

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Industri Batik Tulis Yuliati Warno

1. Sejarah Singkat Berdirinya Industri Batik Tulis Yuliati Warno

Perusahaan Yuliati Warno batik didirikan oleh ibu Yuliati Warno, S.Hum pada bulan Januari 2007. Awal mula berdiri, Yuliati Warno batik hanya menjual kain atau bahan batik tulis saja, kemudian pada tahun 2010 mulai berkembang pada baju batik jadi, jas batik, dan kebaya batik.

Pada tahun 2013, Yuliati Warno batik mulai menjadikan tempat produksi dan showroomnya sebagai tempat wisata industri batik atau tempat edukasi batik. Demi mengembangkan usaha batiknya pada tahun 2014 industri batik Yuliati Warno pindah secara keseluruhan sekitar 100 m dari tempat awal berdirinya yaitu desa Langgenharjo. Saat ini, Yuliati Warno disebut sebagai pusat wisata batik di Pati. Dalam perjalanan usahanya, Yuliati Warno sering mendapatkan penghargaan, seperti terpilih sebagai 25 wanita inspiratif dan satu-satunya yang menerima penghargaan OVOP (One Village One Product) dalam bidang batik di kabupaten Pati. Pada bulan Desember 2018, Yuliati Warno batik mendapat sertifikasi dari pemerintah kabupaten Pati berupa LPK (Lembaga Kursus dan pelatihan) dan TUD (Tempat Uji Kompetensi). Sertifikasi ini diperoleh karena industri batik tulis Yuliati Warno mengadakan program pelestarian dan edukasi batik pada usahanya.

Demi mengembangkan produknya Yuliati Warno Batik sering mengikuti pameran-pameran dalam negeri maupun luar negeri seperti Singapura, Malaysia, China dan Vietnam). Sampai sekarang perusahaan batik tulis “Yuliati Warno” dapat bersaing dengan perusahaan batik tulis yang lain baik dari dalam negeri maupun luar negeri.¹

2. Visi, Misi dan tujuan Industri Batik Tulis Yuliati Warno

Perusahaan industri batik tulis Yuliati Warno, dalam menjalankan usahanya mempunyai Visi, Misi dan tujuan sebagai berikut:

¹ Wawancara dengan Manager Yuliati Warno Batik Bapak Tamzis Al Anas, tanggal 14 Maret 2019.

- a. Visi
Mengembangkan usaha batik tulis Yuliati Warno sebagai produsen kain batik dengan tetap memegang teguh kejujuran, kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- b. Misi
 - 1) Mengembangkan dan melestarikan budaya daerah Pati.
 - 2) Menanamkan kejujuran dalam bekerja untuk meningkatkan kualitas produk.
- c. Tujuan
 - 1) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi lingkungan sekitar.
 - 2) Mampu menghadapi persaingan dan dapat mengembangkan usaha.

3. Lokasi Perusahaan dan Jam Kerja

Sejak awal berdiri hingga sekarang perusahaan batik tulis Yuliati Warno berada didesa Langgenharjo Kecamatan Juwana Kabupaten Pati. Lebih tepatnya Jl. Kretek Kembar Langgenharjo Rt 07/Rw. 03 Juwana Pati. Dipilihnya lokasi ini karena beberapa alasan yaitu:

- a. Lokasi yang dekat dengan jalan raya.
- b. Banyak sumber daya manusia yang berkualitas dan mempunyai keterampilan di bidang pembuatan batik tulis.

