

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN PADA ROCKET CHICKEN  
JATIROKEH BREBES JAWA TENGAH**

Roikhatul Jannah<sup>1</sup>, Nur Fitri Rahmawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI,  
Jakarta

<sup>2</sup>Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta

**Abstract.**

*Business development is currently increasing, especially the culinary business for the fast food restaurant. This study aimed to determine the effect of creativity and innovation on customer satisfaction in Rocket Chicken Jatirokeh Brebes. The research method used was a quantitative method. The population in this study were all customers who had consumed Rocket Chicken Jatirokeh Brebes food products by sampling using simple random sampling with a total sample of 150 respondents. The data analysis method used descriptive analysis and SPSS version 25.0 program to analyze the questionnaire data. The results of the study showed that (1) Creativity has a positive and significant effect with a value of 35,3% on consumer satisfaction, (2) Innovation has a positive and significant effect with a value of 27% on customer satisfaction, (3) Creativity and Innovation simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction. This is evidenced by the acquisition of the Adjusted R<sup>2</sup> value of 0.422, which shows that consumer satisfaction was influenced by creativity and innovation by 42.2%, the remaining 57.8% was influenced by other factors.*

*Keywords: Creativity, Innovation, Customer Satisfaction.*

©2021 Jurnal Administrasi Bisnis, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

*Profile and corresponding author:* Roikhatul Jannah adalah Alumni Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10530. Corresponding Author: [roikhatunnjannah1608@gmail.com](mailto:roikhatunnjannah1608@gmail.com), [nurfitri@stiami.ac.id](mailto:nurfitri@stiami.ac.id)

*How to cite this article :* Roikhatul Jannah 'Pengaruh Kreatifitas dan Inovasi terhadap Kepuasan konsumen pada Rocket Chicken jatirokeh Brebes jawa Tengah', Jurnal Mahasiswa Administrasi Bisnis, 2(3),pp. 469-479 Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS/index>

## 1. PENDAHULUAN

Pada era perdagangan bebas, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Perkembangan bisnis ini menjadikan perusahaan harus berfikir lebih keras agar usaha mereka dapat bertahan. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, diantaranya adalah target pencapaian, inovasi-inovasi didalam hidup manusia, dan tingkat kreatifitas manusia yang terus meningkat. Bisnis merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh sebuah pelaku usaha atau perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi dan aktivitas kerja yang sibuk mengakibatkan mereka untuk selalu mencari sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kehidupan sehari-hari. Kondisi ini menjadikan usaha rumah makan siap saji kian banyak yang bermunculan sehingga terjalin persaingan bisnis yang lebih kompetitif.

Perusahaan perlu memperhatikan dan memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen, karena dengan begitu konsumen akan merasa puas dan menjadikan mereka mau untuk terus menggunakan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan. Terciptanya kepuasan dalam diri konsumen akan menjadikan konsumen

tersebut akan menggunakan produk atau jasa secara berulang ulang, karena memberikan loyalitas kepada konsumen setara dengan meningkatkan usaha tersebut (Permana, 2013).

Produk yang kreatif bisa memberikan pandangan yang baru bisa di dapat juga dari pandangan yang sudah ada serta dapat berasal dari sumber lainnya sehingga kreativitas dan inovasi produk bisa dijadikan untuk mempertahankan pasar dan mempertahankan keunggulan daya saing yang dimiliki perusahaan tersebut. Selain kreativitas, inovasi juga memegang peranan yang sangat penting dalam perusahaan yaitu mempertahankan daya saing dan keunikan perusahaan tersebut.

**Tabel. I.1 Data Keluhan Konsumen Rocket Chicken Jatirokeh**

Jenis Keluhan	Bulan					Jumlah Jenis – Komplain
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	
Harga	1	-	1	1	2	7
Pelayanan	2	1	1	2	1	8
Produk	2	1	3	2	2	10
Tempat	1	2	1	2	2	8
	6	5	6	7	7	

Sumber: Rocket Chicken Jatirokeh 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat data keluhan konsumen setiap bulan mengalami peningkatan, dikarenakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi banyaknya komplain konsumen pada setiap bulannya. Jika dilihat dari jenis komplain, maka komplain terbanyak ialah pada “Produk” sehingga produk yang diberikan masih kurang maksimal dan menyebabkan kepuasan konsumen ikut menurun. Pada saat tersebut, pengusaha berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk konsumen.

