
PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**Oleh****Ida Nirwana****Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Mahaputra Muhammad Yamin
Fakultas Ekonomi/Manajemen; Kampus 2 SKB, 0755-20127****Email: nirwana20@gmail.com****Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diolah menggunakan analisis hipotesis dengan model regresi berganda. Data yang digunakan adalah data primer dengan 80 kuesioner. Pengumpulan data diambil yang bersumber dari responden langsung.

Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan diperoleh uji T 5.364 dan 3.570 yang artinya bahwa variabel kreativitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara dari uji F diperoleh nilai 80,485 yang artinya kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kontribusi kreativitas dan inovasi menyumbang sebesar 67,6% kepada kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen dapat puas apabila produk dan layanan diberikan secara kreatif dan diperlukan adanya inovasi.

Kata Kunci: Kreatifitas, Inovasi dan Kepuasan Konsumen**PENDAHULUAN**

Sumber daya manusia pada hakikatnya merupakan asset utama dan bagian integral dari suatu organisasi maupun perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan hal yang penting bagi kelangsungan hidup organisasi, sedangkan manajemen yang efektif adalah kunci bagi keberhasilan organisasi tersebut. Salah satu dari profesionalitas SDM adalah mampu bekerja dengan baik. Jika organisasi ingin berkembang dengan pesat, maka organisasi harus mempunyai sumber daya manusia yang mampu menampilkan kinerja yang baik.

Kreativitas memang sangat dibutuhkan terutama berkaitan dengan pembangunan Indonesia yang membutuhkan sumber daya manusia berkualitas yang memiliki kreativitas tinggi. Selain kreativitas, inovasi memiliki peran yang sangat penting dalam pencapaian tujuan suatu perusahaan dalam mempertahankan kemampuan bersaingnya. Kepuasan konsumen berhubungan erat dengan kualitas produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan ataupun usaha, dimana

tingkat kualitas yang tinggi akan menghasilkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi juga.

LANDASAN TEORI

Inovasi dan kreatifitas merupakan strategi dalam pengembangan usaha (Prasetyo, 2017), melalui inovasi berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Ariyono, 2018). Inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru (Buchari, 2004; 18). Inovasi tidak dapat berkembang apabila tidak adanya kreativitas. Kreativitas adalah menghubungkan dan merangkai ulang pengetahuan di dalam pikiran-pikiran manusia untuk berpikir secara lebih bebas dalam membangkitkan ide-ide baru dalam menghasilkan inovasi yang bermanfaat (Hubeis, 2005; 11).

Inovasi dan kreativitas secara simultan dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Aditi & Hermansyur, 2018), artinya faktor dari inovasi dan kreatifitas akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Kotler (2005) dalam bukunya menjelaskan bahwa kepuasan adalah

perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Peningkatan kepuasan konsumen dapat dilihat dari atribut-atribut yang diharapkan konsumen (Jayadi et al., 2018), hal itu membutuhkan inovasi dan kreativitas dari produk ataupun layanan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang diteliti adalah penelitian kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen pada usaha Fotografer yang bernama BD Project, sampel yang diteliti adalah 80 orang konsumen dengan menggunakan rumus slovin. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang dikelompokkan atas dua jenis, yaitu variabel bebas (X) yang terdiri dari kreativitas dan inovasi dan variabel terikat (Y), yaitu kepuasan konsumen. Teknik Analisis Data adalah menggunakan pengujian statistik regresi linear pada software SPSS. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji instrumen didahului untuk mendapatkan kualitas data terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas terpenuhi pada total Correlation nilai korelasi yang didapat. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} (*pearson product moment*) pada signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah data $n=80$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0.2199. Dari pengujian dapat diketahui keseluruhan item pada semua variabel adalah valid untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian, atau pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Sementara uji reliabilitas diketahui reliabel jika memberikan nilai koefisiensi *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Dari

hasil pengujian diketahui hasil terlihat pada tabel 1 sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kreativitas (X1)	.817	10
Kreativitas (X1)	.850	10
Kepuasan Konsumen (Y)	.859	10

Sumber: data diolah dengan SPSS versi 22

Dari tabel 1 di atas diketahui semua instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data dapat disimpulkan reliabel dan memenuhi untuk pengujian lanjutan karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Untuk mengetahui hubungan antar variabel dapat diketahui dari regresi linear sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil uji regresi linear

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	2.983	3.079
	kreativitas	.572	.107
	inovasi	.349	.098

Sumber: data diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 2 di atas, maka dapat dirampungkan sistem persamaan linear dengan bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2.983 + 0.572X_1 + 0.349X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 2.983 yang artinya jika kreativitas kerja dan inovasi adalah nol maka Kepuasan Konsumen pada BD Project nilainya sebesar 2.983
- Koefisien regresi pada variabel Kreativitas (X1) sebesar 0.572 adalah positif. Artinya terjadi hubungan yang positif antara kreativitas dengan kepuasan konsumen. Bila terjadi peningkatan 1 % Kreativitas (X1) dimana faktor-faktor lain konstan, maka akan dapat meningkat

kepuasan konsumen sebesar 0.572.

