



Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar

Muh. Hamzah¹, Metalis Putri Pratiwi²

¹² Universitas Nurul Jadid

¹hamzah@unuja.ac.id, ²ekn.2142400028@unuja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan King Geprek Sumberanyar. Latar belakang penelitian ini adalah persaingan ketat di industri kuliner yang menuntut strategi efektif dalam mempertahankan sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan. Inovasi produk meliputi pembaruan cita rasa, variasi menu, dan tampilan penyajian, sedangkan kualitas pelayanan mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan layanan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan pendekatan asosiatif (hubungan sebab akibat). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 96 orang. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, serta pengujian hipotesis menggunakan uji T dan uji F, disertai perhitungan koefisien determinasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran sejauh mana inovasi produk dan kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, serta menjadi acuan bagi pengelola King Geprek Sumberanyar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha di tengah persaingan kuliner yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

1. Latar Belakang

Industri kuliner Indonesia berkembang pesat seiring meningkatnya permintaan akan makanan yang beragam dan berkualitas. Di era globalisasi dan digitalisasi, konsumen menginginkan pengalaman bersantap yang memuaskan selera sekaligus bernilai lebih dalam pelayanan. Persaingan ketat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan guna menarik serta mempertahankan pelanggan.[1] Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai kontributor signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) maupun sebagai penyedia utama lapangan kerja.[2] Untuk meningkatkan daya saing global, UMKM di Probolinggo perlu membangun branding kuat dengan mengintegrasikan nilai dan budaya lokal ke dalam produk. Inovasi dapat dilakukan melalui pengembangan produk yang mencerminkan kekayaan budaya daerah, seperti kerajinan atau kuliner khas. Penguatan branding ini membedakan UMKM dari pesaing sekaligus memberikan nilai lebih bagi konsumen lokal maupun internasional.[3]

Kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan bisnis, terutama di industri kuliner yang kompetitif. Kepuasan ini mencerminkan penerimaan konsumen terhadap produk atau layanan, serta mendorong loyalitas, citra merek positif, dan pertumbuhan usaha. Inovasi produk, yaitu pengembangan ide atau pemanfaatan sumber daya yang ada untuk menciptakan nilai lebih, memegang peran penting dalam industri kuliner. Inovasi mencakup tidak hanya rasa atau varian baru, tetapi juga penciptaan pengalaman unik bagi pelanggan.[4] Perusahaan sukses umumnya mengutamakan kepuasan konsumen, yang tercapai ketika produk yang ditawarkan sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen.[5]

Inovasi produk memberikan pelanggan pengalaman lebih dari sekadar makan, menghadirkan kenikmatan berbeda dibanding produk sebelumnya. Karena itu, pengembangan menu sesuai tren dan kebutuhan konsumen menjadi kunci mempertahankan minat terhadap merek. Kualitas pelayanan, yaitu pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan secara tepat, juga berperan penting. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional menciptakan pengalaman positif, mendorong ulasan baik, rekomendasi, dan loyalitas pelanggan di masa depan.[6]

Melihat kondisi tersebut, inovasi produk dan kualitas pelayanan menjadi faktor krusial. Penelitian ini berjudul **Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar**, dengan tujuan menganalisis kontribusi kedua faktor tersebut dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta mempertahankan daya saing di tengah ketatnya persaingan bisnis kuliner.

2. Metode Penelitian

2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan King Geprek, namun jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono.[7]

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang diperlukan

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = sampling error, menggunakan 10%

jadi jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,4$$

2.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini menggunakan skala *Likert* dalam bentuk *checklist*. Skala *Likert* berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Melalui skala ini, variabel yang diteliti dijabarkan sebagai dasar dalam penyusunan item instrumen, yang disajikan dalam bentuk pernyataan.[8]

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan dikumpulkan bersumber dari data primer dan sekunder. Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang mencakup peninjauan langsung ke lokasi yang menjadi objek penelitian, dengan tujuan memperoleh data yang mendukung proses penelitian.[8] Kegiatan observasi ini dilaksanakan pada bulan November 2024.

b. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data pada saat peneliti melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti, serta ketika diperlukan informasi yang lebih mendalam dari responden dengan jumlah yang relatif sedikit.[8] Dalam penelitian ini, kegiatan wawancara dilaksanakan pada bulan Maret 2025, dan bukan ditujukan kepada responden, melainkan kepada pihak manajemen King Geprek.

c. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh berbagai data atau dokumen, baik dalam bentuk tulisan, gambar, rekaman, maupun bentuk lainnya, yang dapat menggambarkan kondisi sebenarnya atau menjadi bukti pendukung dalam proses pengumpulan data.

d. Kuesioner (Google Form)

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[8] Dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada pelanggan King Geprek Sumberanyar melalui Google Form, berisi

pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian, dengan tujuan memperoleh informasi atau data yang diperlukan.