Adapun yang menyebabkan konsumen menjadi kurang puas antara lain: masalah ukuran produk makanan tidak sesuai dengan menu yang disajikan, pelayanan pegawai yang kurang ramah, tempat yang kurang bersih. Produk yang kreatif bisa memberikan pandangan yang baru bisa di dapat juga dari pandangan yang sudah ada serta dapat berasal dari sumber lainnya sehingga kreativitas dan inovasi produk bisa dijadikan untuk mempertahankan pasar dan mempertahankan keunggulan daya saing yang dimiliki perusahaan tersebut.

Berdasarkan fenomena diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen *Rocket Chicken* Cabang Jatirokeh Kabupaten Brebes?
2. Seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen *Rocket Chicken* Cabang Jatirokeh Kabupaten Brebes?
3. Seberapa besar pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen *Rocket Chicken* Cabang Jatirokeh Kabupaten Brebes?

## 2. KAJIAN LITERATUR

### A. Kreativitas (Creativity)

Kreativitas adalah kemampuan individu untuk memunculkan sesuatu yang baru, baik sebagai pemikiran maupun karya asli yang cukup unik dalam kaitannya dengan apa yang ada saat ini (Supriadi 2015). Menurut Cambell (1986), dan Glover (1990), kreativitas merupakan kegiatan mendatangkan hasil yang sifatnya: baru (*novelty*), yang berarti inovasi, belum pernah ada sebelumnya dan aneh; berguna (*useful*), lebih praktis, mempermudah, dan mengatasi kesulitan dan menghasilkan yang lebih baik; dimengerti (*understandible*), yang berarti hasil yang sama dapat dibuat pada waktu yang berbeda (Suahyawati, 2019).

Beberapa perspektif yang bila digunakan dalam campuran dan keseimbangan akan melahirkan pengetahuan dan prestasi. Suryana 2006 menyatakan Kreativitas dibagi menjadi 6 dimensi antara lain: 1. Ingin tahu, 2. Optimis, 3. Fleksibel. 4. Mencari solusi atau jawaban, 5. Berimajinasi, 6. Berani berisiko.

### B. Inovasi Innovation)

Inovasi adalah suatu penemuan baru yang lain dan tidak sama dengan yang sudah ada atau yang baru dikenal sebelumnya. Individu atau visioner bisnis yang secara konsisten meningkatkan inovasi pada saat itu, ia dapat dianggap sebagai pembisnis yang inovatif. Inovasi adalah salah satu pilihan kemitraan dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan berkelanjutan. Freeman (2004) berpikir tentang inovasi sebagai upaya perusahaan menggunakan informasi dan untuk membuat, memproduksi, dan memasarkan item baru untuk bisnis (Ismartaya, 2021). Menurut Damapour dimensi kreatifitas iklan mencakup :

1. Inovasi Produk
2. Inovasi Proses
3. Inovasi Pasar

### C. Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction)

Kepuasan konsumen diartikan sebagai sikap umum yang ditunjukkan pembeli terhadap produk tau jasa setelah mereka mendapatkan dan menggunakannya. Ini adalah penilaian evaluatif pasca keputusan yang dihasilkan oleh tekad pembelian dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi jasa atau produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2005) "Kepuasan konsumen adalah sejauh mana keunggulan suatu barang dan jasa dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pembeli". Tjiptono dan Chandra (2012) dalam penelitian (Arianty, 2015) mengatakan bahwa ada empat faktor utama yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan dalam menganalisa kepuasan konsumen adalah sebagai berikut: 1. Kualitas barang atau produk, 2. Kualitas layanan, 3. Emosional, 4. Harga, 5. Biaya

### 3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang diperoleh dari kuisioner secara langsung. Penjelasan peneliti menggunakan metodologi kuantitatif adalah memikirkan apa yang diungkapkan oleh Sugiyono (2015:7). Penelitian kuantitatif bermaksud untuk menunjukkan hubungan faktor-faktor atau variabel, menguji teori dan mencari spekulasi yang memiliki nilai prakiraan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel dan bagaimana beberapa variabel independen menjelaskan hubungannya dengan variabel dependen yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen Rocket Chicken Jatirokeh Brebes Jawa Tengah.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *probability sampling* dengan menggunakan Simple Random Sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang setara kepada setiap komponen (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kategori populasi tidak terbatas yaitu jumlah orang atau pelanggan yang pernah membeli Rocket Chicken Cabang Jatirokeh Brebes dengan pengambilan sampel sebanyak 150 responden.

