

PENGARUH PELAYANAN, PENGEMBANGAN PRODUK, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT REGARSPORT WONOGIRI

Nadia Arbila Oresta, Indra Hastuti, Esti Dwi Rahmawati

Universitas Duta Bangsa Surakarta E-mail: nadiaarbilaoresta@gmail.com

| ARTICLE INFO | ABSTRACT |
|---|---|
| <p>Article History</p> <p>Received: Revised: Published:</p> <p>Keywords Service Quality, Innovation, Level of Trust, Customer Satisfaction</p> | <p><i>Customer satisfaction is an important element in improving marketing performance in a company. The satisfaction felt by customers can increase the intensity and interest in repurchasing the product. By creating satisfaction, it can create customer loyalty. This research aims to determine and analyze the influence of service quality, innovation, and level of trust on customer satisfaction at PT. Regarsport Wonogiri. This type of research is quantitative research by distributing questionnaires to customers who have shopped at PT. Regarsport Wonogiri. The sampling technique used in this research is non-probability sampling in the form of Accidental Sampling which can be interpreted as sampling based on chance. The population in this research is all customers who have purchased products at PT. Regarsport in the last two years, while the sample obtained was 90 people. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The research results show that Service Quality (X1) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y), Innovation (X2) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y), Trust Level (X3) has a positive and significant effect on Customer Satisfaction (Y). Service Quality (X1), Innovation (X2), and Level of Trust (X3) simultaneously or together influence Customer Satisfaction (Y) at PT.Regarsport Wonogiri.</i></p> |

| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
|---|--|
| <p>Riwayat Artikel</p> <p>Diterima: Direvisi: Dipublikasikan:</p> <p>Kata Kunci Kualitas Pelayanan, Inovasi, Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan</p> | <p>Kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas dan minat pembelian ulang produk. Dengan terciptanya kepuasan dapat menciptakan loyalitas para pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang pernah berbelanja di PT.Regarsport Wonogiri. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>non probability sampling</i> berupa <i>Accidental Sampling</i> yang dapat diartikan dengan pengambilan sampel berdasarkan pada kebetulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu semua pelanggan yang pernah membeli produk di PT. Regarsport pada dua tahun terakhir, sedangkan sampel yang didapat berjumlah 90 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Inovasi (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), Tingkat Kepercayaan (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Kualitas Pelayanan (X1), Inovasi (X2), dan Tingkat Kepercayaan (X3) secara simultan atau bersama – sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT.Regarsport Wonogiri.</p> |

A. Pendahuluan

Kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan (Setyo, 2018). Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas dan minat pembelian ulang produk. Kepuasan konsumen sangatlah penting dalam menjalankan suatu usaha. Dengan terciptanya kepuasan pelanggan maka mendorong terciptanya loyalitas di benak para pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur untuk mengukur seberapa baik tingkat pelayanan

yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan juga dapat dimaknai sebagai strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengukur kinerja pemasaran perusahaan. Dalam melakukan suatu penjualan karyawan harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Citra suatu perusahaan dilihat dari pelayanan yang diberikan.

Inovasi merupakan suatu ide atau gagasan baru ditujukan untuk mengembangkan suatu usaha yang diharapkan dapat membawa perusahaan kepada hasil akhir yang diharapkan. Dalam hal ini pelanggan biasanya lebih tertarik dengan produk baru dan berbeda ketimbang membeli produk lama, hal ini terjadi pula di PT. Regarsport, PT. Regarsport merupakan PT yang bergerak dalam bidang pembuatan jersey olahraga. Dalam pembuatan jersey pastinya terdapat berbagai macam desain yang bisa dipilih konsumen, kebanyakan dari mereka menginginkan desain yang unik dan terbaru. Maka dari itu diperlukannya inovasi produk untuk menarik minat masyarakat dalam pembelian produk. Salah satu manfaat dari inovasi bertujuan mempercantik produk sehingga lebih menarik bagi para konsumen (Sumarsih, 2019). Kepercayaan merupakan hal yang sangat penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Kepercayaan dapat dibangun dengan niat, integritas, dan keselamatan. Niat merupakan tujuan atau hal yang ingin dicapai, niat dapat berupa motif. Integritas dapat diartikan sebagai sikap jujur yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, memberi informasi sesuai fakta dan tidak melebihi – lebihkannya.

