peneliti di Martabak dan Terang Bulan Holanda.



3. Instrumen Penelitian

Menurut Sanusi (2016:65),instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Instrumen digunakan yang yaitu kuesioner. Hal ini dikarenakan penelitian ini mengukur fenomena sosial, dalam hal ini persepsi atau pendapat para konsumen Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng terhadap kualitas produk, inovasi produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Sanusi (2016:65), menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial. Lebih lanjut dikatakan bahwa kuesioner adalah teknik mengumpulan data hasil dari memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis bagi responden untuk menjawabnya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

a. Studi Pustaka

Study pustaka merupakan pengumpulan data dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi berkaitan dengan penelitian.

b. Kuisioner

Kuisioner adalah cara mengumpulan data dengan cara memberi beberapa pertanyaan tertulis untuk responden menjawabnya.

c. Teknik Wawancara

Wawancara adalah dua orang yang berbagi informasi dan ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikontruksikan makna suatu topic tertentu.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini sebagai berikut :

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini maksudnya menjelaskan hasil pengisian responden atas jawaban yang ada dalam angket yang di dasarkan pada persentase. Menurut Sugiyono (2011:56), mean merupakan nilai rata-rata yang bisa mewakili sekumpulan data yang representatif.

b. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik digunakan adalah sebagai berikut :

 Uji Normalitas, menurut Ghozali (2011:110), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dengan residual mempunyai distribusi normal.

simki.unpkediri.ac.id



- Multikolinier, 2) Uji menurut Ghozali (2011:91),uji multikolinearitas bertujuan pada menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).
- 3) Uji Autokorelasi. menurut Ghozali (2011:95),uji autokorelasi digunakan unruk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode t dengan kesalahan t-1 (sebelumnya).
- 4) Uji Heteroskedastisitas, menurut Ghozali (2011:105), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi perbedaan *variance* dan residual antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Djarwanto dan Subagyo (2000:309), karena penelitian ini untuk mendapatkan hubungan sebab akibat (pengaruh) antara variabel maka digunakan analisis regresi. Dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

d. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali dalam Novandri (2010:39), pada model linier berganda, dapat diketahui kontribusi untuk variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan mengetahui besarnya koefisien determinasi totalnya, jika R² yang diperoleh mendekati 1, maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, sebaliknya jika R² makin mendekati 0, maka hasil akan lemah berpengaruh variabelvariabel independen terhadap variabel terikat.

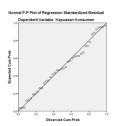
e. Uji Hipotesis

Menurut Priyatno
(2008:83), uji t yaitu untuk
medapatkan hasil apakah model
regresi variabel independen
secara parsial memiliki pengaruh
yang positif untuk variabel
dependen. Untuk melakukan Uji t
pada penelitian ini alat bantu
berupa aplikasi software SPSS
versi 23.

C. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil Analisis Data
 a.Uji Normalitas





Gambar 1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah SPSS (2018)

Dari gambar 1 menunjukkan bahwa menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan untuk data dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 1
Hasil Uji Multikolinieritas

| No | Variabel Bebas | Nilai Tolerance | Nilai VIF (%) |
|----|----------------------------|--------------------|------------------|
| 1 | Kualitas Produk (X1) | .210 | 4.764 |
| 2 | Inovasi Produk (X2) | .192 | 5.219 |
| 3 | Kualitas Pelayanan (X3) | .359 | 2.785 |

Dari tabel 1 berikut ini menunjukkan nilai dari VIF semua variabel independen dalam penelitian kurang dari 10, sedangkan nilai toleransi dari variabel independen lebih dari 10%. Dengan demikian, bisa

ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159 FE - MANAJEMEN diketahui tidak terdapat gejala multikolinieritas antara variabel independen untuk model regresi.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 2 Tabel Auto-Korelasi

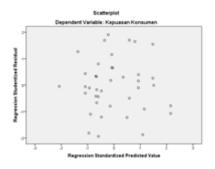
Model Summary^b

| | | | | Std. Error | |
|------|-------------------|--------|----------|------------|---------|
| Mode | | R | Adjusted | of the | Durbin- |
| 1 | R | Square | R Square | Estimate | Watson |
| 1 | .980 ^a | .960 | .957 | .661 | 2.073 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Inovasi Produk

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin Watson (dw) yang dihasilkan adalah 2.073 dengan nilai dU 1,568 sehingga 4-dU= 4-1,568 = 2,432. Dapat disimpulkan nilai durbin watson (dw) terletak antara 1,568 < 2,073 < 2,432 sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisita

Sumber: Hasil olah SPSS (2018)

Pengujian

heteroskedastisitas dilakukan

simki.unpkediri.ac.id

|| 7 ||



dengan menggunakan scatterplot. Dilihat dari gambar 2 di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak berbentuk pola tertentu dan menyebar di atas atau bawah angka 0 dari sumbu Y. Dapat diketahui model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi Berganda