Analisis data dilakukan melalui 1. Uji Instrumen antara lain uji validitas, uji reliabilitas dan analisis deskriptif, 2. Uji Asumsi klasik antara lain uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, 3. Uji Hipotesis yaitu antara lain regresi linier berganda, uji t (parsial), uji simultan, uji koefisien korelasi dan uji koefisien determinasi.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

- 1) Rekapitulasi hasil tanggapan responden

**Tabel IV. 7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner**

Pernyataan	Total Skor		
	Kreativitas	Inovasi	Kepuasan Konsumen
Pernyataan 1	666	666	674
Pernyataan 2	648	671	684
Pernyataan 3	674	677	680
Pernyataan 4	669	686	689
Pernyataan 5	680	682	689
Pernyataan 6	651	679	690
Pernyataan 7	652	682	691
Pernyataan 8	663	672	700
Pernyataan 9	667		682
Pernyataan 10	678		698
Pernyataan 11	678		
Pernyataan 12	662		

*Sumber: Data primer diolah oleh penulis, 202*

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan hasil skor atau nilai dari jumlah tiap variabel sebagai berikut:

1. Terdapat hasil skor pada variabel kreativitas dari jumlah 12 pernyataan yang menunjukkan nilai tertinggi dengan total nilai sebesar 680 dan nilai terendah dengan total nilai sebesar 648.
2. Terdapat hasil skor pada variabel Inovasi dari jumlah 8 pernyataan yang menunjukkan nilai tertinggi dengan nilai sebesar 686 dan nilai terendah terdapat dengan total nilai sebesar 666.
3. Terdapat hasil skor pada variabel Kepuasan konsumen dari jumlah 10 pernyataan yang menunjukkan nilai tertinggi dengan total skor sebesar 700 dan nilai terendah dengan total nilai sebesar 674.

2) Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Umi Narimawati (2008:5) pengertian analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis asosiasi yang digunakan secara bersamaan untuk meneliti pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tergantug dengan skala interval.

**Tabel IV. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi (b)	T hitung	Sig.	Kesimpulan
Kreativitas	0,351	6,228	0,00	Signifikan
Inovasi	0,349	4,117	0,00	Signifikan

Konstanta = 14,564  
 Adjusted R2 = 0,422 F  
 F hitung = 53,667

Sig. = 0,00

Sumber: Data diolah penulis dari SPSS versi 25, 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat hasil dari pengujian analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b1.x1 + b2.x2 + e$$

$$= 14,564 + 0,351 + 0,349$$

**b1** ( nilai koefisien regresi X1) yaitu sebesar 0,351, dan **b2** ( nilai koefisien regresi inovasi X2) adalah sebesar 0,349, menunjukkan bahwa variabel kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan dalam satuan unit variabel akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

3) Uji t ( Secara parsial)

Uji t merupakan uji yang menunjukkan makna pengaruh individu dari faktor-faktor atau variabel-variabel bebas dalam model terhadap variabel terikat.

a. Kreativitas

**Tabel IV. 13 Hasil Uji t Variabel (X1) Kreativitas**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.025	2.767		7.598	0.000
	Kreativitas	0.466	0.052	0.594	8.994	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data dari SPSS versi 25, diolah penulis 2021

Tabel di atas menunjukkan hasil statistik dari uji t yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari pengaruh nilai kreativitas (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $8,994 >$  lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,976, maka dapat dikatakan H01 ditolak dan Ha1 diakui atau diterima. Artinya terdapat pengaruh positif antara kreativitas dengan kepuasan konsumen secara signifikan.

#### b. Inovasi

**Tabel IV.14 Hasil Uji t Variabel (X2) Inovasi**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.077	2.954		8.151	0.000
	Inovasi	0.603	0.082	0.519	7.39	0.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data primer melalui SPSS versi windows 25

Tabel diatas menunjukan hasil statistik uji t menunjukan bahwa nilai signifikansi. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh nilai inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah 0,000 lebih kecil dari  $< 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $7,390 >$  lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,976 maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara inovasi dengan kepuasan konsumen secara signifikan.