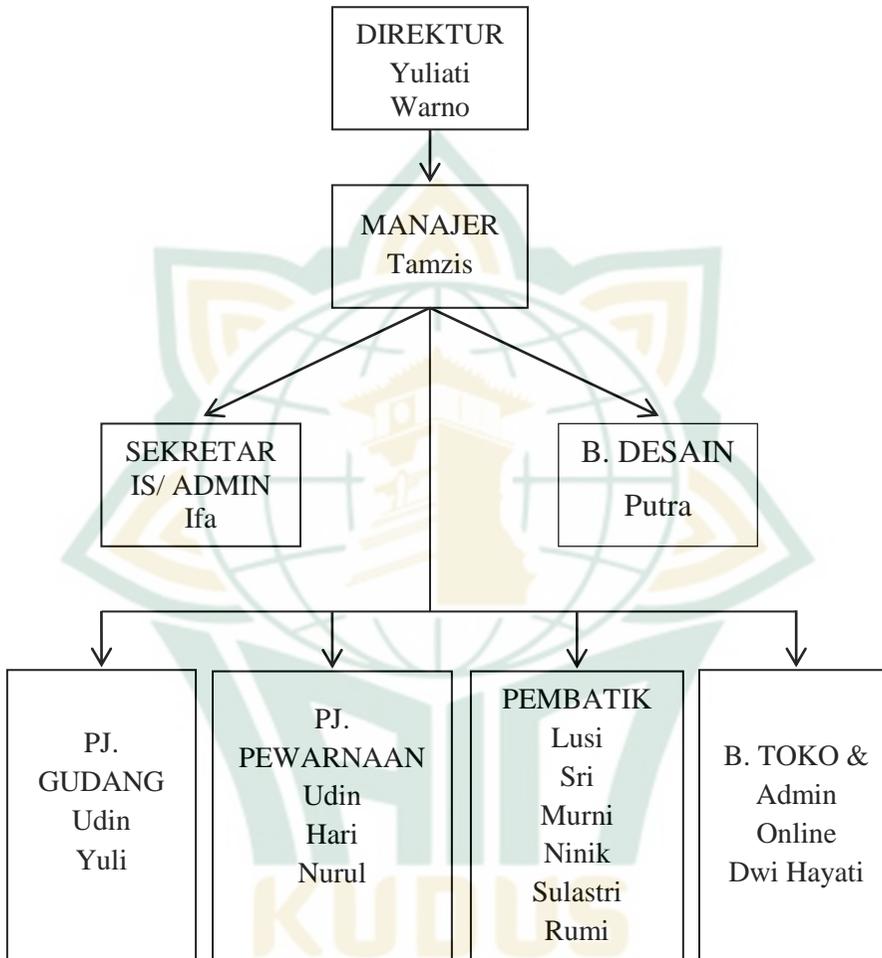
Hari kerja di perusahaan batik tulis Yuliati Warno selama 6 hari yaitu hari Senin sampai Sabtu dengan jam kerja selama 7 jam mulai pukul 08:00 WIB – 16:00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12:00 WIB – 13:00 WIB. Sedangkan untuk galeri batik tulis Yuliati Warno buka setiap hari mulai pukul 08:00 WIB – 16:00 WIB.²

4. Struktur Organisasi

Adapun struktur organisasi batik tulis “Yuliati Warno” adalah sebagai berikut:

² Wawancara dengan owner Yuliati Warno batik ibu Yuliati, 14 Maret 2019.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Industri Batik Tulis Yuliati Warno



Deskripsi pekerjaan:

a. Direktur

Tugasnya adalah:

- 1) Memutuskan dan merencanakan peraturan, kebijakan yang ada di perusahaan batik tulis.
- 2) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan batik tulis.
- 3) Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk fee perusahaan.

