

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya

Esi Sriyanti ^{1*}, Nurhayati ², Salsabila Zahra ³

^{1, 2, 3} Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia

* sriyentiesi01@gmail.com

Abstrak

Urgensi penelitian ini yaitu untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Toko Besi Dansink guna meningkatkan loyalitas dan daya saing bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan inovasi terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan jumlah sampel sekitar 40 responden. Dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Model analisis yang digunakan adalah regresi data panel dengan menggunakan *software SPSS 22*. Berdasarkan analisis statistik dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian menggunakan uji-t, dengan nilai t hitung sebesar 2,381 > t tabel sebesar 2,026 dan sig. 0,023 < 0,05. Variabel inovasi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan uji-t, dengan nilai t hitung sebesar 1,331 < t tabel sebesar 2,026 dan nilai signifikansi 0,191 > 0,05. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1) dan variabel inovasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink di Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan uji-t, dengan nilai F hitung sebesar 7,091 > F tabel sebesar 3,250 dengan tingkat signifikansi 0,002 < 0,05.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Inovasi, Kepuasan Pelanggan*

Pendahuluan

Industri kecil dan menengah merupakan salah satu penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di berbagai negara termasuk Indonesia (Maulidia et al., 2023). Toko besi dan bangunan memiliki banyak manfaat, baik bagi pemilik usaha maupun bagi konsumen. Bagi pemilik toko, bisnis ini sangat menawarkan peluang keuntungan yang menjanjikan karena permintaan bahan bangunan selalu stabil dan margin keuntungan yang baik pada produk-produk yang berkualitas. Konsumen juga mendapatkan manfaat seperti tersedianya bahan bangunan yang berkualitas, kemudahan dalam mendapatkan bahan bangunan, serta berbagai layanan tambahan yang diberikan oleh toko.

Toko besi tradisional, harus memiliki strategi pemasaran yang lebih bervariasi agar mampu bertahan dan tetap dapat bersaing dengan ritel toko yang menjual berbagai macam jenis besi dan produk terkait dengan gaya desain modern, seperti besi untuk *furniture*, aksesoris interior, dan perlengkapan konstruksi yang memiliki desain yang minimalis, inovatif, dan *stylish* toko besi modern. Setiap perusahaan dituntut untuk selalu mengerti dan

memahami apa yang terjadi di pasar, dan apa yang menjadi keinginan konsumen, serta perubahan yang ada agar mampu bersaing dengan pihak pesaing (Rindrayani, 2016).

Pelanggan yang merasa puas adalah pelanggan yang mendapatkan mutu produk atau jasa sesuai atau lebih dari harapannya (Afnina & Hastuti, 2018). Kepuasan pelanggan juga merupakan hal yang penting guna perusahaan dapat bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat (Herlambang & Komara, 2021). Kualitas didefinisikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik dari sebuah produk maupun jasa, dimana bergantung kepada kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan yang dinyatakan ataupun tersirat (Asti & Ayuningtyas, 2020). Inovasi produk akan memunculkan beberapa desain produk, maka menambah alternatif pilihan, menambah nilai ataupun manfaat yang didapatkan konsumen, yang kemudian bisa menambah mutu produk selaras pada yang diinginkan konsumen (Duha & Siagian, 2023). Semakin tinggi tingkat inovasi produk yang perusahaan berikan, maka akan semakin tinggi pula kepuasan yang pelanggan dapatkan. Sama halnya dengan orientasi teknologi berdampak pada kepuasan pelanggan, karena teknologi dapat membantu bisnis untuk menjangkau pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih berharga (Amrita & Narayana, 2023).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas seseorang atas hasil perbandingan antara harapan dan perilakunya serta bagaimana mereka percaya produk untuk melakukan (hasil) dengan ekspektasi mereka (Riswan et al., 2022). Kepuasan pelanggan berhubungan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan dalam menentukan pilihan tempat berbelanja (Hermawan et al., 2024). Karyawan yang puas lebih menyukai situasi kerjanya dari pada tidak menyukainya karena kepuasan mencerminkan persepsi karyawan tentang pekerjaan (Laia, 2018). Penelitian lain mengemukakan bahwa kualitas pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan (Astuti & Sintesa, 2020). Kemajuan sebuah perusahaan salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melayani konsumennya (Nuraeni et al., 2019). Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan dinamis yang berhubungan langsung dengan komoditas, jasa dan sumber daya manusia. Selain itu, proses dan lingkungan yang mampu memenuhi atau melebihi kualitas pelayanan yang dibutuhkan (Riyanto & Satinah, 2023). (Prasetyo & Febriani 2020) Inovasi produk adalah sebuah inspirasi baru yang menarik sehingga dapat dikembangkan (Sari et al., 2021). Inovasi digunakan secara sengaja di buat untuk tujuan pengembangan dan strategi yang menarik