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Berganda Coefficients^a

| | Unstandardized Coefficients | |
|--------------------|--------------------------------|------|
| Model | Std. B Error | |
| 1 (Constant) | 242 | .970 |
| Kualitas Produk | .165 | .061 |
| Inovasi Produk | .600 | .081 |
| Kualitas Pelayanan | .240 | .048 |

Sumber: Hasil olah SPSS, (2018)

Berdasarkan tabel 3 di atas maka dapat ditentukan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Y= 2.411+ 1.584X1-0,269 X2 - 0,412X3

Dari persamaan regresi diatas tersebut di atas juga berarti :

1) Nilai a yaitu 242, Artinya apabila variabel kualitas produk,

- inovasi produk, dan kualitas pelayanan diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka variabel Y (kepuasan konsumen) memiliki nilai sebesar 242.
- 2) Regresi X1 0,165, Besarnya koefisien regresi variabel kualitas produk adalah sebesar 0,165, artinya bahwa setiap peningkatan variabel kualitas produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,165 bila variabel lainnya konstan.
- 3) Regresi X2 0,600, Besarnya koefisien regresi variabel inovasi produk adalah sebesar 0,600, artinya bahwa setiap peningkatan variabel inovasi produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,600 bila variabel lainnya konstan.
- 4) Regresi X3 0,240, Besarnya koefisien regresi variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,240 artinya bahwa peningkatan variabel setiap kualitas pelayanan secara positif naik 1 akan (satuan)

ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159 FE - MANAJEMEN simki.unpkediri.ac.id



mengakibatkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0.240 bila variabel lainnya konstan.

5) Dari hasil di atas menunjukkan diantara variabel kualitas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan, yang paling dominan berpengaruh pada kepuasan konsumen yaitu inovasi produk yaitu sebesar 0,600.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi (R²)

| | | | | Std. Error of |
|-------|-------------------|----------|----------|---------------|
| | | | Adjusted | the |
| Model | R | R Square | R Square | Estimate |
| 1 | .980 ^a | .960 | .957 | .661 |

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Hasil olah SPSS, (2018)

FE - MANAJEMEN

Dari tabel 4 di atas dapat dijelaskan bahwa besarnya koefisien determinasi (R Square = 0,960 yang berarti 96%) dengan demikian kualitas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan menjelaskan mampu kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Hollanda, sehingga menjadi baik. Berdasarkan dari nilai R Square dapat diartikan pula ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159

kualitas produk, inovasi produk dan kualias pelayanan mampu mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 96% dan 4% oleh variabel lain.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari hipotesis (H1) dapat dikrtahui terdapat pengaruh kualitas produk pada kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh t_{hitung} sebesar $2.701 > t_{tabel}$ 1,688 dengan nilai nilai signifikansi hasil sebesar 0,010< 0,05. Jadi, kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.

Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting bagi marketing mix. Pada kualitas baik. akan produk yang membedakan dengan perusahaan yang kualitas produknya jelek,

simki.unpkediri.ac.id

|| 9 ||



walaupun menjual produk sejenis, karyawan yang sangat banyak dan terampil yang bagus pengujian secara statistik mengetahui kualitas produk memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen, bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk pada kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lasander (2013), membuktikan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan terdapat pengaruh antara inovasi tidak terhadap produk kepuasan Melalui konsumen. hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh t_{hitung} sebesar $7.404 < t_{tabel}$ 1.688 dengan nilai taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut > 0,05. Jadi, inovasi produk memiliki pengaruh positif kepuasan konsumen pada di Martabak dan terang bulan holanda cabang warujayeng Nganjuk.

Pengujian secara statistik mengetahui inovasi produk tidak memiliki pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen. Sehingga berpengaruh antara variabel inovasi produk terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian yang sebelumnya oleh Fernanda (2013), membuktikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian hipotesis (H3) dapat diketahui pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh t_{hitung} sebesar $5.035 < t_{tabel}$ 1,688 dengan nilai taraf signifikansi hasil sebesar 0,000 tersebut > 0,05. Jadi, kualitas memiliki pengaruh pelayanan positif pada kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.

Hasil penelitian ini sejalan penelitian yang diteliti oleh Diza (2016), membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh



- secara positif pada kepuasan konsumen.
- d. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi
 Produk dan Kualitas Pelayanan
 terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil dari pengujian hipotesis empat telah yang dilakukan menunjukan bahwa kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan Nilai $F_{hitung} = 288,829$ > F_{tabel} = 2,87 atau nilai signifikasi = 0,000 < 0.05 atau 5%. Dari uji F yang dilakukan, diperoleh bahwa kualitas produk (X1),inovasi produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh positif pada Kepuasan Konsumen (Y) di Martabak dan Terang Bulan Hollanda Cabang Warujayeng Nganjuk. Dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,960 yang berarti bahwa 96% kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Hollanda Cabang Warujayeng Nganjuk dapat dijelaskan pengaruhnya oleh kualitas produk, produk inovasi dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 4% dipengaruhi oleh

variabel tidak ada dalam penelitian. Dari ketiga variabel independen tersebut, variabel dominan pada kepuasan konsumen adalah inovasi produk (X1) karena mempunyai nilai tertinggi yaitu sebesar 0,600 artinya variabel inovasi produk menyumbang pengaruh yang tertinggi terhadap kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Hollanda dibandingkan dengan kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gulla, George, dan Roring (2015) yang menyatakan bahwa kualittas produk, inovasi produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diketahui yaitu:

- Kualitas produk memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.
- Inovasi produk memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen di simki.unpkediri.ac.id



- Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.
- 3. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Holanda Cabang Warujayeng Nganjuk.
- 4. Kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen di Martabak dan Terang Bulan Cabang Warujayeng Nganjuk.