- 4) Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai dari bidang administrasi, kepegawaian hingga bagian gudang.
- b. Manager
- Tugasnya adalah:
- 1) Memimpin organisasi.
 - 2) Mengatur dan mengendalikan perusahaan batik tulis Yuliati Warno.
 - 3) Mengatasi berbagai masalah yang timbul di perusahaan batik tulis Yuliati Warno.
 - 4) Mengawasi dan mengendalikan perusahaan batik tulis Yuliati Warno.
 - 5) Mengevaluasi kegiatan – kegiatan perusahaan.
 - 6) Menggali dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki perusahaan batik tulis Yuliati Warno.
- c. Sekertaris/ Admin
- Tugasnya sebagai berikut:
- 1) Mencatat pengeluaran perusahaan.
 - 2) Mencatat pemasukan yang ada di perusahaan.
- d. Bagian desain
- Tugasnya adalah:
- 1) Membuat pola, desain batik di komputer.
 - 2) Membuat desain sesuai pesanan konsumen.
- e. Penanggung Jawab Gudang
- Tugasnya adalah: Melakukan penerimaan barang dan mengecek apakah barang-barang sesuai dengan faktur pembelian atau pesanan. Menyiapkan barang sesuai dengan pesanan dari relasi untuk dikirim.
- f. Penanggung Jawab Pewarnaan
- Tugasnya adalah:
- 1) Memastikan warna batik sudah menyeluruh pada kain batik.
 - 2) Merebus kain hingga lilin pada kain batik terlepas dari kain.
- g. Pembatik
- Tugasnya adalah:
- 1) Menggambar pola pada batik.
 - 2) Melukis pola batik dengan lilin atau malam.

- h. Bagian Toko dan admin akun sosmed
Tugas seorang bagian toko adalah melayani pembeli dan pengunjung yang datang selain itu juga bertugas sebagai admin online shop yang dimiliki batik tulis Yuliati Warno.³

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan jenis kelamin, responden terdiri atas dua kelompok, yaitu responden laki – laki dan perempuan yang seluruhnya berjumlah 90 responden.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Responden	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	32	36%
2	Perempuan	58	64%
Jumlah		90	100%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 58 orang atau 64%, sedangkan sisanya adalah responden laki – laki sebanyak 32 orang atau 36%.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden konsumen batik tulis Yuliati Warno adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	< 17 tahun	1	1%
2	18 – 29 tahun	25	28%
3	30 – 44 tahun	38	42%
4	45 – 59 tahun	26	29%
5	>60 tahun	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diatas, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden berusia 30 – 44 tahun sebanyak 38 orang atau 42%, responden usia 18 – 29 tahun sebanyak 25 orang atau 28%, dan responden usia sebanyak 45 –

³ Wawancara dengan Manager Yuliati Warno Batik Bapak Tamzis Al Anas, tanggal 26 Maret 2019.

55 tahun sebanyak 26 atau 29%, sedangkan yang berusia <17 tahun hanya ada 1 orang atau sebanyak 1%.

3. Pendidikan Responden

Pendidikan yang ditempuh oleh responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP/MTS	5	6 %
2	SMA/MA/SMK	29	32%
3	Diploma	12	14%
4	S1	39	43%
5	S2	4	5%
Jumlah		90	100%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Data tabel 4.3 terlihat bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu lulus S1 sebanyak 39 orang atau 43%, responden lulusan SMA/MA/SMK sebanyak 29 orang atau 32%, responden lulusan Diploma sebanyak 12 orang atau 14%, responden lulusan SMP/MTS sebanyak 5 orang atau 6% sedangkan lulusan S2 sebanyak 4 orang atau 5%.

4. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan, responden terdiri atas lima kelompok, yaitu responden yang bekerja sebagai mahasiswa/pelajar, pegawai swasta, pegawai negeri, wiraswasta dan lainnya yang seluruhnya berjumlah 90 responden.

Tabel 4.4
Deskripsi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	3	3%
2	Pegawai Swasta	29	32%
3	Pegawai Negeri	33	37%
4	Wiraswasta	20	23%
5	Lainnya	5	5%
Jumlah		90	100%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Dari tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 33 orang atau 37%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 orang atau 32%, responden wiraswasta sebanyak 20 orang atau 23%, sedangkan responden mahasiswa/pelajar

sebanyak 3 orang atau 3% dan responden lainnya sebanyak 5 orang atau 5%. Jadi rata-rata pendidikan para konsumen batik tulis Yuliati Warno cukup berpengalaman, dikarenakan sudah memiliki kualitas pendidikan yang tinggi.