Kendala utama yang sering dialami oleh Toko Besi Dansink terkait sistem pembayaran menggunakan bon, di mana konsumen yang menggunakan bon hanya diberikan waktu pelunasan selama 10 hari. Jika dalam jangka waktu tersebut konsumen tidak melunasi bonnya, maka mereka tidak diperbolehkan untuk melakukan pembelian barang lain yang mereka butuhkan. Hal ini menimbulkan tekanan bagi konsumen dan berpotensi mengganggu hubungan baik antara toko dan pelanggan. Selain itu, dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif, persaingan antar toko besi akan terus berlangsung tanpa henti. Toko Besi Dansink menghadapi beberapa pesaing yang berlokasi tidak jauh dari tempatnya, sehingga konsumen memiliki kemudahan untuk membandingkan harga dan kualitas barang antara satu toko dengan toko lainnya. Perbedaan harga dan kualitas ini menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Kondisi ini memaksa Toko Besi Dansink untuk terus berinovasi dan meningkatkan layanan agar dapat tetap mempertahankan pelanggan dan memenangkan persaingan pasar.

Proses pengiriman yang memakan waktu lama akan membuat pelanggan diduga merasa tidak puas dengan pelayanan dari toko besi Dansink. Persaingan yang ketat di pasar dapat

membuat toko besi sulit dalam mempertahankan kepuasan (Ardiyanto et al., 2024). Kurangnya *feedback* dari pelanggan juga dapat mempengaruhi toko dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan inovasi (Fauzi & Mandala, 2019). Dari segi barang yang kurang memenuhi ekspektasi konsumen juga dapat mempengaruhi kualitas dari pelayanan dan inovasi (Antanegoro et al., 2017). Dengan adanya beberapa kompetitif segi harga juga akan menjadi perbandingan bagi konsumen dalam memenuhi kepuasan pelanggan (Sumarsid & Paryanti, 2022). Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya”.

Gap penelitian dari studi mengenai determinan kepuasan pelanggan pada Toko Besi Dansink terletak pada kurangnya kajian yang secara spesifik mengeksplorasi faktor-faktor unik yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di industri bahan bangunan lokal, terutama pada toko besi yang memiliki karakteristik dan dinamika pasar berbeda dibandingkan retail umum. Kebanyakan penelitian sebelumnya lebih fokus pada sektor ritel umum atau toko besar, sehingga belum cukup menggambarkan kebutuhan dan preferensi pelanggan di segmen toko besi skala menengah atau kecil. Sementara kebaharuan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada pendekatan yang mengintegrasikan variabel-variabel khusus seperti kualitas produk besi, layanan purna jual, harga yang kompetitif, serta pengalaman pelanggan dalam konteks toko besi lokal yang belum banyak diteliti. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif untuk mengukur dampak setiap determinan secara terperinci, sehingga memberikan wawasan baru yang dapat langsung diaplikasikan oleh Toko Besi Dansink untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara efektif

Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang memiliki karakteristik sistematis, terencana, dan terstruktur secara jelas mulai dari tahap perancangan hingga pelaksanaan pengumpulan dan analisis data (Akbat et al., 2023). Pendekatan asosiatif dipilih untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian, yaitu determinan kepuasan pelanggan di Toko Besi Dansink. Objek penelitian ini adalah Toko Besi Dansink di Kabupaten Dharmasraya. Lokasi ini dipilih secara sengaja karena terdapat permasalahan yang relevan dengan judul penelitian, sehingga hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang akurat dan solusi yang tepat terkait faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di toko tersebut.

Data yang digunakan bersifat kuantitatif, yang berupa angka-angka hasil pengukuran dari setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian. Data kuantitatif tersebut diperoleh melalui skor yang dihasilkan dari respon responden terhadap butir-butir pertanyaan. Selain itu, penelitian ini mengandalkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner yang telah disusun, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai literatur pendukung seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber-sumber referensi lain yang relevan dengan tema penelitian. Penggunaan kedua jenis data ini bertujuan untuk memberikan landasan yang kuat dan komprehensif dalam menganalisis dan menjawab permasalahan dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Besi Dansink di Kabupaten Dharmasraya yang berjumlah sekitar ± 200 orang. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas dengan metode *accidental sampling*, yaitu teknik

