

**PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MINA BUNGA
CEMPAKA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

SONIA QOTHRUNNADA SALSABILA

NPM : 2012010311

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi oleh :

SONIA QOTHRUNNADA SALSABILA

NPM : 2012010311

Judul :

**PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MINA BUNGA
CEMPAKA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 9 Juli 2024

Dosen Pembimbing I


Zulistiani. M.M.
NIDN. 0711118603

Dosen Pembimbing II


Sigit Ratnanto. M.M.
NIDN. 0706067004

Skripsi oleh :

SONIA QOTHRUNNADA SALSABILA
NPM : 2012010311

Judul :

**PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MINA BUNGA
CEMPAKA DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : 9 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Zulistiani, M.M.
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M.
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M.


.....

.....
.....

Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Amin Tohari, M.Si.
KEB INIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Sonia Qothrunnada Salsabila
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tanggal lahir : Tulungagung/ 26 Januari 2002
NPM : 2012010311
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 6 Juli 2024
Yang Menyatakan



Sonia Qothrunnada Salsabila
NPM. 2012010311

Motto :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka ketika kamu telah selesai (dari sesuatu urusan),
kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan yang lain).
Dan hanya kepada Tuhanlah hendaknya kamu berharap.”
(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Kupersembahkan karya ini buat :

Seluruh keluargaku tercinta.

ABSTRAK

Sonia Qothrunnada Salsabila : Pengaruh Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024

Kata Kunci : inovasi, kreativitas, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

Latar belakang penelitian ini adalah melihat persaingan di era globalisasi yang semakin ketat, menuntut pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam membuat suatu produk. Apalagi pada saat ini terdapat banyak usaha makanan yang mirip sehingga persaingan antara pelaku usaha lebih sulit lagi. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (2) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Kreativitas Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (3) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara parsial, (4) Untuk Mengetahui Pengaruh Signifikan Inovasi, Kreativitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka secara simultan.

Teknik penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden. Teknik analisis yang dipakai yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji hipotesis yang dipakai adalah uji t dan uji F menggunakan *software* SPSS 25.

Hasil penelitian dapat disimpulkan (1) Inovasi Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $0,036 < T$ Table 2,0128. (2) Kreativitas Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $6,116 < T$ Table 2,0128. (3) Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Dengan Nilai T Hitung $5,751 < T$ Table 2,0128. (4) Inovasi, Kreativitas, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Secara Simultan Dengan Nilai F hitung $75,472 > F$ tabel 2,8662.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Zulistiani, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan tulus dan sabar membimbing serta mengarahkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Sigit Ratnanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang dengan tulus dan sabar membimbing serta mengarahkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Siti Masitoh selaku pemilik UMKM Mina Bunga Cempaka yang telah membimbing dan mengarahkan selama penelitian.
7. Kedua orang tua yang telah senantiasa memanjatkan do'a dan dukungan moral maupun materi.
8. Teman-temanku yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Serta semua pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Kediri, 6 Juli 2024

SONIA QOTHRUNNADA SALSABILA

NPM : 2012010311

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	11
A. Kajian Teori	11

1. Kepuasan Pelanggan	11
2. Inovasi	12
3. Kreativitas	14
4. Kualitas Pelayanan	16
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Berpikir	24
D. Kerangka Konseptual	25
E. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
A. Variabel Penelitian.....	28
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	28
2. Definisi Operasional Variabel.....	28
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	31
C. Tempat dan Waktu Penelitian	32
D. Populasi dan Sampel	32
E. Instrumen Penelitian.....	34
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	39
G. Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Data Variabel	48
C. Analisis Data	55
D. Pengujian Hipotesis	59

BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Produk-produk Olahan UMKM Mina Bunga Cempaka	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Inovasi	48
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kreativitas	50
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	51
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas	56
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik t.....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik f.....	61
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi.....	44
------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	73
Lampiran 2 Angket Penelitian.....	74
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian	79
Lampiran 4 Hasil SPSS	87
Lampiran 5 Dokumentasi	92
Lampiran 6 Kartu Berita Acara	94