5. Rentang Beli Produk

Frekuensi konsumen yang datang untuk membeli batik tulis Yuliati Warno memiliki antara lain yaitu:

Tabel 4.5
Frekuensi Membeli Produk

No	Membeli	Jumlah	Presentase (%)
1	1 kali	39	43%
2	2 kali	41	46%
3	>2 kali	10	11%
Jumlah		90	100%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Dari tabel diatas 4.5 terlihat bahwa responden yang membeli 1 kali sebanyak 39 orang atau 43%, responden yang membeli 2 kali sebanyak 41 orang atau 46%. Sedangkan responden yang membeli lebih dari 2 kali sebanyak 10 orang atau 11%.

C. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban responden mengenai pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Yuliati Warno batik adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden

Item	Variabel Inovasi Produk (X1)									
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
X1.1	33	34%	51	53%	12	13%	0	0%	0	0%
X1.2	22	23%	65	67%	9	10%	0	0%	0	0%
X1.3	19	20%	53	55%	23	24%	1	1%	0	0%
X1.4	11	12%	62	64%	21	22%	2	2%	0	0%
X1.5	10	11%	52	54%	30	31%	4	4%	0	0%
X1.6	19	20%	64	66%	13	14%	0	0%	0	0%
X1.7	15	16%	70	72%	11	12%	0	0%	0	0%
X1.8	16	17%	61	63%	18	19%	1	1%	0	0%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Hasil penelitian pengaruh inovasi produk menunjukkan bahwa pada item pertama, 34% responden menyatakan sangat setuju bahwa batik tulis Yuliati Warno memiliki motif kreasi yang beragam, 53% menyatakan setuju, 12% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 23% responden menyatakan sangat setuju bahwa perpaduan warna batik tulis Yuliati Warno disesuaikan dengan perkembangan zaman, 67% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa kreasi batik tulis Yuliati Warno tetap menonjolkan potensi daerah Pati, 55% responden menyatakan setuju, 23% responden memilih bersikap netral, 1% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 12% responden menyatakan sangat setuju bahwa corak batik kreasi yang dikembangkan Yuliati Warno tidak memiliki filosofis, 64% responden menyatakan setuju, 21% responden memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 11% responden menyatakan sangat setuju bahwa motif kreasi pada batik tulis Yuliati Warno terlihat cukup rumit, 54% responden menyatakan setuju, 31% responden memilih bersikap netral, 4% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno waktu yang cukup lama saat menggambar pola baru, 66% responden menyatakan setuju, 14% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketujuh, 16% responden menyatakan sangat setuju bahwa pembuatan pola dan motif batik tulis Yuliati Warno dilakukan menggunakan tangan, 72% responden menyatakan setuju, 11% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedelapan, 17% responden menyatakan sangat setuju bahwa industri batik tulis Yuliati Warno memberikan kemudahan pada konsumen untuk belajar membatik, 63% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 1%

responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. Kreativitas

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden

Kreativitas (X2)										
Item	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
X2.1	25	26%	53	55%	18	19%	0	0%	0	0%
X2.2	32	33%	53	55%	11	12%	0	0%	0	0%
X2.3	25	26%	51	53%	18	19%	2	2%	0	0%
X2.4	17	18%	59	61%	20	21%	0	0%	0	0%
X2.5	32	33%	48	50%	16	17%	0	0%	0	0%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Hasil penelitian terhadap kreativitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa: pada item pertama, 26% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno mampu memadukan kombinasi warna batik, 55% responden menyatakan setuju, 19% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 33% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno mampu membuat kombinasi motif batik, 55% responden menyatakan setuju, 12% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 26% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno mampu menciptakan produk yang bervariasi, 53% responden menyatakan setuju, 19% responden memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 18% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno mampu mengadaptasi ide-ide untuk menciptakan produk yang beragama dan menarik, 59% responden menyatakan setuju, 21% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 23% responden menyatakan sangat setuju bahwa pengrajin batik tulis Yuliati Warno mempunyai ide-ide kreatif untuk mengembangkan usaha batik tulis bakaran, 67% responden menyatakan setuju, 10% responden memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Kualitas Produk

