

PENGARUH PELAYANAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GEPREK BENSU LAMPUNG

Susi Indriyani¹ Desi Derina Yusda² Helmita³

^{1,2,3} Universitas Mitra Indonesia, Program Studi Manajemen

Email: susiindri@umitra.ac.id¹,desiderina@umitra.a.cid²,mitahelmita@umitra.ac.id³

Abstrak

Perkembangan jenis makanan dengan bahan dasar ayam semakin meningkat, hal ini ditandai dengan banyaknya variasi produk yang muncul dari inovasi para pengusaha untuk memberikan berbagai pilihan ayam goreng dengan berbagai pilihan sambal dengan beberapa tingkatan (level). Trend masyarakat yang menyukai citarasa pedas sehingga pemasar berusaha memberikan keinginan masyarakat. Objektif dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan dan inovasi produk (varian produk) terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan teknik survey dalam pengumpulan data sebanyak 225 sampel. Analisis data dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinan, uji F, dan uji t. hasil penelitian pengaruh pelayanan dan inovasi produk berparuh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Geprek Benu Lampung. Berdasarkan hasil uji determinasi diketahui sebesar 50% variabel pelayanan dan inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Geprek Benu Lampung.

Kata Kunci: *Service, Innovation, Satisfaction*

Abstract

The development of the type of food with chicken base materials is increasing., It's marked by a wide variety of products that emerge from entrepreneurial innovation to provide a wide range of choice of fried chicken with a variety of chili options at some level (level).The trend of a society that likes spicy flavors so much that marketers try to give people what they want..The objective of this study is to know how the impact of service and product innovation (variant product) on consumer satisfaction.This research uses survey techniques in data collection of 225 samples.Data analysis by conducting validity and reliability tests for instrument tests, Classic assumption test, multiple linear regression analysis, Determinan coefficient test, f test, and t test. research results are the influence of service and product innovation simultaneously affected by consumer complacency.According to test result determination known as 50 % service variables and inova.

Key word: *Service, Innovation, Satisfaction*

PENDAHULUAN

Pada triwulan 1 tahun 2022 industri makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 37,77% dari PDB pada industri pengolahan non migas di di Indonesia (Limanseto, 2022). Perkembangan industry makanan dan minuman memberikan peranan dalam penguatan perekonomian di Indonesia meski pada saat pandemic sekalipun, sector ini tetap memberikan konstribusi yan sangat signifikan. Saat ini banyak tumbuh usaha-

usaha kecil menengah yang bergerak pada sektor makanan dan minuman salah satunya adalah Geprek Benu Lampung yang dalam operasinya menjual berbagai jenis olahan ayam dengan berbagai jenis pilihan sambal.

Ayam geprek merupakan salah satu jenis makanan yang terbuat dari ayam goreng tepung yang di geprek (dipukul-dipenyet) yang dipadukan dengan berbagai pilihan sambal. Ayam geprek mulai menjadi favorit masyarakat terutama kalangan muda (pelajar/mahasiswa) karena harga yang

terjangkau, porsi yang cukup besar dan citarasa yang enak. Perkembangan industri makanan dan minuman pada tahun 2019 sebanyak 723 rumah makan/restoran di Kota Bandar Lampung (BPS,2020) yang jumlahnya semakin meningkat, yang secara tidak langsung membuat semakin ketat pula persaingan diantara produsen rumah makan/restoran yang ada di Kota Bandar Lampung.

Para pelaku bisnis yang memanfaatkan peluang ini adalah beberapa rumah makan ayam geprek yang didirikan di kawasan perkotaan Bandar Lampung seperti I Am Geprek. Semakin ketatnya persaingan industri rumah makan Ayam Geprek di Kota Bandar Lampung membuat Geprek Benu Lampung semakin gencar menghadirkan inovasi menu ayam geprek. Karena semakin banyak inovasi yang diperkenalkan oleh restoran, pelanggan akan lebih toleran, memberi mereka lebih banyak pilihan dan tidak terlalu khawatir tentang produk yang sama. Pembaharuan inovasi Geprek Benu Lampung adalah dengan meluncurkan beragam kreasi menu makanan dan minuman yang kekinian dan berbeda dengan ayam geprek lain yang ada di Kota Bandar Lampung.