pengambilan sampel yang didasarkan pada kebetulan. Dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dianggap memenuhi kriteria dapat dijadikan sebagai sampel. Dalam praktiknya, sampel penelitian ini terdiri dari 40 pelanggan yang berhasil ditemui dalam kurun waktu dua minggu dan sudah menjadi pelanggan tetap di toko tersebut. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan data yang efisien dan relevan sesuai kondisi lapangan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu metode pengumpulan informasi dengan cara menyampaikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk diisi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data secara sistematis dan terstruktur langsung dari partisipan penelitian sehingga memudahkan analisis data yang relevan dengan tujuan penelitian. Kemudian teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan penting untuk memastikan keakuratan dan kekuatan hasil penelitian. Pertama, dilakukan uji validitas untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Selanjutnya, uji reliabilitas dijalankan guna memastikan konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran. Analisis lebih lanjut menggunakan uji regresi linier berganda untuk mengidentifikasi hubungan dan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Selain itu, uji t digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing variabel secara individual, sementara uji f dilakukan untuk menguji signifikansi keseluruhan model regresi. Terakhir, uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0.614	0.320	Valid
	0.845	0.320	Valid
	0.846	0.320	Valid
	0.847	0.320	Valid
	0.821	0.320	Valid
	0.793	0.320	Valid
	0.867	0.320	Valid
	0.850	0.320	Valid
	0.842	0.320	Valid
	0.871	0.320	Valid
	0.869	0.320	Valid
	0.820	0.320	Valid
	0.731	0.320	Valid
	0.795	0.320	Valid
	0.668	0.320	Valid

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan (X_1) sudah valid atau akurat, terbukti dari nilai r hitung > r tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan (X_1) dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Inovasi (X₂)

<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Corrected Item-Total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	Kesimpulan
Inovasi	0.764	0.320	Valid
	0.859	0.320	Valid
	0.843	0.320	Valid
	0.864	0.320	Valid
	0.821	0.320	Valid
	0.847	0.320	Valid
	0.847	0.320	Valid
	0.872	0.320	Valid
	0.710	0.320	Valid
	0.851	0.320	Valid
	0.753	0.320	Valid
	0.783	0.320	Valid
	0.736	0.320	Valid
	0.674	0.320	Valid
	0.692	0.320	Valid

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel inovasi (X₂) sudah valid atau akurat, terbukti dari nilai r hitung > r tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan pada variabel inovasi (X₂) dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Pelanggan (Y)

<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Corrected Item-Total Correlation (r hitung)</i>	r tabel	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan	0.816	0.320	Valid
	0.825	0.320	Valid
	0.728	0.320	Valid
	0.813	0.320	Valid
	0.650	0.320	Valid
	0.817	0.320	Valid
	0.789	0.320	Valid
	0.690	0.320	Valid
	0.810	0.320	Valid
	0.791	0.320	Valid
	0.781	0.320	Valid
	0.749	0.320	Valid
	0.665	0.320	Valid
	0.591	0.320	Valid
	0.681	0.320	Valid

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan (Y) sudah valid atau akurat, terbukti dari nilai r hitung > r tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan pada kepuasan pelanggan (Y) dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.967	15

Berdasarkan hasil *output* dari SPSS pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel kualitas pelayanan (X₁) adalah sebesar 0.967 lebih besar dari 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₁) telah memenuhi syarat *composite*

realibility yaitu cronbach alpha 0,967 > 0.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dapat dikatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.966	15

Berdasarkan hasil *output* dari SPSS pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel inovasi (X_2) adalah sebesar 0.966 lebih besar dari 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel inovasi (X_2) telah memenuhi syarat composite realibility yaitu cronbach alpha 0,966 > 0.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi (X_2) dapat dikatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.954	15

Berdasarkan hasil *output* dari SPSS pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,954 lebih besar dari 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) telah memenuhi syarat composite realibility yaitu cronbach alpha 0,954 > 0.60, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dikatakan reliabel

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.214	.660		3.356	.002
	Kualitas Pelayanan	2.128	.894	.385	2.381	.023
	Inovasi	.183	.138	.215	1.331	.191

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa: (1) nilai konstanta bernilai sebesar 2.214 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1) dan inovasi (X_2) nilainya tetap atau nol maka di kepuasan pelanggan (Y) di Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya adalah sebesar 2.214; (2) koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 2.128 artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y), jika variabel kualitas pelayanan (X_1) naik satu satuan dengan asumsi variabel inovasi (X_2) tetap, maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 2.128 dan sebaliknya; (3) koefisien regresi variabel inovasi (X_2) sebesar 0.183 adalah positif, artinya terjadi hubungan positif antara inovasi (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y). Jika variabel inovasi (X_2) naik satu satuan dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X_1) tetap, maka kepuasan pelanggan (Y) yang naik adalah 0.183 dan sebaliknya Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan inovasi (X_2) berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.526 ^a	.727	.328	.43485	1.677

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 8 diatas dilihat bahwa koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *R square* sebesar 0.727 atau 72,7%. Ini menunjukkan variabel independen kualitas pelayanan (X_1), inovasi (X_2), memiliki pengaruh terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y) sebesar 27,7% sedangkan sisanya sebesar 27,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti harga, citra merek, promosi dan lainnya.