Tabel 4. 8
Hasil Jawaban Responden

Kualitas Produk (X3)										
Item	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
X3.1	16	17%	53	55%	24	25%	3	3%	0	0%
X3.2	13	14%	43	45%	37	38%	3	3%	0	0%
X3.3	12	13%	61	63%	20	21%	3	3%	0	0%
X3.4	18	19%	47	49%	29	30%	2	2%	0	0%
X3.5	14	15%	60	62%	22	23%	0	0%	0	0%
X3.6	15	16%	57	59%	24	25%	0	0%	0	0%
X3.7	12	13%	61	63%	22	23%	1	1%	0	0%
X3.8	17	18%	56	58%	22	23%	1	1%	0	0%
X3.9	22	23%	52	54%	22	23%	0	0%	0	0%
X3.10	18	19%	62	64%	16	17%	0	0%	0	0%
X3.11	18	19%	58	60%	20	21%	0	0%	0	0%
X3.12	13	14%	62	64%	21	22%	0	0%	0	0%
X3.13	13	14%	58	60%	23	24%	2	2%	0	0%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Hasil penelitian terhadap kualitas produk menunjukkan bahwa: pada item pertama, 17% responden menyatakan sangat setuju bahwa batik tulis Yuliati Warno nyaman dipakai, 55% responden menyatakan setuju, 25% responden memilih bersikap netral, 3% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 14% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk batik tulis Yuliati Warno memiliki jahitan yang rapi, 45% menyatakan setuju, 38% responden yang memilih bersikap netral, 3% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketiga, 13% responden menyatakan sangat setuju bahwa pewarna yang dipakai pada batik tulis Yuliati Warno berkualitas sehingga tidak mudah luntur, 63% menyatakan setuju, 21% responden yang memilih bersikap netral, 3% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keempat, 19% responden menyatakan sangat setuju bahwa kain batik tulis Yuliati Warno terbuat dari bahan yang berkualitas, 49% menyatakan setuju, 30% responden yang memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 15% responden menyatakan sangat setuju bahwa kain batik Yuliati Warno kuat sehingga tidak cepat robek, 62% menyatakan setuju, 23% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam, 16% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk batik tulis Yuliati Warno tidak luntur pada saat dicuci, 59% menyatakan setuju, 25% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketujuh, 13% responden menyatakan sangat setuju bahwa motif batik tulis Yuliati Warno tidak cepat pudar, 63% menyatakan setuju, 23% responden yang memilih bersikap netral, 1% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedelapan, 18% responden menyatakan sangat setuju bahwa batik tulis bakaran kreasi Yuliati Warno terlihat menarik dan bagus, 58% menyatakan setuju, 23% responden yang memilih bersikap netral, 1% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kesembilan, 23% responden menyatakan sangat setuju bahwa pola batik bakaran kreasi Yuliati Warno menampilkan kesan indah dan unik, 54% menyatakan setuju, 23% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kesepuluh, 19% responden menyatakan sangat setuju bahwa ketika memakai batik tulis Yuliati Warno memberikan kesan modis dan tidak ketinggalan jaman, 64% menyatakan setuju, 17% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item kesebelas, 19% responden menyatakan sangat setuju bahwa citra produk batik tulis Yuliati Warno sudah diakui pemerintah kabupaten Pati, 60% menyatakan setuju, 22% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item keduabelas, 14% responden menyatakan sangat setuju bahwa industri batik tulis Yuliati Warno memberikan jaminan pada produknya, 64% menyatakan setuju, 22% responden yang memilih bersikap netral, 0% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketigabelas, 14% responden menyatakan sangat setuju bahwa batik tulis Yuliati Warno memiliki reputasi yang baik, 60% menyatakan setuju, 24% responden yang memilih bersikap netral, 2% responden menyatakan tidak setuju serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Kepuasan Konsumen