Selain mengedepankan inovasi produk, rumah makan Geprek Benu Lampung juga menawarkan pelayanan yang optimal. Dimana semua karyawan cukup gesit dalam memberikan pelayanan pada pelanggan, ketika pelanggan datang pelayan dengan terampil mendekati pelanggan untuk menawarkan pilihan menu makanan dengan sikap yang ramah dan sopan. Inovasi produk mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen (Fillayata dan Mukaram, 2020). Pengiriman makanan dilakukan secara cepat, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama untuk menikmati makanan yang dipesan.

Hidangan yang disajikan juga sesuai dengan pesanan konsumen, sehingga

konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Geprek Benu Lampung. Lebih lanjut, peningkatan pelayanan yang diberikan juga tercermin dari tersedianya ruang parkir yang luas untuk pelanggan, yang diawasi dan dijaga oleh petugas keamanan yang memberikan keamanan terhadap kejahatan yang tidak diinginkan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan konsumen. Sudah menjadi kewajiban perusahaan untuk memberikan pelayanan yang baik dalam menghadapi konsumen (Tjiptono, 2015)

Layanan dan inovasi memiliki dampak besar pada kepuasan pelanggan. Layanan adalah serangkaian kegiatan atau hasil yang dapat diberikan oleh pelaku usaha kepada pihak lain (pelanggan) yang biasanya tidak terlihat, dan hasilnya mungkin bukan milik pihak tersebut. Pelayanan dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang artinya kualitas dari pelayanan akan berdampak terhadap pelanggan sehingga ujungnya dapat mempengaruhi *market share* suatu inovasi produk tersebut (Fadhli,2021). Sedangkan inovasi adalah penciptaan ide-ide baru yang bertujuan untuk memperluas dan memperbanyak pilihan atau alternatif yang tersedia bagi konsumen. Ketika perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan (Yuliarmi dan Riyasa, 2007). Selanjutnya hal tersebut juga diperjelas oleh hasil penelitian (Arief, 2019) semakin baik pelayanan dan inovasi yang ditawarkan oleh rumah makan ayam geprek kepada para pelanggannya, semakin membuat para pelanggan puas dan menciptakan pelanggan setia yang tidak segan-segan untuk memperkenalkan restoran tersebut kepada banyak orang.

Penerapan layanan dan inovasi Geprek Benu Lampung ini diharapkan dapat memenangkan persaingan dengan rumah makan ayam geprek lainnya dan menjaga kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi (Setyobudi, 2014). Inovasi produk merupakan salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar karena inovasi akan meningkatkan nilai tambah suatu produk (Felita dkk, 2012). Meskipun bukan pekerjaan yang mudah, namun dengan konsistensi dalam penyampaian layanan yang konsisten dan inovasi yang berkelanjutan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan semua orang serta menjaga kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang inilah peneliti ingin memperdalam pelayanan dan inovasi yang dilakukan oleh Geprek Benu Lampung. Oleh karena itu, peneliti memilih judul “Pengaruh Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Benu Lampung”.

Pelayanan

Menurut Kasmir (2017: 47) definisi pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan atau klien, karyawan dan manajer. Layanan tersebut dapat digunakan sebagai sarana bagi pelaku usaha untuk lebih mendekatkan diri dengan pelanggan, lebih memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, serta menjaga kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Menurut (Helmita & Koriyanga, 2020) Pelayanan merupakan suatu aktifitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang atas dasar faktor material, melalui

sistem, prosedur serta metode tertentu, melayani kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Sebuah layanan adalah sebuah proses karena pada dasarnya adalah serangkaian kegiatan

Menurut (Syahfitri & Kusnanto, 2021) Pelayanan merupakan pemberian pelayanan yang dianggap terbaik menurut standar yang telah ditetapkan atau melebihi standar pelayanan yang telah ditetapkan. Goetsch dan David (Donni, 2017:134) mendefinisikan kualitas layanan sebagai keadaan dinamis yang terkait dengan layanan/produk, orang, dan proses lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan.

Inovasi

Inovasi adalah upaya yang dilakukan oleh individu, sekelompok orang, perusahaan atau organisasi untuk menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang baru dari produk yang sudah ada. Inovasi didefinisikan menurut Makmur & Thahier (2015: 9) sebagai proses aktivitas atau keadaan pikiran manusia dalam menciptakan sesuatu yang baru (produk/jasa) yang dikaitkan dengan input, hingga output yang berkontribusi bagi kehidupan manusia.