2.4 Analisis Data

Data yang telah terkumpul akan diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 22. Pada penelitian kuantitatif, data yang digunakan berbentuk angka dan diolah melalui metode statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan *Pearson Correlation* untuk mengukur hubungan antar ciri. Jika nilai korelasi $< 0,05$, data dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Konsistensi jawaban responden diuji menggunakan reliabilitas. Jika jawaban stabil dalam jangka panjang, survei dianggap andal. Reliabilitas dapat diuji dengan *Repeat Measure* atau *One Shot*. Penelitian ini menggunakan metode *One Shot* dengan *Cronbach Alpha* (α), di mana variabel dinyatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi digunakan untuk memprediksi besarnya variabel terikat berdasarkan variabel bebas yang telah diketahui. Analisis ini menilai pengaruh Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). [9]

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah syarat statistik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linear untuk menghindari pelanggaran asumsi. Uji ini umum digunakan dalam penelitian.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada regresi bertujuan mengetahui apakah variabel bebas dan terikat berdistribusi normal. Model dianggap baik jika data tersebar merata atau mendekati rata-rata. Pengujian menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan kriteria: $\text{sig} > 0,05$ = normal, $\text{sig} < 0,05$ = tidak normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui adanya hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Indikatornya dilihat dari *tolerance* dan VIF ($\text{VIF} = 1/\text{tolerance}$). Kriterianya: $\text{tolerance} > 0,10$ dan $\text{VIF} < 10$ = tidak terjadi multikolinearitas; $\text{tolerance} < 0,10$ dan $\text{VIF} > 10$ = terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan mengetahui apakah varians residual antar pengamatan sama atau berbeda. Jika varians sama disebut homoskedastisitas, sedangkan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian menggunakan uji *Glejser* dengan kriteria: $\text{sig} > 0,05$ = tidak terjadi heteroskedastisitas; $\text{sig} < 0,05$ = terjadi heteroskedastisitas. [10]

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pernyataan tentang kondisi populasi yang diuji kebenarannya berdasarkan data sampel. Tujuannya untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Berikut adalah uji yang digunakan peneliti:

1) Uji Statistik t

Uji hipotesis parsial bertujuan mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi 5%, kriteria penilaiannya: $t \text{ sig} < 0,05$ = terdapat pengaruh signifikan; $t \text{ sig} > 0,05$ = tidak terdapat pengaruh signifikan. [8]

2) Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dan menilai kelayakan model regresi. Kriterianya: $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ atau $\text{sig} < 0,05$ = berpengaruh signifikan; $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ atau $\text{sig} \geq 0,05$ = tidak berpengaruh signifikan.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan keragaman variabel dependen berdasarkan variabel independen. Nilai mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan yang rendah, sedangkan nilai mendekati 1 menunjukkan hampir seluruh variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. [11]

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Penyajian Data

a. Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 96 pelanggan King Geprek Sumberanyar sebagai sampel, yang dipilih dengan teknik purposive sampling sesuai kriteria tertentu. Kuesioner disebarakan melalui Google Form untuk memperoleh data responden terkait jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Hasil tanggapan kuesioner memberikan gambaran profil responden sebagai berikut.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	33	34,4%
Perempuan	63	65,6%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
15-25 tahun	67	69,8%
26-35 tahun	15	15,6%
36-45 tahun	8	8,3%
46-50 tahun	6	6,3%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	60	62,5%
Pegawai Negeri Sipil (PNS)	5	5,2%
Wirausaha	16	16,7%
Karyawan Swasta	7	7,3%
Dan Lainnya	8	8,3%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

b. Hasil Jawaban Responden

1) Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Inovasi Produk

No	Indikator	Item	Jawaban					Jumlah
			(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)	
1	Perluasan Lini Produk	X1.1	33	52	8	1	2	96
2	Inovasi	X1.2	41	41	9	3	2	96
3	Peniruan Produk	X1.3	32	47	14	3	0	96
4	Kualitas	X1.4	48	40	6	1	1	96
5	Beragam Produk	X1.5	44	44	5	3	0	96
6	Produk Baru	X1.6	38	49	6	3	0	96
Total			247	273	48	14	5	576