Tabel 9. Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>					
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 <i>(Constant)</i>	2.214	.660		3.356	.002
Kualitas Pelayanan	2.128	.894	.385	2.381	.023
Inovasi	.183	.138	.215	1.331	.191

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

Berdasarkan Tabel 9, dapat dilihat masing-masing nilai t hitung signifikansi variabel bebas, pada uraian berikut ini :1). Uji t kualitas pelayanan (X_1) terhadap Kualitas Pelayanan (Y) dimana diketahui nilai t hitung $2.381 > t$ tabel 2,026 dengan nilai signifikansi $0.023 < 0,05$, maka H_1 diterima, hal ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Di Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. 2). Uji t inovasi (X_2) terhadap kualitas pelayanan (Y) dimana diketahui t hitung $1.331 < t$ tabel dari 2,026 dengan nilai signifikansi $0,191 > 0,05$, maka H_2 ditolak, hal ini membuktikan bahwa variabel inovasi (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Di Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya.

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.682	2	1.341	7.091	.002b
	Residual	6.996	37	.189		
	Total	9.678	39			

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

b. *Predictors: (Constant), Inovasi, Kualitas Pelayanan*

Berdasarkan Tabel 10, dapat kita ketahui bahwa f hitung sebesar 7.091 dengan signifikan 0,002. Dan diperoleh nilai f tabel sebesar 3,250. Hasil dari pengelolaan ANOVA diatas terlihat bahwa nilai bahwa nilai f hitung $7.091 > f$ tabel 3,250 dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Nilai f hitung besar dari f tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X_1), inovasi (X_2), secara simultan atau bersama sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y), sehingga dapat dijelaskan bahwa hipotesis (H_3) diterima.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), t hitung $2.381 > t$ tabel 2,026 dan sig $0.023 < 0,05$. Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan cenderung menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan, dan sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi kualitas suatu layanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, meningkatkan loyalitas pelanggan dengan membuat mereka merasa dihargai dan diprioritaskan, dapat meningkatkan reputasi perusahaan dengan membuat pelanggan merasa puas dan senang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang diperoleh oleh penelitian sebelumnya dalam penelitian mereka yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado (Tampanguma et al., 2022). Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan pentingnya aspek pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada *Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan*) juga mendukung temuan ini, di mana kualitas pelayanan terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Herlambang & Komara, 2021). Kedua studi tersebut memperkuat argumen bahwa meningkatkan kualitas pelayanan merupakan faktor krusial dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai jenis usaha, termasuk di sektor ritel maupun layanan makanan dan minuman.

Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan variabel inovasi (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), $t_{hitung} 1.331 < t_{tabel}$ dari 2,026 dan $sig 0,191 > 0,05$. Penelitian ini menyatakan bahwa inovasi (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak.

Dalam penelitian ini, inovasi terbukti tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Dengan demikian, Toko Besi Dansink perlu melakukan berbagai inovasi terutama dalam aspek sistem layanan agar dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah mengupdate dan menambah jenis barang baru yang saat ini banyak diminati oleh pelanggan untuk meningkatkan daya tarik toko. Selain itu, toko juga perlu memperbaiki sistem pembayaran dengan menyediakan berbagai pilihan alat pembayaran yang lebih lengkap, mengingat perkembangan teknologi dan kebiasaan konsumen yang semakin modern. Saat ini, masyarakat sudah terbiasa menggunakan berbagai metode pembayaran digital, termasuk sekitar 74 jenis alat pembayaran digital seperti *scan QR code* melalui *smartphone*. Dengan mengadopsi teknologi pembayaran yang lebih beragam, Toko Besi Dansink dapat mempermudah proses transaksi dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