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Regarsport Wonogiri.

H2 : Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Regarsport Wonogiri.

H3 : Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Regarsport Wonogiri.

H4 : Kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Regarsport Wonogiri.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah di mana peneliti sendiri adalah instrumennya, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekan pada makna (Sugiyono, 2019). Objek penelitian ini adalah PT.Regarsport Wonogiri, sedangkan untuk subjek penelitian yaitu pelanggan atau konsumen yang pernah berbelanja di PT.Regarsport Wonogiri pada rentan waktu Januari 2023 – Februari 2024. Sampel yang digunakan yaitu sejumlah 90 orang, untuk teknik pengambilan sampel dengan teknik *non probability* sampling berupa *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli produk PT.Regarsport, dengan kriteria penilaian menggunakan skala likert dan studi Pustaka. Cara menganalisis data menggunakan regresi yang ditentukan dengan uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Pengujian dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 24.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1
Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.989 | 2.442 | | .815 | .418 |
| | Kualitas Pelayanan | .274 | .124 | .234 | 2.209 | .030 |
| | Inovasi | .255 | .126 | .218 | 2.030 | .045 |
| | Tingkat Kepercayaan | .232 | .115 | .235 | 2.020 | .046 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | | | |

Sumber : Olahan Data SPSS, 2024

Dari hasil data diatas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = 1,989 + 0,274 X1 + 0,255 X2 + 0,232 X3 + e$$

Dari penjelasan tersebut maka dapat diimplementasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstan (Y) sebesar 1,989 yang artinya jika variabel kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan nilai *Coefficients*nya adalah (0), maka keputusan pembelian akan tetap berada pada 1,989.
- 2) Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan dari perhitungan linier berganda berlipat nilai *coefficient* (b1) = 0,274. Hal ini dapat diartikan ketika ada kenaikan kualitas pelayanan meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,274 atau 27,4%, dengan asumsi variabel X2 dan X3 adalah konstan.
- 3) Koefisien regresi inovasi dari perhitungan linier berganda didapat nilai *coefficient* (b2) = 0,255. Hal ini dapat diartikan ketika ada kenaikan inovasi meningkat maka tingkat kepuasan pelanggan akan menurun sebesar 0,255 atau 25,5% dengan asumsi variabel X1 dan X3 adalah konstan.
- 4) Koefisien regresi pada variabel tingkat kepercayaan dari perhitungan linier berganda berlipat nilai *coefficient* (b3) = 0,232. Hal ini berarti setiap ada peningkatan tingkat kepuasan, akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri sebesar 0,232 atau 23,2% dengan asumsi variabel X2 dan X3 adalah konstan.

b. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2
Koefisien Determinasi (R²)

| Model Summary ^b | | | | |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .553 ^a | .306 | .282 | 2.76882 |
| a. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Inovasi | | | | |
| b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan | | | | |

Sumber : Olahan Data SPSS, 2024

Hasil perhitungan didapat bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas dengan variabel terikat sebesar R = 0,553. Artinya kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Pada tabel 7 dapat diketahui bahwa *Adjusted RSquare* 0,282 yang berarti 28% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel

independent yaitu kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan. Sedangkan sisannya (100% - 28% = 72%) dipengaruhi oleh faktor lain.

c. Uji T (Parsial)

Tabel 3
Uji T Parsial

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|---------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 1.989 | 2.442 | | .815 | .418 |
| | Kualitas Pelayanan | .274 | .124 | .234 | 2.209 | .030 |
| | Inovasi | .255 | .126 | .218 | 2.030 | .045 |
| | Tingkat Kepercayaan | .232 | .115 | .235 | 2.020 | .046 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Olahan Data SPSS, 2024

Berikut penjelasan dari tabel diatas :

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh t tabel diperoleh sebesar 1,662. Nilai t hitung yaitu 2,209 > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,030, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.Regarsport Wonogiri yang berarti hipotesis diterima.

2) Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel kualitas produk (X2) = 2,030 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,045. Maka dapat disimpulkan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.Regarsport Wonogiri yang berarti hipotesis diterima.

3) Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai t hitung sebesar 2,020 > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,046. Maka dapat disimpulkan tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT.Regarsport Wonogiri yang berarti hipotesis diterima.

d. Uji F Simultan

Tabel 4
Uji F
Simultan

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 291.146 | 3 | 97.049 | 12.659 | .000 ^b |
| | Residual | 659.309 | 86 | 7.666 | | |
| | Total | 950.456 | 89 | | | |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Tingkat Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Inovasi

Sumber : Olahan Data SPSS

Nilai F hitung sebesar 12,659 dengan signifikansi 0.000, nilai signifikansi menunjukkan taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sedangkan untuk nilai F tabel diperoleh sebesar 2,71. Dengan demikian F hitung > F tabel ($12,659 > 2,71$) yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

1) Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dapat dilihat dari pengujian t yaitu sebesar 2,209 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,046.

Diterima.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Regarsport Wonogiri baik dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen, karena pada umumnya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Regarsport baik dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen hal tersebut dapat menarik minat pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Namun jika kualitas pelayanan di PT.Regarsport terjadi penurunan maka hal tersebut akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan di PT.Regarsport Wonogiri.

2) Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dibuktikan dengan uji t sebesar 2,030 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,045. **Diterima.**

Jika PT.Regarsport melakukan inovasi yang terbaru dan berbeda dengan perusahaan lainnya hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang membeli produk. Namun jika PT.Regarsport tidak melakukan inovasi dan hanya mengacu pada produk lama maka hal tersebut akan menurunkan kepuasan pelanggan PT.Regarsport Wonogiri.

3) Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini didasarkan pada uji t yaitu sebesar 2,020 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,46. **Diterima.**

Jika PT.Regarsport selalu menjaga kepercayaan konsumen, membuat produk sesuai yang diinginkan konsumen dan dalam kegiatan transaksi selalu amanah hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun jika PT.Regarsport tidak membuat produk sesuai dengan keinginan dan tidak amanah, hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.

4) Kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan dengan kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dapat dilihat dari uji F simultan Dengan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ diperoleh F tabel yakni 2,71. Hasil uji statistik diperoleh nilai F hitung sebesar 12,659 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian F hitung > F tabel ($12,659 > 2,71$). **Diterima.**

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Jika karyawan memberikan pelayanan yang sesuai yang dibutuhkan pelanggan, penjelasan yang diberikan mudah dimengerti hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Suatu

perusahaan pastinya selalu mengembangkan ide dan inovasi baru, selain agar dapat bersaing dengan pasaran suatu inovasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pembelian produk. Begitu juga dengan tingkat kepercayaan, jika perusahaan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen baik dalam kualitas produk maupun kegiatan transaksi, hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Pembahasan

a. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dapat dilihat dari pengujian t yaitu sebesar 2,209 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,030. **Diterima.**

Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Darno dkk, 2022 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tokopedia di Jakarta Timur” menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna Tokopedia di Jakarta Timur.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Regarsport Wonogiri baik dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen, karena pada umumnya jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.Regarsport baik dan sesuai dengan yang diinginkan konsumen hal tersebut dapat menarik minat pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan. Namun jika kualitas pelayanan di PT.Regarsport terjadi penurunan maka hal tersebut akan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan di PT.Regarsport Wonogiri.

b. Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dibuktikan dengan uji t sebesar 2,030 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,045. **Diterima.**

Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati, 2019 dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (PERSERO) Area Manado”. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Jika PT.Regarsport melakukan inovasi yang terbaru dan berbeda dengan perusahaan lainnya hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang membeli produk. Namun jika PT.Regarsport tidak melakukan inovasi dan hanya mengacu pada produk lama maka hal tersebut akan menurunkan kepuasan pelanggan PT.Regarsport Wonogiri.

c. Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini didasarkan pada uji t yaitu sebesar 2,020 (t hitung) > 1,662 (t tabel) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,46. **Diterima.**

Hasil penelitian ini bersamaan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini dilakukan oleh Kasinem, 2020 dengan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat”. Penelitian terdahulu memantapkan kepercayaan sebagai penentu kuat kepuasan pelanggan dalam pemasaran jasa.

Jika PT.Regarsport selalu menjaga kepercayaan konsumen, membuat produk sesuai yang diinginkan konsumen dan dalam kegiatan transaksi selalu amanah hal tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun jika PT.Regarsport tidak membuat produk sesuai dengan keinginan dan tidak amanah, hal tersebut dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan.

d. Kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan berpengaruh secara simultan dengan kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri. Hal ini dapat dilihat dari uji F simultan dengan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ diperoleh F tabel yakni 2,71. Hasil uji statistik diperoleh nilai F hitung sebesar 12,659 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian F hitung $>$ F tabel ($12,659 > 2,71$). **Diterima.**

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Jika karyawan memberikan pelayanan yang sesuai yang dibutuhkan pelanggan, penjelasan yang diberikan mudah dimengerti hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Suatu perusahaan pastinya selalu mengembangkan ide dan inovasi baru, selain agar dapat bersaing dengan pasaran suatu inovasi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pembelian produk. Begitu juga dengan tingkat kepercayaan, jika perusahaan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen baik dalam kualitas produk maupun kegiatan transaksi, hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.
2. Inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.
3. Tingkat kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.
4. Kualitas pelayanan, inovasi, dan tingkat kepercayaan secara simultan atau bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.Regarsport Wonogiri.

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka yang menjadi saran bagi perusahaan khususnya PT.Regarsport Wonogiri diharapkan mampu mempertahankan kualitas pelayanan dan lebih meningkatkan pelayanan yang lebih cepat dan tanggap, mengembangkan ide – ide baru yang belum ada dipasaran, dan selalu menjaga kepercayaan yang diberikan konsumen. Bagi peneliti diharapkan mampu menerapkan dan mengembangkan hasil penelitian ini. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan mampu lebih mengembangkan variabel baru sehingga dapat menyempurnakan penelitian berikutnya.

E. Referensi

- Afandi, N.M. (2018). *Administrasi Publik Untuk Pelayanan Publik*. Alfabeta : Bandung
- Dhirya, D.A.M.C., Warmika, G.K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Persepsi Nilai Pelanggan*. Vol. 11(3) pp. 549-568.
- Dzikra, F. M. (2020). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Mobil Ud. Sari Motor Di Pekanbaru*. Eko Dan Bisnis: Riau Economic And Business Review, 11(3), 262-267.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.Handayani,
- Ghozali, Imam. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.Handayani.
- Hadiyati, E. (2011). *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 13(1), 8–16.
- Harumni, S. D. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Perusahaan Seiko Laundry Medan*. Analitika, Vol. 8(2), 115–128

- Kencana, P. N., & Kasdiyo, K. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Jasa Service di Dealer Honda Wahana*. Ciputat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, 4(1), 26-37.
- Kotler, Phillip. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga : Jakarta
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta : Bandung.
- Setyo, P.E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Best Autoworks*. Vol. 1, No. 6.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta : Bandung.
- Sumarsih. (2019). *Pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada produk Briket(CV. Arang Surabaya Campalagian Polman)*. *Movere Journal*, 1(2), 218–231.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Andi : Yogyakarta hlm. 142.