Inovasi sering dikaitkan dengan perubahan, tetapi tidak semua perubahan dapat diklasifikasikan sebagai inovasi. Menurut Rogers dalam (Ima Frima Fatimah, 2021) mengingatkan bahwa inovasi adalah ide, praktik, atau objek objek yang dianggap baru oleh seseorang. Baru dalam arti relatif hanya karena seseorang mengetahui atau baru saja menerimanya. Dengan keterbatasan tersebut, maka terjadilah inovasi, tantangan untuk diatasi, maka pendekatan inovasi (pembaharuan). Inovasi harus merupakan hasil pemikiran orisinal, kreatif, dan tidak konvensional. Dalam semangat inovasi, ini adalah solusi alternatif untuk suatu masalah. Identifikasi masalah

ini akan memfasilitasi penelitian dan pengembangan atau evaluasi kurikulum yang dirancang untuk menghasilkan inovasi.

Menurut Hills, Gerald, dalam (Ima Frima Fatimah, 2021) inovasi didefinisikan sebagai ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau entitas pengguna lainnya. Inovasi, pada gilirannya, juga didefinisikan sebagai peluang untuk menerapkan kreativitas untuk memecahkan masalah dan meningkatkan serta memperbaiki kehidupan

Menurut (Nimawati & Zaqiah, 2020) Inovasi penting ketika diterapkan/diadopsi. Karena tanpa implementasi/adopsi/diseminasi, inovasi menjadi inovasi yang tidak berguna. Padahal, inovasi merupakan alternatif pemecahan suatu masalah, sehingga langkah awal dalam mengembangkan inovasi dimulai dengan pengenalan masalah. Tashawwur dalam masalah ini memotivasi penelitian dan pengembangan (R&D) atau evaluasi dan perbaikan kurikulum yang bertujuan untuk menciptakan inovasi.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan secara tidak langsung memberikan kontribusi pada beberapa aspek kunci bisnis, seperti membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan reputasi pelanggan, mengurangi elastisitas harga dan mengurangi biaya transaksi di masa depan. Menurut Fandy Tjiptono (2015: 76), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi yang dikembangkan oleh seorang pelanggan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan setelah membeli suatu produk atau jasa.

Menurut (Helmita & Koriyanga, 2020) Kepuasan pelanggan sangat penting karena mempengaruhi kelancaran bisnis. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai usaha untuk mencapai atau mencapai

sesuatu. Kepuasan adalah tingkat emosi setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (hasil) dengan harapan seseorang. Konsumsi Harapan seseorang terbentuk dari pengalaman masa lalu, komentar dari kerabat – janji dan informasi dari kerabat, pemasar, dan pesaing. Pelanggan yang puas tetap setia lebih lama, tidak terlalu sensitif terhadap harga, dan berkomentar positif tentang perusahaan Anda. 6 Konsep/Metrik Inti untuk Mengukur Kepuasan Pelanggan :

Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*)

1. Dimensi kepuasan pelanggan
2. Konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*)
3. Niat beli ulang (*repurchase intention*)
4. Kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*)
5. Ketidakpuasan pelanggan Fandhi

Menurut (Christono, 2019) ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan dan harga. Kualitas pelayanan merupakan bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Di sisi lain, harga merupakan satu-satunya faktor bauran pemasaran yang menguntungkan pelaku usaha.

METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Ayam Geprek Benu yang beralamat di Jalan Teuku Umar No 7 c, Kota Bandar Lampung. Populasi penelitian ini adalah pelanggan yang datang langsung (tidak memanfaatkan transportasi daring) yang berkunjung pada periode maret – Juli 2022 sejumlah 1200 orang responden teknik pengambilan sampel dengan metode convenience dengan memanfaatkan tabel *Krejcie* hasilnya 220 orang sebagai sampel. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada konsumen yang datang. Penggunaan skala likert dalam penelitian ini skor 5 sangat

setuju, skor 4 setuju, skor 3 ragu-ragu, skor 2 tidak setuju, dan skor 1 sangat tidak setuju. Teknik analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t uji hipotesis,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang menjadi rujukan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1 penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Hasil Penelitian
Ela Zakiya (2015)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Variabel Kualitas Pelayanan dan Inovasi Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
Siskawati Rahman (2019)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Inovasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN area manado.
RM Yordan Antanegoro, Djasuro Surya, dan Fauzi Sanusi, (2017)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk, inovasi layanan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Sumber : diolah peneliti

1. Hasil pengujian regresi linier berganda

Hasil persamaan regresinya sebagai berikut
 $Y = 6,264 + 0,158.X1 + 0,275.X2$

Dengan penjelasan sebagai berikut:

$\alpha =$ Nilai konstanta sebesar 6,264. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Pelayanan (X1) dan Inovasi produk (X2) dianggap bernilai konstan atau nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 6,264.