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

2) Hasil jawaban responden pada variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Item	Jawaban					Jumlah
			(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)	
1	Kehandalan	X2.1	36	42	18	0	0	96
2	Daya Tanggap	X2.2	35	42	17	1	1	96
3	Bukti fisik	X2.3	34	45	12	4	1	96
4	Empati	X2.4	35	47	12	2	0	96
5	Jaminan Kebersihan	X2.5	41	42	12	1	0	96
6	Jaminan Halal	X2.6	42	46	7	1	0	96
Total			223	264	78	9	2	576

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

3) Hasil jawaban responden variabel Kepuasan Pelanggan

No	Indikator	Item	Jawaban					Jumlah
			(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)	
1	Kesesuaian Harapan	Y1	37	50	8	1	0	96
2	Pelayanan Yang Baik	Y2	35	44	12	2	3	96
3	Minat Berkunjung	Y3	31	48	15	2	0	96
4	Kualitas dan Variasi	Y4	37	39	19	1	0	96
5	Merekomendasikan	Y5	32	53	10	1	0	96
6	Kesediaan	Y6	41	45	9	1	0	96
Total			213	279	73	8	3	576

Sumber: Data primer diolah tahun 2025

3.2 Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas setiap item kuesioner dilakukan dengan korelasi *product moment*, membandingkan r hitung dengan r tabel pada jumlah responden 96 orang dan α 0,05. Berdasarkan rumus r tabel (α , $n-2$), diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Item dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, dan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel. Pengujian dilakukan menggunakan program SPSS 22, dengan hasil tersaji pada tabel berikut.

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Inovasi Produk	X1.1	0,664	0,361	0,000	VALID
	X1.2	0,714	0,361	0,000	VALID
	X1.3	0,622	0,361	0,000	VALID
	X1.4	0,678	0,361	0,000	VALID
	X1.5	0,686	0,361	0,000	VALID
	X1.6	0,770	0,361	0,000	VALID
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,748	0,361	0,000	VALID
	X2.2	0,668	0,361	0,000	VALID
	X2.3	0,613	0,361	0,000	VALID
	X2.4	0,787	0,361	0,000	VALID
	X2.5	0,708	0,361	0,000	VALID
	X2.6	0,732	0,361	0,000	VALID
Kepuasan Pelanggan	Y.1	0,681	0,361	0,000	VALID
	Y.2	0,605	0,361	0,000	VALID
	Y.3	0,820	0,361	0,000	VALID
	Y.4	0,733	0,361	0,000	VALID
	Y.5	0,736	0,361	0,000	VALID
	Y.6	0,580	0,361	0,000	VALID

Sumber: Data Primer (SPSS.22) Diolah Tahun 2025

Data pada table menunjukkan bahwa variabel Inovasi Produk memiliki r hitung antara 0,622 hingga 0,770, variabel Kualitas Pelayanan antara 0,613 hingga 0,787, dan variabel Kepuasan Pelanggan antara 0,580 hingga 0,820. Seluruh nilai r hitung tersebut lebih besar dari 0,361, sehingga semua butir pernyataan dinyatakan valid dan relevan dengan tujuan penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner dalam menghasilkan data pada kondisi yang sama. Reliabilitas diukur menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan batas minimal 0,60. Berdasarkan pengujian terhadap kuesioner yang dibagikan, diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut.