Tabel 4. 9
Hasil Jawaban Responden

Kepuasan Konsumen (Y)										
Item	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Y.1	8	9%	59	61%	29	30%	0	0%	0	0%
Y.2	14	15%	61	63%	21	22%	0	0%	0	0%
Y.3	18	19%	60	62%	18	19%	0	0%	0	0%
Y.4	18	19%	62	64%	16	17%	0	0%	0	0%
Y.5	16	17%	59	61%	20	21%	1	1%	0	0%
Y.6	12	13%	66	68%	18	19%	0	0%	0	0%
Y.7	19	20%	60	62%	17	18%	0	0%	0	0%

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Hasil penelitian terhadap kualitas produk menunjukkan bahwa: pada item pertama, 9% responden menyatakan sangat setuju bahwa kualitas batik tulis Yuliati Warno dapat diandalkan, 61% menyatakan setuju, 30% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Item kedua, 15% responden menyatakan sangat setuju bahwa bahan yang digunakan Yuliati Warno sesuai standar kualitas sehingga batik menjadi awet, 63% menyatakan setuju, 30% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan tidak setuju.

Item ketiga, 19% responden menyatakan sangat setuju bahwa akan membeli batik tulis bakaran di Yuliati Warno, 62% menyatakan setuju, 18% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan tidak setuju.

item keempat, 19% responden menyatakan sangat setuju bahwa akan berkunjung kembali ke galeri batik tulis Yuliati Warno untuk belajar membatik, 64% responden menyatakan setuju, 17% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Item kelima, 17% responden menyatakan sangat setuju bahwa akan menyarankan pada teman untuk mengguankan batik tulis Yuliati Warno, 61% menyatakan setuju, 21% menyatakan bersikap netral, 1% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Item keenam, 13% responden menyatakan sangat setuju bahwa akan menyarankan pada keluarga untuk membeli produk batik tulis Yuliati Warno, 68% menyatakan setuju, 19% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

Item ketujuh, 20% responden menyatakan sangat setuju bahwa apabila teman dan keluarga membutuhkan informasi tentang produk batik akan merekomendasikan batik tulis Yuliati Warno sebagai pilihannya 62% menyatakan setuju, 18% menyatakan bersikap netral, 0% menyatakan tidak setuju dan 0% menyatakan tidak setuju.

D. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan angket dalam mengumpulkan data. Uji validitas dilakukan dengan rumus korelasi *bivariate person* dengan alat bantu program SPSS versi 21. Item angkat dalam uji validitas dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel pada nilai signifikansi 5% atau 0,05.

Untuk menguji validitas, penulis menggunakan analisis melalui program SPSS versi 21. Berikut ini hasil pengujian validitas non responden sebesar 30 dan responden 90 orang.

Nilai r tabel yang didapat untuk non responden sebesar 30 dan taraf signifikansi 0,05 didapat r tabel 0,361. Jika r hitung lebih besar dari r tabel serta memiliki koefisien probabilitas dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut valid.⁴ Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen
Non Responden

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%(30)	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	X1.1	0,699	0,361	Valid
	X1.2	0,860	0,361	Valid
	X1.3	0,709	0,361	Valid
	X1.4	0,739	0,361	Valid
	X1.5	0,805	0,361	Valid
	X1.6	0,686	0,361	Valid
	X1.7	0,822	0,361	Valid
	X1.8	0,740	0,361	Valid

⁴ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan ketiga (Kudus:Media Ilmu Press,2018), 100.

Kreativitas (X2)	X2.1	0,630	0,361	Valid
	X2.2	0,884	0,361	Valid
	X2.3	0,733	0,361	Valid
	X2.4	0,800	0,361	Valid
	X2.5	0,721	0,361	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,617	0,361	Valid
	X3.2	0,868	0,361	Valid
	X3.3	0,808	0,361	Valid
	X3.4	0,824	0,361	Valid
	X3.5	0,841	0,361	Valid
	X3.6	0,774	0,361	Valid
	X3.7	0,790	0,361	Valid
	X3.8	0,697	0,361	Valid
	X3.9	0,781	0,361	Valid
	X3.10	0,731	0,361	Valid
	X3.11	0,661	0,361	Valid
	X3.12	0,808	0,361	Valid
	X3.13	0,442	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen (X3)	Y.1	0,791	0,361	Valid
	Y.2	0,767	0,361	Valid
	Y.3	0,751	0,361	Valid
	Y.4	0,716	0,361	Valid
	Y.5	0,855	0,361	Valid
	Y.6	0,749	0,361	Valid
	Y.7	0,770	0,361	Valid