$b_1 =$ Nilai koefisien regresi variabel Pelayanan (X1) sebesar 0,158. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Pelayanan (X1) akan mempengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan sebesar 0,158.

$b_2 =$ Nilai koefisien regresi variabel Inovasi produk (X2) sebesar 0,275.

Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Inovasi produk (X2) akan mempengaruhi tingkat Kepuasan Pelanggan sebesar 0,275.

2. Koefisién Detérminasi

Tabel 3 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,707 ^a	,500	,495	1,20096

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi R sebesar 0,707, yang artinya pengaruh variabel bebas Pelayanan (X1) dan Inovasi (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan dalam kategori kuat. Kemudian hasil koefisien determinasi R square adalah sebesar 0,500. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari Pelayanan (X1) dan Inovasi produk (X2) mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu sebesar 50,0%. Sedangkan sisanya 50,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

Tabel 4 Uji Hipotesis

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	6,264	1,101		5,690	,000
Pelayanan	,158	,019	,475	8,473	,000
Inovasi	,275	,047	,329	5,859	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji t untuk variabel Pelayanan (X1) sebesar 8,473 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,473 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu.

2. Hasil uji t untuk variabel Inovasi (X2) sebesar 5,859 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,859 < 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel Inovasi (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu.

Tabel 5 ANOVA^a

Model	Sum Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	320,190	2	160,095	110,999	,000 ^b
Residual	320,192	222	1,442		
Total	640,382	224			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Pelayanan

Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 110,999. Sehingga sesuai dengan kriteria $F_{hitung} 110,999 > F_{tabel} 3,88$. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari Pelayanan (X1) dan Inovasi (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek

PEMBAHASAN

Pada bagian pembahasan ini, hasil analisis data penelitian yang dilakukan dengan beberapa tahapan pengujian yang terdiri dari uji keabsahan data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, maka selanjutnya hasil penelitian tersebut diuraikan sebagai berikut:

Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Pelayanan adalah suatu tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan atau klien, karyawan dan manajer. Layanan tersebut dapat digunakan sebagai sarana bagi pelaku usaha untuk lebih

mendekatkan diri dengan pelanggan, lebih memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, serta menjaga kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t untuk variabel Pelayanan diperoleh nilai sebesar 8,473 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,473 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ela Zakiya (2015) menunjukkan bahwa secara parsial variabel Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada rumah rakit buah hati di kabupaten kudus. Dengan semakin baiknya tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak Ayam Geprek dapat meningkatkan rasa nyaman dan kepuasan pelanggan yang berkunjung di Ayam Geprek.

Pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan

Inovasi adalah sekumpulan ide, hal praktis, metode atau proses, barang atau jasa buatan manusia yang dianggap serta direkomendasikan sebagai sesuatu yang baru bagi seseorang atau sekelompok orang (warga masyarakat). Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji t untuk variabel Inovasi diperoleh nilai sebesar 5,859 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,859 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu.

Dengan penciptaan inovasi-inovasi baru dalam hal menu makanan dan minuman yang menarik dan kekinian akan dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan Ayam Geprek. Dengan inovasi produk yang bervariasi, dapat memanjakan pelanggan, membuat pelanggan tidak mudah bosan dengan varian menu yang itu-itu saja, serta dapat mempertahankan kesetiaan dan kepuasan pelanggan terhadap Ayam Geprek. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati Rahman (2019) menyatakan bahwa variabel inovasi secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN Area Manado.

Pengaruh pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi yang dikembangkan oleh seorang pelanggan sebelum melakukan pembelian dengan kinerja yang dirasakan setelah membeli suatu produk atau jasa. Kepuasan Pelanggan menjadi sebuah ungkapan perasaan berupa kepuasan ataupun ketidakpuasan pelanggan setelah menggunakan suatu produk atau jasa.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan uji F diperoleh nilai sebesar 110,999. Sehingga sesuai dengan kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$ 110,999 > 3,88. Hal ini berarti variabel independen yang terdiri dari Pelayanan (X1) dan Inovasi (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek.

Hal ini berarti bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan serta inovasi-inovasi baru menu makanan dan minuman yang fresh dan kekinian dapat memanjakan serta meningkatkan rasa puas pelanggan yang berkunjung ke Ayam Geprek Benu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati Rahman (2019), dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Pelayanan dan Inovasi secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN area Manado..