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Inovasi Produk	6	0,769	Reliabel
Kualitas Pelayanan	6	0,801	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	6	0,765	Reliabel

Sumber: Data Primer (SPSS.22) Diolah Tahun 2025

Berdasarkan hasil uji dengan SPSS 20, seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, sehingga dinyatakan reliabel. Nilai alpha untuk Inovasi Produk adalah 0,769, Kualitas Pelayanan 0,801, dan Kepuasan Pelanggan 0,765. Dengan demikian, seluruh pernyataan dalam instrumen penelitian terbukti reliabel.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (inovasi produk dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan). Hasil analisis menggunakan SPSS 22 menghasilkan model regresi sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	11.115	2.407			4.618	.000		
X1	.244	.098	.258	2.493	.014		.740	1.351
X2	.302	.095	.330	3.192	.002		.740	1.351

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer (SPSS.22), diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan
 β_0 = Intercept / Konstanta
 β_1, β_2 = Koefisien Regresi
X1 = Inovasi Produk
X2 = Kualitas Pelayanan
E = Standart Error

Diketahui:

Y = 11,115
 β_0 = 0,244
 β_1, β_2 = 0,302
X1 = 2,493
X2 = 3,192
e = 2,407

Sehingga persamaan regresi berganda yang didapat sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= 11,115 + (0,244 \cdot 2,493) + (0,302 \cdot 3,192) + 2,407 \\ &= 11,115 + 0,609 + 0,964 + 2,407 \\ &= 15,095 \end{aligned}$$

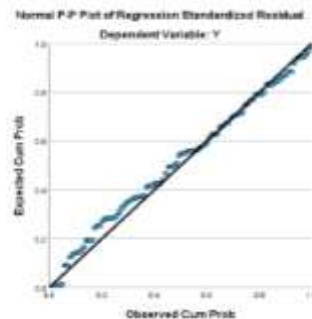
Persamaan regresi diatas memiliki makna, yaitu:

- 1) Konstanta sebesar 11,115 menunjukkan bahwa tanpa pengaruh inovasi produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2), kepuasan pelanggan (Y) bernilai 11,115.
- 2) Koefisien regresi inovasi produk (X1) sebesar 0,244 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan X1, dengan variabel lain konstan, akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,244.
- 3) Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,302 berarti setiap kenaikan satu satuan X2, dengan variabel lain konstan, akan meningkatkan Y sebesar 0,302.

3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur untuk menilai apakah data pada suatu variabel atau kelompok memiliki distribusi normal. Dalam regresi, uji ini memastikan variabel bebas dan terikat berdistribusi normal. Salah satu caranya menggunakan grafik Normal P-P Plot, di mana data yang mengikuti garis lurus menunjukkan distribusi normal. Selain itu, jika pada uji Kolmogorov-Smirnov nilai sig > 0,05, data dianggap berdistribusi normal.



Sumber : Data primer SPSS.22, diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel uji normalitas, titik-titik yang berada dekat atau mengikuti garis diagonal menunjukkan bahwa data residual penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengukur ada atau tidaknya hubungan kuat antar variabel independen. Pendeteksian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factor*) menggunakan program SPSS.

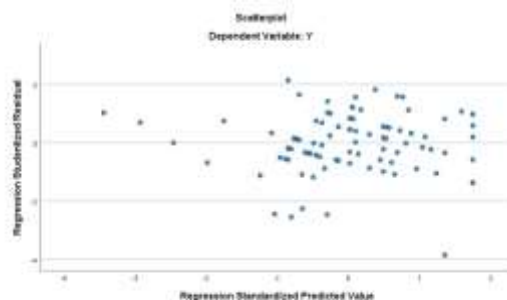
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.115	2.407			4.618	.000		
	X1	.244	.098	.258	2.493	.014		.740	1.351
	X2	.302	.095	.330	3.192	.002		.740	1.351

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 22, multikolinearitas terindikasi jika Tolerance < 0,100 dan VIF > 10,00. Pada data ini, nilai Tolerance 0,740 > 0,100 dan VIF 1,351 < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot adalah sebagai berikut :



Sumber: Data primer SPSS.22, diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, titik-titik menyebar acak dan merata di sekitar garis nol pada sumbu Y tanpa pola tertentu atau kecenderungan naik turun. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

3.4 Uji Hipotesis

a. Uji Statistik t

Kriteria pengujian ditentukan dengan melihat signifikansi pada tabel Coefficients dengan taraf 5% (0,05) dan rumus $t \text{ tabel} = (\alpha; n-k-1)$, di mana α adalah taraf signifikansi, n jumlah sampel, dan k jumlah variabel. Dari perhitungan, $t \text{ tabel}$ diperoleh sebesar 1,661. Jika signifikansi uji $t < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika signifikansi uji $t > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut hasil uji t.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1. (Constant)	11.115	2.407			4.618	.000
X1	.244	.098	.258		2.493	.014
X2	.302	.095	.330		3.192	.002

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data primer SPSS.22, diolah tahun 2025

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas menunjukkan hasil dari Uji Parsial (Uji T) yaitu sebagai berikut:

1) Pengujian Hipotesis I (H1)

Variabel inovasi produk memiliki signifikansi $0,014 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} 2,493 > 1,661$, sehingga H_1 diterima. Artinya, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan King Geprek.