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan konsumsi barang dan jasa yang tinggi. Hal ini didukung oleh peningkatan pertumbuhan sektor industri terutama industri makanan. Saat ini, industri makanan merupakan industri yang berkembang pesat dan banyak permintaannya. Seiring berjalannya waktu, mobilitas penduduk yang semakin meningkat menyebabkan tingginya kebutuhan masyarakat khususnya pada sektor pangan. Melihat fenomena-fenomena yang terjadi, membuat pelaku usaha harus mampu menciptakan suatu produk yang kreatif dan inovatif untuk menarik minat beli konsumen. Pengembangan suatu produk dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan dalam suatu usaha. Melihat persaingan di era globalisasi yang semakin ketat, menuntut pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam membuat suatu produk. Apalagi pada saat ini terdapat banyak usaha makanan yang mirip sehingga persaingan antara pelaku usaha lebih sulit lagi.

UMKM Mina Bunga Cempaka milik Ibu Siti Masitoh yang terletak di Dusun Krandekan, Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung merupakan rumah produksi sekaligus outlet yang menyediakan berbagai produk dengan olahan ikan yang berdiri sejak tahun 2015 dengan produk pertamanya yaitu sumpia ebi. UMKM ini menjual produk berbasis olahan ikan seperti : Rengginang ikan patin, kulit patin crispy, onde-onde abon lele, dan masih banyak lagi. Produk berbasis olahan ikan dari UMKM Mina Bunga Cempaka dapat ditemukan di outletnya yang beralamatkan di Dusun Krandekan, Desa Wonorejo, Kecamatan Sumbergempol, Kabupaten Tulungagung dan juga beberapa daerah seperti Surabaya, Jakarta, Trenggalek dan toko retail wilayah Kabupaten Tulungagung dengan harga yang relatif terjangkau, mulai dari Rp 10.000 – Rp 25.000. Jika menginginkan pembelian secara online, Ibu

Siti Masitoh hanya melayani via WhatsApp saja. Yang menarik dari UMKM ini adalah produknya yang inovatif bervariasi, seperti pembuatan onde-onde abon lele yang jarang ditemui dan diperjual-belikan.



**Gambar 1.1 Produk-Produk olahan UMKM Mina Bunga Cempaka
(Sumber: Data Primer oleh Peneliti, 2023)**

Kepuasan pelanggan adalah penilaian seseorang terhadap kinerja produk yang mereka rasakan dibandingkan dengan harapan mereka, jika kinerja tidak sesuai harapan, maka pelanggan akan kecewa. Menurut Kotler dan Keller, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas atau puas (Rahma Yulita et al., 2022).

Harapan pelanggan ini dapat dipelajari dari pengalaman mereka sendiri terhadap produk, apa yang dikatakan orang lain, dan informasi promosi yang dijanjikan oleh perusahaan yang memproduksi produk tersebut. pelanggan yang kecewa akan berdampak pada perusahaan, kemudian pelanggan akan mempertimbangkan kembali apakah akan terus membeli dan menggunakan produk tersebut. Kepuasan pelanggan sangat berdampak pada pelanggan, apakah pelanggan terus membeli dan menggunakan produk atau beralih membeli dan menggunakan produk orang lain. Kepuasan pelanggan sangat penting karena hilangnya satu pelanggan akan berdampak pada pelanggan lainnya dan menyebabkan penurunan pembelian, kepuasan pelanggan adalah reaksi terhadap pelayanan atau kinerja (*outcome*) yang diterima, pelanggan akan membandingkan kinerja (*outcome*) dengan harapan yang diinginkan. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika pelayanan yang diterima tidak sesuai harapan maka konsumen tidak puas (Daga, 2017:78). Harapan pelanggan mempunyai peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam mengevaluasi pembelian suatu produk, maka pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan sebelum melakukan pembelian suatu produk. Dengan demikian, harapan pelanggan menjadi salah satu faktor/acuan yang dapat melatarbelakangi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, sehingga memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan perlu terlebih dahulu mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggannya. Kepuasan pelanggan akan timbul setelah seseorang mengalami pengalaman dengan kualitas pengalaman yang diberikan oleh penyedia jasa (Chandra et al., 2020:05). Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen terhadap kinerja suatu produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Konsumen

akan merasa puas bila harapannya terpenuhi dan sangat puas bila harapannya terlampaui.

Inovasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu bisnis dan juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Inovasi akan menciptakan suatu produk baru dan meningkatkan nilai tambah suatu produk serta dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Seorang pelaku usaha dituntut untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan. Hal ini tidak terlepas dari keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah. Dengan inovasi yang baik dan mengikuti perkembangan jaman, konsumen akan merasa sangat puas dengan berbelanja ditempat tersebut sehingga penjualan juga akan meningkat. Namun, apabila suatu usaha tidak melakukan inovasi, maka konsumen akan beralih ke pesaing. Kemudian apabila inovasi yang dilakukan kurang menarik, maka konsumen akan merasa jenuh dengan produk tersebut dan mulai mencari penjual lain, sehingga menurunkan penjualan serta omset suatu bisnis (Afriyani, 2021). Inovasi yang dilakukan bukan berupa produk baru saja tetapi juga menciptakan peluang usaha dengan metode yang baru, sehingga dapat menciptakan nilai yang tinggi dimata konsumen. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi produk sangat erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan karena inovasi mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut karena merasa puas dibandingkan produk pesaing. Menurut Kotabe, inovasi produk yang dilakukan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk yang dibelinya (Tebelessy, 2021). Dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan diperlukan inovasi dari pelaku usaha untuk menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan da

kebutuhan konsumen. Selain untuk mencari pasar, inovasi juga dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) namun yang terpenting adalah memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Usaha mikro kecil dan menengah dituntut untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi (Nashrallah, 2023). Bagi pelaku usaha, keberhasilannya dalam melakukan inovasi produk berarti usaha tersebut selangkah lebih maju dibanding dengan pesaingnya. Tujuan utama dari inovasi adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka.

Salah satu langkah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan meningkatkan kreativitas. Kreativitas sendiri memiliki arti kemampuan untuk menciptakan atau menemukan sesuatu yang baru yang berbeda dengan sebelumnya. Dalam menjalankan usaha agar mampu bertahan dan bersaing dipasar, maka seorang pelaku usaha hendaknya mampu memiliki kreatifitas yang tinggi, hal ini juga harus dilakukan oleh seorang pelaku usaha dalam melakukan kegiatan bisnis. Kreativitas memungkinkan seseorang pelaku usaha untuk menciptakan nilai tambah yang unik dalam bisnis mereka dengan menemukan cara-cara baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atau menghadirkan produk atau layanan yang belum ada sebelumnya. Kreativitas dapat membantu pelaku usaha untuk memahami lebih baik kebutuhan dan keinginan pelanggan, dengan melakukan kreativitas produk, pelaku usaha dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Putri et al., 2020). Dalam dunia bisnis, tuntutan terhadap kemampuan kreativitas sangatlah penting, karena dunia bisnis perkembangannya sangat cepat dan tingkat persaingan antar pelaku usah

dengan berbagai produk dari industrinya sangat tinggi (Winarsih & Andriani, 2022).