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji validitas non responden pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dan bernilai positif, dengan demikian pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Responden

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%(90)	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	X1.1	0,594	0,207	Valid
	X1.2	0,553	0,207	Valid
	X1.3	0,587	0,207	Valid
	X1.4	0,625	0,207	Valid
	X1.5	0,524	0,207	Valid
	X1.6	0,490	0,207	Valid
	X1.7	0,562	0,207	Valid
	X1.8	0,610	0,207	Valid

Kreativitas (X2)	X2.1	0,606	0,207	Valid
	X2.2	0,747	0,207	Valid
	X2.3	0,712	0,207	Valid
	X2.4	0,767	0,207	Valid
	X2.5	0,643	0,207	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,569	0,207	Valid
	X3.2	0,713	0,207	Valid
	X3.3	0,649	0,207	Valid
	X3.4	0,595	0,207	Valid
	X3.5	0,618	0,207	Valid
	X3.6	0,497	0,207	Valid
	X3.7	0,550	0,207	Valid
	X3.8	0,635	0,207	Valid
	X3.9	0,651	0,207	Valid
	X3.10	0,559	0,207	Valid
	X3.11	0,695	0,207	Valid
	X3.12	0,659	0,207	Valid
	X3.13	0,642	0,207	Valid
Kepuasan Konsumen (X3)	Y.1	0,540	0,207	Valid
	Y.2	0,517	0,207	Valid
	Y.3	0,432	0,207	Valid
	Y.4	0,448	0,207	Valid
	Y.5	0,682	0,207	Valid
	Y.6	0,600	0,207	Valid
	Y.7	0,564	0,207	Valid

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa masing-masing item yang menyusun masing-masing kuesioner memiliki r hitung lebih dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,207$), yang berarti item pertanyaan dari masing-masing variabel adalah valid. Dengan demikian syarat validitas dari alat ukur terpenuhi.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Kriteria bahwa instrumen dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,60$. Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel.⁵

Untuk menguji reliabilitas instrumen non responden sebesar 30 responden dan responden sebesar 96 orang. Penulis

⁵ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif* Cetakan ketiga, 98.

menggunakan analisis SPSS versi 21 dengan hasil pengujian reliabelitas sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabelitas
Non Responden

Item pertanyaan	Alpha Standar	Nilai Cornbach Alpha	keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,60	0,887	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,60	0,803	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,60	0,933	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,866	Reliabel

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yang artinya bahwa semua variabel X1, X2, X3, dan Y dapat dikatakan Reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabelitas Responden

Item pertanyaan	Alpha Standar	Nilai Cornbach Alpha	keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,60	0,697	Reliabel
Kreativitas (X2)	0,60	0,729	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,60	0,864	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,638	Reliabel

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih tinggi dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel (X1,X2,X3) tersebut reliabel. Dengan demikian syarat reliabelitas alat ukur terpenuhi.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antara varibel bebas terdapat hubungan atau saling berkolerasi. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas antara lain:

Tabel 4.14
Hasil uji Multikolinieritas

Variabel	Collineary Statistic	
	Tolerance	VIF
Inovasi Produk (X1)	0,908	1,101
Kreativitas (X2)	0,949	1,053
Kualitas Produk (X3)	0,864	1,157