#### 4) Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)

Uji F analisis regresi berganda dengan menggunakan uji F (Fisher) dimaksudkan untuk menentukan pengaruh dari semua variabel meliputi kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen. Jika hasil nilai signifikan di bawah 0,05, model regresi dikatakan signifikan secara statistik.

**Tabel IV. 15 Hasil Uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	599.887	2	299.944	53.667	.000 <sup>b</sup>
	Residual	821.586	147	5.589		

Total	1421.473	149		
-------	----------	-----	--	--

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas

Sumber : Data Primer melalui SPSS versi 25,2021

Tabel diatas menunjukkan hasil pengujian diperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan  $f$  hitung  $53,667 >$  nilai  $f$  tabel 3,06. Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara signifikan.

#### 5) Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi adalah nilai yang menunjukkan apakah ada hubungan kuat atau tidaknya anantara dua variabel. Hubungan antara dua faktor terdiri dari dua macam, yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Ukuran yang digunakan untuk memutuskan apakah hubungan antara X dan Y solid disebut koefisien hubungan ( $r$ ). Hasil yang diperoleh dalam pemeriksaan ini adalah sebagai berikut:

**Tabel IV. 16 Hasil Uji Koefisien Korelasi**

		Kreativitas	Inovasi	Kepuasan konsumen
Kreativitas	Pearson Correlation	1	.489**	.594**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	150	150	150
Inovasi	Pearson Correlation	.489**	1	.519**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	150	150	150
Kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.594**	.519**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	150	150	150

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data melalui SPSS versi 25,2021

Tabel diatas menunjukkan variabel X1 Kreativitas memiliki nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,594 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kreativitas (X1) memiliki korelasi positif terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen dengan tingkat hubungan sedang dilihat dari nilai 0,594 berada pada rentang 0,400-0,599 dan korelasi tersebut signifikan dilihat dari nilai signifikansi 0,000 dibawah 0,05.

Variabel X2 Inovasi memiliki nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,591 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 hal tersebut menunjukkan bahwa variabel inovasi (X2) memiliki korelasi positif terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen dengan tingkat hubungan sedang dilihat dari nilai 0,591 berada pada rentang korelasi 0,400-0,591 dan korelasi tersebut signifikan dilihat dari nilai signifikansi 0,00 dibawah 0,05.

#### 6) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar

antara 0 sampai dengan 1, besar kecilnya koefisien determinasi menuju angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 1. Kreativitas (X1)

**Tabel IV. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel (X1) Kreativitas**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0,594 <sup>a</sup>	0,353	0,349	2,492

Predictors: (Constant), Kreativitas (X1)

Sumber: Data diolah oleh penulis dari SPSS versi 25,2021

Berdasarkan tabel diatas IV. 21 diatas, diperoleh hasil yaitu nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,353 atau 35,3%. Oleh karena itu, dapat diperoleh besarnya pengaruh kreativitas (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu sebesar 0,353 atau 35,3%.

### 2. Inovasi (X2)

**Tabel IV. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel (X2) Inovasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	0,519 <sup>a</sup>	0,270	0,265	2,649

Predictors: (Constant), Kreativitas (X1)

Sumber: Data diolah oleh penulis dari SPSS versi 25,2021

Berdasarkan tabel IV.22 diatas, diperoleh hasil yaitu nilai R Square atau ( $R^2$ ) sebesar 0,270 atau 27%. Oleh karena itu, dapat diperoleh besarnya pengaruh inovasi (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) yaitu sebesar 0,270 atau 27%.

### 3. Kreativitas (X1) dan Inovasi (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

**Tabel IV. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.650 <sup>a</sup>	0.422	0.414	2.36411

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas

b. Dependent Variable: Kepuasan konsumen

Sumber: Data diperoleh dari SPSS versi 25, 2021

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan hasil dari uji *Adjusted R<sup>2</sup>* pada penelitian ini diperoleh sebesar 0,422. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kreativitas dan inovasi sebesar 42,2%, sisanya 57,8% dipengaruhi oleh



faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen.