Hal terpenting dalam dunia bisnis adalah konsep kepuasan konsumen yang menjadi daya tarik konsumen. Memberikan Kualitas pelayanan terbaik merupakan hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis untuk dapat bertahan dan menjaga kepercayaan pelanggannya (Abdul Gofur, 2019). Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan ekspektasi pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh, Kualitas pelayanan mencakup beberapa hal, yaitu kualitas pelayanan berkaitan dengan perbedaan antara kenyataan dan ekspektasi pelanggan, Kenyataan adalah layanan/jasa yang benar-benar diterima atau dirasakan pelanggan dari perusahaan pemberi jasa. Ekspektasi adalah harapan pelanggan terhadap suatu layanan sebelum mereka menerima layanan tersebut. Jika kenyataan lebih dari ekspektasi, maka layanan dapat dianggap berkualitas, begitupun sebaliknya jika kenyataan kurang dari ekspektasi, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk oleh pelanggan. Jadi, intinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi atau melebihi ekspektasi/harapan pelanggan terhadap kualitas suatu layanan. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin puas pula pelanggannya (Lupiyoadi, 2006). Pengertian kualitas pelayanan memiliki 2 komponen utama: *Perceived service*, yaitu persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang benar-benar mereka terima/alami, *Expected service*, yaitu tingkat layanan yang diharapkan/diinginkan pelanggan sebelum menerima jasa tersebut. Kualitas pelayanan baik jika *perceived service* memenuhi atau bahkan melampaui *expected service*. Sebaliknya, kualitas pelayanan buruk jika *perceived service* lebih rendah daripada *expected service*. Dengan demikian, kunci kualitas pelayanan terletak pada kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi atau melebihi ekspektasi/harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitasnya, kepuasan pelanggan juga akan meningkat (Gronroos, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yeni Afriyani, Muhajirin (2021) menunjukkan hasil bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunung Kurniasih (2021) menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada segi objek penelitian. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yeni Afriyani, Muhajirin (2021) pada UKM Dina Kelurahan Ntobo sebagai objek penelitian dan yang dilakukan oleh Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunung Kurniasih (2021) pada Pelanggan Restoran Saung Manglid. Sedangkan objek yang digunakan oleh penulis dalam penelitian sekarang ini adalah Pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel yang sama dengan penelitian Yeni Afriyani, Muhajirin (2021) dan Abin Saripudin, Wawan Oktriawan, Nunung Kurniasih (2021). Peneliti ingin membuktikan bahwa inovasi, kreativitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif atau negatif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka bisa ditarik kesimpulan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “PENGARUH INOVASI, KREATIVITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA UMKM MINA BUNGA CEMPAKA DIKABUPATEN TULUNGAGUNG”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapat permasalahan sebagai berikut :

1. Inovasi produk sudah sangat baik, namun pada usaha ini masih terdapat kekurangan yaitu kurangnya informasi sehingga kesulitan dalam memasarkan produknya yang hanya mengandalkan katalog

dan rekomendasi dari mulut ke mulut serta belum optimal dalam menggunakan media sosial yang ramai digunakan para pelaku usaha saat ini. Hal tersebut akan menjadikan kurangnya kepedulian terhadap kepuasan pelanggan.

2. Kreativitas dari UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung yang menjual produk serupa dengan pesaing lain menjadikan usaha ini mengalami persaingan yang cukup tinggi.
3. Kualitas pelayanan yang belum optimal karena terdapat antrian *pre-order* yang menyebabkan adanya keluhan dari pelanggan karena pelaku usaha belum mampu memproduksi banyak produk sekaligus.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi menjadi 3 faktor, yaitu :

1. Variabel ini akan membahas Kepuasan Pelanggan di UMKM Mina Bunga Cempaka Kabupaten Tulungagung.
2. Objek penelitian ini berada di UMKM Mina Bunga Cempaka Kabupaten Tulungagung.
3. Subjek penelitian ini adalah pelanggan UMKM Mina Bunga Cempaka Kabupaten Tulungagung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara parsial ?
2. Apakah Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara parsial ?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten

Tulungagung secara parsial ?

4. Apakah Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara simultan ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara parsial.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Kreativitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara parsial.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara parsial.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan Inovasi, Kreativitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada UMKM Mina Bunga Cempaka di Kabupaten Tulungagung secara simultan.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pelaku UMKM

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usahanya dalam mengambil kebijakan untuk melakukan strategi pemasaran.
 - b. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan serta pengalaman terkait permasalahan yang diteliti yaitu tentang strategi pemasaran dalam UMKM.

c. Bagi Mahasiswa

Sebagai bahan acuan dasar untuk penelitian lanjutan bagi mahasiswa lainnya, khususnya di bidang strategi pemasaran produk UMKM.

2. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman baru bagi peneliti dan dapat memperluas pemahaman terkini dalam bidang penelitian dengan menemukan fakta, konsep, atau metode baru.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan dasar atau acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik serupa.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM dalam mengambil kebijakan dalam melakukan strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. (2019). 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 37–44.
- Afriyani, Y. M. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada UKM Dina Kelurahan Ntobo. JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS, 8(1).
- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business, 2(2), 47–54. <https://doi.org/10.55352/maqashid.v2i2.269>
- Betaubun, S. (2022). Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Hady Bakery Di Merauke. Economics and Digital Business Review, 4(1), 2023–2024. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v4i1.239>
- Cahya, A. D., Marthasari, A., Ramadhani, pramudhita A., & Wulandari, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada UMKM Baso Aci Ena Yogyakarta). Jurnal Daya Saing, 7(2), 144–150.
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). SERVICE QUALITY, CONSUMER SATISFACTION, DAN CONSUMER LOYALTY: TINJAUAN TEORITIS. Penerbit CV IRDH.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.
- Dewi Maria, A. (2023). Analisis Dampak Promosi dan Inovasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, 9(1), 13–20.

- Eka, N., & Sutedjo, B. (2023). Jurnal Mirai Management Analisis Variasi Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya pada Loyalitas Pelanggan (Studi pada Kopi Kenangan di Kota Semarang). *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 408–418.
- Ernawati, S., & Kurniawati, U. (2020). Pengaruh Kreatifitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Steak House Noodles. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(1), 112. <https://doi.org/10.24269/iso.v4i1.399>
- Fadhli, K., Kosmari, M., Rahmatika, A. N., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan CV Afco Group Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855–863.
- Gronroos. (2019). Reforming public services: does service quality measurement matter.
- Hadiwidjaja, R. S., & Dharmayanti, D. (2014). Analisa Hubungan Experiential Marketing, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan Starbucks Coffee di Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(2), 1–11.
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v6i1.6040>
- Hermanto. (2019). Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. CV. Jakad Publishing Surabaya.
- Ismunandar, I. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Illo Cake Pattiserie & Bistro Di Kota Bima. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 92–98. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.7>
- Lestari, Winda Ayu;Budianto, Apri;Setiawan, S. (2020). PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN

- BERSAING (Suatu Studi pada Payung Geulis Mandiri Tasikmalaya). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 2(1).siness Management And E, 2(1).
- Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*.
- Marwa, N., & Rohaeni, H. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233>
- Nashrallah, M. N. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Kenangan di Cikarang Utara. *JPNM(Jurnal Pustaka Nusantara Multidisplin) Vol.1No.2, Juli2023p-ISSN 2987-2731e-ISSN 2987-2731*, 2(1), 153–165.
- Nirwana, I. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), 503– 506.
- Putri, L. T., Diantara, L., Kamal, M., Ali, A., & Qadar, A. (2020). Pentingnya Inovasi Dan Networking Dalam.
- Rahma Yulita, Safrizal, & Susi Aritonang. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Pasca Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Resmi Suzuki Padjajaran Di Bogor. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis*, 2(2), 141–148.
- Rica Wahyuningsih, A. E. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm Enderese Di Desa Bareng. *Jurnal Ekonomi Integra*, 11, 91–98.
- Rokmah, S., Dewi, I., Pengaruh, M.), Pelayanan, K., Kepuasan, T., Usaha, P., Kecil, M., Ayam, M., Keprek, G., Kalimukti, D., Pengaruh, B., & Mulyani, I. D. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Micro, Small and Medium Enterprises Ayam Geprek

Kepek. JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research, 1(1), 44–50.

Rustan. (2021). Kreativitas dan Inovasi.

Sofiana, & Hambalah, F. (2022). Analisis Pengaruh Kreativitas Iklan dan Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce Shopee.

Sugiono. (2021). Manajemen Inovasi.

Tebelessy, W. (2021). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa. Bayu media publishing.

Widyanita, N. W. A., & Rahanatha, G. B. (2022). Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Produk Pakaian Merek Lanakila Di Bali. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 11(7), 1277–1296. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i07.p01>

Winarsih, W., & Andriani, P. (2022). Peranan Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk. EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 10(S1), 59–68. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.1988>

Yuliani, T., & Liz, I. (2020). PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS PRODUK TERHADAP KETAHANAN EKONOMI MASYARAKAT PADA INDUSTRI KERAJINAN KAPUK.