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang diuraikan sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t variabel Pelayanan sebesar 8,473 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,473 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$
2. Inovasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu. Hal tersebut berdasarkan hasil uji t variabel Inovasi sebesar 5,859 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Sehingga sesuai dengan kriteria dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,859 > 1,971$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.
3. Pelayanan dan Inovasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Ayam Geprek Benu. Hal tersebut berdasarkan hasil uji F dengan nilai sebesar 110,999. Sehingga sesuai dengan kriteria $F_{hitung} > F_{tabel}$ 110,999 > 3,88.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2020, Jumlah Rumah Makan/Restoran Menurut Kecamatan di Kota Bandar Lampung, 2019, Bandar Lampung dalam angka. <https://bandarlampungkota.bps.go.id/statictable/2020/05/21/309/jumlah-rumah-makan-restoran-menurut-kecamatan-di-kota-bandar-lampung-2019.html>
- Fadhli, Khotim dkk, 2021, Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv. Afco Group Jombang, Jurnal Inovasi Penelitian, Vol 2 No 3: Agustus 2021 <https://stp-mataram.e-journal.id/JIP/article/view/735>.

- Fillayata, Vista Efanny, Mukaram, 2020, Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung), Prosiding The 11th Industrial Research Workshop and National Seminar <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2150/1693>.
- Kasmir, (2017). *Teori dan praktik layanan pelanggan*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran edisi keempat*. Yogyakarta: Redaktur Andi.
- Limanseto, Haryo, 2022, Meski Masih Hadapi Tantangan Pandemi, Realisasi Investasi pada Industri Makanan Minuman Terus Berlanjut, siaran pers, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, Jakarta. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4515/meski-masih-hadapi-tantangan-pandemi-realisasi-investasi-pada-industri-makanan-minuman-terus-berlanjut>
- Makmur, Rohana Thahier, (2015). *Inovasi dan kreativitas manusia dalam administrasi dan manajemen*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Philip Kotler dan Armstrong, (2014). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Ela Zakiya Muslichati, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Sakit Buah Hati di Kabupaten Kudus*, Universitas Negeri Semarang: 2015. Diperoleh dari <http://lib.unnes.ac.id/22077/1/7311411062-s.pdf>
- Rahman, Siskawati, 2019, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) Area Manado, Jurnal EMBA Vol.7 No.1 Januari 2019, Hal. 301 – 310 <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/eba/article/download/22363/22886>
- Sanusi, Fauzi dkk, 2017, Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah, Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa (Jrbmt), Vol. 1 (2):hh.167-178(Nopember 2017) ISSN (Online)2599-0837, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRBM/article/download/3152/2395>
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*, cetakan pertama, Penerbit : Gava Media, Yogyakarta
- Felita Sasongko dan Hartono Subagio, S.E.,M.M. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol.1,No, 2, Hlm 1-7
- Siskawati Rahman, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (PERSERO) Area Manado*, Universitas Sam Ratulangi Manado: 2019. Diperoleh dari <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/eba/article/download/22363/22886>
- Wichaksono, Arief. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Geprek Bensu Rawamangun. (STEI) Jakarta. Diperoleh dari <http://repository.stei.ac.id/6466/>
- Yuliarmi, N & Riyasa, P. 2007. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 12 No. 1, pp. 9 – 28.
- Christono, A. B. (2019). *H2 Kepuasan Pelanggan (Y) Harga (X2)*. 8(1), 1–17.
- Helmita, & Koriyanga. (2020). *ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN RESTORAN*

BUKIT RANDU DI BANDAR LAMPUNG.
XII(I), 20–28.

Ima Frima Fatimah. (2021). Strategi Inovasi Kurikulum. *EduTeach : Jurnal Edukasi Dan Teknologi Pembelajaran*, 2(1), 16–30. <https://doi.org/10.37859/eduteach.v2i1.2412>

Nimawati, N., & Zaqiah, Q. Y. (2020). Proses Inovasi Kurikulum: Difusi dan Diseminasi Inovasi, Proses Keputusan Inovasi. *MISYKAT: Jurnal Ilmu-Ilmu Al-Quran, Hadist, Syari'ah Dan Tarbiyah*, 5(2), 81. <https://doi.org/10.33511/misykat.v5n2.81-98>

Syahfitri, M. N., & Kusnanto, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Loyal. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(2), 216–237. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.567>