Hasil penelitian ini selaras dengan studi yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya dalam penelitian berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk, dan *store atmosphere* Terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks drive thru kawasan Megamas Manado (Waha, 2023). Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan suasana toko (*store atmosphere*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, menunjukkan pentingnya faktor-faktor tersebut dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Namun, hasil penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa inovasi produk tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di *Starbucks drive thru* kawasan Megamas Manado. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun inovasi produk penting, aspek pelayanan dan lingkungan fisik toko lebih dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan pada konteks tersebut. Hal ini memberikan wawasan bahwa fokus peningkatan kepuasan pelanggan perlu lebih diarahkan pada peningkatan kualitas layanan dan suasana yang nyaman bagi pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil analisis statistik dalam penelitian ini ditemukan variabel kualitas pelayanan (X1), inovasi (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama sama terhadap kepuasan pelanggan (Y), $F_{hitung} 7.091 > F_{tabel} 3,250$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1), inovasi (X2) berpengaruh secara simultan atau bersama sama signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) diterima.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk, dan store atmosphere Terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks drive thru kawasan Megamas Manado (Waha et al., 2023). Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan inovasi produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Starbucks drive thru Megamas Manado. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga peningkatan kualitas layanan dan pengembangan produk yang inovatif menjadi kunci penting bagi keberhasilan bisnis dalam memuaskan konsumen di lingkungan yang kompetitif.

Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh kualitas pelayanan (X1), inovasi (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini menggunakan 40 sampel di Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1). Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian menggunakan uji t yaitu, $t_{hitung} 2.381 > t_{tabel} 2,026$ dan $sig\ 0.023 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima. 2). Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel inovasi (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian menggunakan uji t yaitu, $t_{hitung} 1.331 < t_{tabel} 2,026$ dan $sig\ 0,191 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak. 3). Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel inovasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Besi Dansink Kabupaten Dharmasraya. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis statistik dalam penelitian menggunakan uji t yaitu, $F_{hitung} 7.091 > F_{tabel} 3,250$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) diterima.

Implikasi penting bagi manajemen toko dalam merancang strategi peningkatan kualitas produk, pelayanan, dan kebijakan pembayaran untuk mempertahankan serta menarik

pelanggan. Namun, keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang terbatas hanya pada satu toko dan metode pengambilan sampel accidental, sehingga hasilnya mungkin kurang dapat digeneralisasi ke toko besi lainnya dengan karakteristik yang berbeda. Bagi peneliti selanjutnya agar lebih memperluas variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 21–30.
<https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2023). Analisis Data Penelitian Kuantitatif: Pengujian Hipotesis Asosiatif Korelasi. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448.
<https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Amrita, N. D. A., & Narayana, I. K. Y. (2023). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Inovasi dan Desain Produk. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 22(1), 91–101. <https://doi.org/10.22225/we.22.1.2023.91-101>
- Antanegoro, R. Y., Sanusi, F., & Surya, D. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2). <https://doi.org/10.48181/jrbmt.v1i2.3152>
- Ardiyanto, L. D., Pradiani, T., & Fatthorrahman, F. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Personal Selling terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Besi dan Kaca “Santa” Yogyakarta. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 5(2).
<https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2163>
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Astuti, E. D., & Sintesa, N. (2020). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Pesan Antar Makanan. *Kompak: Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 13(2), 154–158. <https://doi.org/10.51903/kompak.v13i2.675>
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *eCo-Buss*, 6(1), 166–178. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673>
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Disertasi doktoral, Universitas Udayana). <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p18>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, 7(2), 56–64.
<https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>

- Hermawan, D., Nurjannah, N., & Rudianto, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Palopo. *Journal Social Society*, 4(1), 62–78. <https://doi.org/10.54065/jss.4.1.2024.510>
- Laia, R. (2018). Pengaruh Kompensasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Karyawan sebagai Variabel Intervening pada PT Bank Negara Indonesia Cabang Batam. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), 12–21. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v6i2.674>
- Maulidia, D. N., Kurniawan, M. R., & Yasin, M. (2023). Analisis Struktur Industri Unggulan terhadap Perkembangan Ekonomi di Kota Pekalongan Jawa Tengah. *Student Research Journal*, 1(3), 310–324. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i3.341>
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487–493. <https://doi.org/10.32832/manager.v2i4.3795>
- Rindrayani, S. R. (2016). Strategi Produk dalam Menghadapi Pesaing pada Perusahaan Batik “Merak Manis” Laweyan–Surakarta. *Jupeko (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 1(2). <https://doi.org/10.29100/v1i02.58>
- Riswan, M. S., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Smartphone Merek iPhone Apple di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 272–280. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34635>
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(1), 30–37. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Sari, S. K., Isrofani, A. N., Pratiwi, C., & Batu, R. L. (2021). Pentingnya Inovasi Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Berulang pada Brand iPhone di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 181–187. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5605>
- Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada GrabFood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1). <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>
- Tampanguma, I. K., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Es Miangas Bahu Kota Manado. *Productivity*, 3(1), 7–12.
- Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Inovasi Produk, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan pada Starbucks Drive Thru Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1), 52–64. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.44590>