- c. Koefisien regresi pada variabel inovasi (X2) sebesar 0.349 adalah positif artinya terjadi hubungan positif antara inovasi dengan kepuasan konsumen. Bila terjadi peningkatan 1 % variabel inovasi (X2) dimana faktor-faktor lain konstan, maka akan dapat meningkatkan keputusan konsumen sebesar 0.349.

Seementara uji hipotesis dilakukan dapat diketahui dari uji parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis Coefficients^a

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.969	.336
	Kreativitas	5.364	.000
	Inovasi	3.570	.001

Sumber: data diolah dengan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 3 diatas, maka dapat diketahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen pada uraian berikut ini:

1. Uji t kreativitas (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , Hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan $sig < \alpha 0,05$. nilai t_{tabel} pada $\alpha 0,05$ adalah 1.991 Untuk variabel kreativitas (X1) nilai t_{hitung} adalah 5.364 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Karena nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} 5.364 > 1.991 dan nilai tingkat signifikan 0.000 < 0,05 maka H1 diterima dan H0 diterima. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen BD Project.
2. Uji t inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen(Y). Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , Hipotesis diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau dengan $sig < \alpha 0,05$. nilai t_{tabel} pada $\alpha 0,05$ adalah 1.991 Untuk variabel inovasi(X2) nilai t_{hitung} adalah 3.570 dengan tingkat signifikansi sebesar

0,001. Karena nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} 3.570 > 1.991 dan nilai tingkat signifikan 0,001 < 0,05 maka H1 diterima dan H0 diterima. Hal ini membuktikan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen BD Project.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen. Kontribusi sebesar 67,6% menunjukkan persentase variabel independen yaitu kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen cukup berperan, dan sisanya masih ada faktor-faktor lain selain kreativitas dan inovasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Pengaruh kreativitas terhadap kepuasan konsumen melalui pengujian hipotesis tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh Inovasi terhadap kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, artinya dapat dikatakan inovasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Begitu juga secara simultan, diketahui bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan dan simultan secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aditi, B., & Hermansyur. (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>
- [2] Ariyono, P. C. (2018). *Dampak Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Peningkatan Nilai Pelanggan di Bandara Adisutjipto Yogyakarta*.
- [3] Buchari, Al., (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung
- [4] Hubeis, Musa. (2005). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi dalam Bisnis*. Jakarta, Hecca Mitra Utama

-
- [5] Jayadi, R. P., Efendi, Z., & Marniza. (2018). Analisis kepuasan Konsumen Terhadap Makanan Tradisional “ Lemang Tapai “ di Kota Bengkulu. *Jurnal Agroindustri*, 8(2), 124–132.
- [6] Prasetyo, L. S. A. (2017). *Inovasi Sebagai Strategi Pengembangan Usaha dan Bersaing secara Global*.
- [7] Prastowo, A. (2011). Metode Penelitian Kualitatif. In *Metode Penelitian Kualitatif* (pp. 208–220).
- [8] Puri, M. (2016). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan provita Bandar Lampung*.
- [9] Rachmawati, D. (2016). *Kepuasan konsumen terhadap produk asus zenfone Studi Kasus pada Mahasiswa-i Universitas Sanata Dharma Yogyakarta Pengguna ASUS Zenfone*.
- [10] Sarijani, E., Baedhowi, & Sawiji, H. (2014). *Peran kreativitas dan inovasi pelaku usaha dalam diversifikasi produk kuliner pada kedai steak & chicken di Kab. Magetan tahun 2014 (Implementasi Pendidikan Kewirausahaan)*.
- [11] Setyowati, H., & Ningsih, R. (2016). Pengaruh faktor fundamental, risiko sistematis dan ekonomi makro terhadap return saham syariah yang tergabung di Jakarta islamic index (JII) pada periode 2010 – 2014. *Jurnal Kajian Bisnis*, 24(1), 54–70.
- [12] Sugiyono. (2015). *statika penelitian.pdf* (Ke-26). bandung: alfabeta.
- [13] Sukarmen, P., Sularso, A., & Wulandari, D. (2013). 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). *JEAM*, XII(1), 64–79.