2) Pengujian Hipotesis II (H2)

Variabel kualitas pelayanan memiliki signifikansi $0,002 < 0,05$ dan $t \text{ hitung} 3,192 > 1,661$, sehingga H_2 diterima. Artinya, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan King Geprek Sumberanyar.

b. Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 0,05 dengan perhitungan F tabel ($k; n-k$), di mana k adalah jumlah variabel independen dan n jumlah sampel. Dari perhitungan (2;94) diperoleh F tabel sebesar 3,94. Jika signifikansi $F < 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berikut hasil uji F.

ANOVA ^a						
		Sum of		Mean		
Model		Squares	df	Square	F	Sig.
1	Regression	226.280	2	113.140	16.556	.000
	Residual	635.554	93	6.834		
	Total	861.833	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer SPSS.22, diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji F dengan SPSS 22 menunjukkan F hitung sebesar $16,556 > 3,94$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini berarti Hipotesis III (H3) diterima, sehingga secara simultan inovasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan King Geprek Sumberanyar.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi bertujuan mengukur seberapa besar pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan. Berikut hasil uji koefisien determinasi (R^2).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.863 ^a	.744	.739	.915

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer SPSS 22, diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,744 menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen sebesar 74,4%, sedangkan 25,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, dapat disimpulkan sebagai berikut: a. Secara individual, variabel Inovasi Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,493 yang lebih besar dari t tabel 1,661 serta nilai signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. b. Secara individual, variabel Kualitas Pelayanan juga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar, dibuktikan dengan nilai t hitung 3,192 lebih besar dari t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,000 di bawah 0,05. c. Secara bersama-sama, variabel Inovasi Produk dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan King Geprek Sumberanyar. Hal ini didukung oleh hasil uji Anova yang menunjukkan nilai F hitung 16,556 lebih besar dari F tabel 3,94 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang kurang dari 0,05. Selain itu, nilai R square sebesar 0,744 atau 74,4% menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memberikan pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Referensi

- [1] A. P. Dewi and A. Hermawan, "Analisis Inovasi Layanan E-Commerce pada Produk Kuliner Tradisional: Studi Kasus Penerapan Strategi Digitalisasi pada Usaha Soto Banjar Sawojajar–Kota Malang.," *Maeswara J. Ris. Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 2, 2025.
- [2] M. Hamzah, R. F. Y. Ningsih, U. Faria, M. U. Ummah, and L. Fitriya, "Peran Transformasi Digital dan Tantangan Inovasi terhadap Keberlanjutan UKM di Indonesia (Studi Literature Review)," *J. Pendidik. Ekon. dan Ilmu Ekon.*, vol. I, no. 2, 2023.
- [3] D. Junaedi, D. K. Muna, E. Aprilia, C. Ningsih, S. Hariro, and Y. Syifa, "Strategi inovasi untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Probolinggo di Era Digital," vol. 1, no. 1, pp. 8–13, 2025.
- [4] E. J. Mustamu and N. Ngatno, "Pengaruh Inovasi Produk terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada KFC Sronol," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, vol. 10, no. 1, pp. 689–696, 2021.
- [5] M. Rasidi and M. S. Arifin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah," *JMB (Jurnal Manaj. dan Bisnis)*, vol. 1, no. 1, pp. 19–29, 2019, [Online]. Available: <https://doi.org/10.30743/magister.v1i1.1607>
- [6] F. Wijaya and M. Tjokrosaputro, "Analisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada kafe di Batam: Kepuasan pelanggan sebagai mediasi," *J. Manaj. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 2, pp. 287–299, 2024.
- [7] Z. Iba, *Metode Penelitian*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2023.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*, Edisi Ke-3. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D Edisi Ke-3*. Bandung: alfabeta, 2016.
- [10] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*, Edisi Ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [11] I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.