### 1. Pengaruh Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kreativitas memperoleh nilai t-hitung sebesar  $8,994 > 1,976$  dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ), dan hasil persamaan koefisien regresi bernilai positif sebesar  $0,351$ ; jadi pengujian ini berhasil untuk membuktikan hipotesis pertama menyatakan bahwa Kreativitas secara individual berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada Rocket Chicken Jatirokeh Brebes di Jawa Tengah.

### 2. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel inovasi ( $X_2$ ) mendapatkan nilai t hitung sebesar  $4,177 > 1,976$  dengan nilai signifikansi  $0,00 < 0,05$ , dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar  $0,349$ . Maka dari penelitian ini menunjukkan hasil inovasi ( $X_2$ ) secara individual berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken Jatirokeh Brebes di Jawa Tengah.

### 3. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian diperoleh nilai f hitung sebesar  $53,667$  dengan nilai signifikansi  $0,00$ . Maka dari itu, nilai signifikan berada di bawah atau lebih kecil dari  $0,05$ , sehingga penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi produk secara bersamaan memiliki dampak positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen Rocket Chicken Jatirokeh Brebes di Jawa Tengah.

## 5. PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Cikarang maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Jatirokeh di Brebes sebesar  $35,3\%$ .
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Jatirokeh di Brebes sebesar  $27\%$ .
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kreativitas dan Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Rocket Chicken Jatirokeh di Brebes sebesar  $0,422$  atau  $42,2\%$  dan sisanya  $57,8\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### B. Saran

Berdasarkan dengan hasil penelitian, pembahasan, dan hasil akhir yang diperoleh, berikut ini saran dari peneliti yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Pengusaha Rocket Chicken Jatirokeh Brebes
  - a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kreativitas memiliki nilai terendah ( $648$ ) pada pernyataan pertama, maka sebab itu pemilik usaha *Rocket Chicken* Jatirokeh diharapkan bisa mengajukan pada *Rocket Chicken* pusat untuk

melakukan inovasi dalam bentuk kreativitas terhadap produk makanannya supaya lebih bervariasi, memunculkan banyak pilihan bagi konsumen.

- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel inovasi memiliki nilai terendah (666), oleh karena itu pemilik Rocket Chicken Jatirokeh di Brebes diharapkan dapat mengajukan pada Rocket Chicken pusat untuk produk makanan yang lebih bervariasi dengan selalu mengutamakan rasa dari produk makanan dan tingkat kepuasan konsumen akan meningkat.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel kepuasan konsumen memiliki nilai terendah (674), maka sebab itu Rocket Chicken Jatirokeh diharapkan tetap bisa menjaga kualitas produk yang disajikan dengan baik sehingga para konsumen puas dengan menu yang disajikan, hal tersebut bisa meningkatkan kepuasan pelanggan.

## 2. Bagi Peneliti

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode lain dalam meneliti kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen, misalnya melalui wawancara kepada responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih beragam daripada angket yang jawabannya telah tersedia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditi, B. (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>
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Ansori, M. (2016). Pengaruh Kecerdasan Verbal-Linguistik dan Kecerdasan Visuo-Spatial terhadap Kreatifitas Siswa Islamic Boarding School SMP Islam Al-A'la Tahun Ajaran 2015/2016. *Jurnal Al Lubab*, 1(1), 45–66.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Dewi Sanjaya, I., & Martono, S. (2012). *Management Analysis Journal*, 1(2), 120–128.
- 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>
- Fauziah, D., & Wulandari, D. (2018). Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.com Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180.
- Ismartaya. (2021). PENGARUH MODAL, TINGKAT PENDIDIKAN, DAN INOVASI TERHADAP KINERJA UMKM KABUPATEN BOGOR PROVINSI JAWA BARAT ( Studi Kasus UMKM di Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat ). *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 6(1).
- Kamaluddin, A., & Rapanna, P. (2017). *Administrasi Bisnis*. Makasar.
- Putra, P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Bisnis restoran. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 4983–5006.
- Ratnasari, L., & Budiyanto. (2016). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas pada perusahaan otomotif di BEI. *Ilmu Dan Riset Manajemen*,

5(6), 1–15.

- Sucahyawati, A. H. K. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Hummansi*, 2(1), 25–36. Retrieved from <https://journal.stikomyo.ac.id/index.php/jurnal-hummansi/index> 25
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57.
- Sultika, B., & Hartijasti, Y. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kreativitas Dan Orientasi Inovasi Di Tempat Bekerja. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 179–199.