2. Saran

1. Bagi Perusahaan

terbukti Karena bahawa variabel kualitas produk, inovasi produk, dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. sehingga hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman sebagai pengembangan pada Martabak dan bulan Holanda cabang Warujayeng, Nganjuk agar lebih berkembang lagi.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa lebih mengembangkan hasil yang telah dicapai peneliti saat ini, bahkan

ISTI AYUAMALIA | 14.1.02.02.0159 FE - MANAJEMEN lebih baik menambah variabelvariabel baru yang kiranya mempengaruhi kepuasan konsumen.

E. DAFTAR PUSTAKA

Amanah, Dita. 2010. M. Yamin Medan. *Jurnal Keuangan & Bisnis*. Vol. 2. No 1. (2010).

Foods In Surabaya. Skripsi.
Diponegoro, Semarang.

Ghozali, I. 2016. Aplikasi Analisis
Multivariet dengan
Program IBM SPSS 23.
Edisi Delapan. Semarang:
Badan Penerbit Universitas
Diponegoro

Resty. 2013. Haryanto, Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174. Vol. 1. No 4. (2013).http://ejournal.unsrat.ac.id/i ndex.php/emba/article/view/ 2923/2474. Diakses tanggal 12 Februari 2015. Hal.1465-1473. Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kesebelas. PT. Indeks. Jakarta. Kotler. Philip dan Kevin L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Keduabelas. PT. Indeks, Jakarta.

http://xerma.blogspot.co.id/2014/02/ pengertian-inovasi-menurutpara-ahli.html? m=1

Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. 2007a. *Manajemen*

simki.unpkediri.ac.id



- *Pemasaran.* Jilid 1 dan 2, Edisi Ke 12, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2012b. *Manajemen Pemasaran*.

 Terjemahan: Ratih
 Hurriyati. Indonesia: PT.
 Indeks
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2014.

 Principles of Marketing.

 Edisi 15. London: Pearson Prentice
- Kuncoro, M. 2013. Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis. Jakarta : Erlangga
- Lupiyoadi, R. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2.
 Jakarta: Salemba Empat
- Maslman, Mirna. 2014. Manado. *Jurnal EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol 2. No.4.(2014).
- Nugroho, J Setiadi, 2006. *Pengantar Bisnis*, Edisi II, BPFE, Yogyakarta
- Rangkuti, F. 2011. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Runtunuwu, Johanes. 2014. Pengaruh Kualitas Probuk, Harga.
- Sugiyono, 2009a. *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015b. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta

- Suliyanto, 2005. *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*.

 Ghalia Indonesia. Bogor.
- Susanto, 2004. Manajemen. Jakarta.
- Singarimbun, M. dan Effendi, Sofian. 1995. *Metode Penelitian Survai*. LP3ES, Jakarta.
- Susanti, 2009. The Influence of Image and Customer's Satisfaction Towards Consumers Loyalty To Traditional
- Setiadi, J.N. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta
- Tjiptono, Fandy 2011. Manajemen dan Strategi Merek. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. 2013. *Tesis*. Jakarta : Rajawali



UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI FAKULTAS EKONOMI – PRODI MANAJEMEN UNIT PENJAMIN MUTU

SK Rektor No. 0231.01/ UNP-kd/A/III/2016

Alamat : Jalan K.H. Achmad Dahlan No. 76 Telepon : (0354) 771576, 771503, 771495 Kediri

SURAT KETERANGAN

Nomor

: 182/B/UPM/Manj-FE-UN PGRI/kd/VIII/2018

Hal

: Uji Plagiarisme

Lampiran

: Hasil Pengujian

Dengan ini saya:

Nama

: Dr. Lilia Pasca Riani, M.Sc.

Jabatan

: Koordinator Unit Penjamin Mutu Prodi Manajemen

menyatakan bahwa:

Nama

: ISTI AYU AMALIA

NPM

: 14.1.02.02.0159

Judul Skripsi :

"ANALISIS KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MARTABAK DAN TERANG BULAN HOLANDA CABANG WARUJAYENG, NGANJUK"

telah melakukan pengujian plagiasi atas skripsi dengan predikat *similarity* 13% dan dinyatakan MEMENUHI PERSYARATAN, sehingga dapat mendaftar pada sidang skripsi periode semester genap tahun akademik 2017-2018.

Demikian surat pernyataan ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Kediri, 15 Agustus 2018

Penjaminan Matu Prodi Manajemen,

asca Riani, M.Sc.