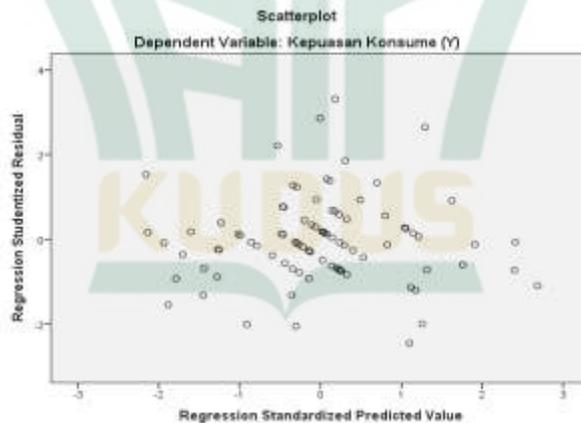
Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk, karena semua nilai VIF kurang dari angka 10. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.14 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, artinya tidak terjadi hubungan linier antara variabel bebas dengan model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Gambar 4.2
Hasil Uji Hetersokedastisitas



Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

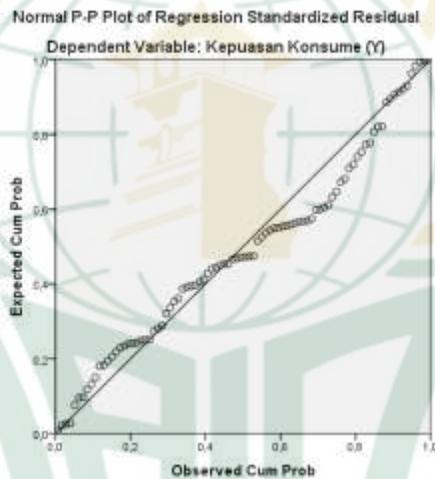
Berdasarkan grafik *scattplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar diatas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas

pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen batik tulis Yuliati Warno.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Hasil uji normalitas dengan program SPSS terlihat pada gambar berikut:

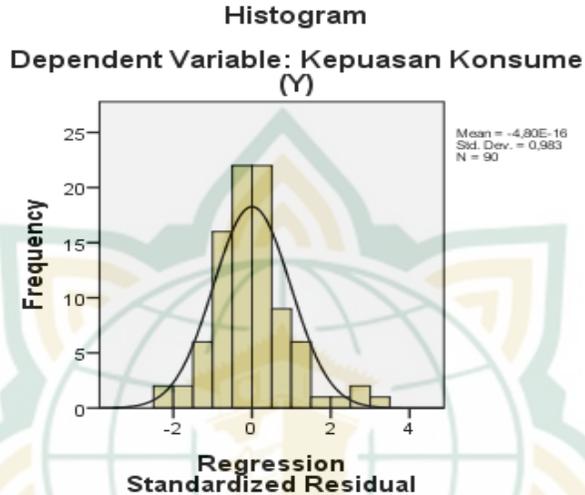
Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot



Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan gambar *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal menunjukkan pada distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Gambar 4.4 tersebut terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tersebut memenuhi syarat normalitas.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen batik tulis Yuliati Warno dengan variabel bebas yang meliputi inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk. Dari estimasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Nilai Koefisien Regresi

Variabel	B
Konstanta	1,260
Inovasi Produk (X1)	0,381
Kreativitas (X2)	0,245
Kualitas Produk (X3)	0,180

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen batik tulis Yuliati Warno adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,260 + 0,381X_1 + 0,245X_2 + 0,180X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dengan menggunakan tingkat signifikansi α 0,05 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta akan sering disebut juga dengan nilai *intercept* (titik potong X dengan Y) mempunyai nilai sebesar 1,260 yang berarti bahwa jika tidak ada variabel bebas yang terdiri dari variabel inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Maka kepuasan konsumen memperoleh nilai 1,260 atau jika variabel independen dianggap konstanta maka rata-rata kepuasan konsumen (Y) sebesar 1,260.
- b. Variabel inovasi produk (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,381. Artinya variabel inovasi produk (X1) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y), apabila variabel inovasi produk (X1) meningkat maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat, apabila variabel inovasi produk (X1) turun maka kepuasan konsumen (Y) akan menurun.
- c. Variabel kreativitas (X2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,245. Artinya variabel kreativitas (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y), apabila variabel Kreativitas (X2) meningkat maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat, apabila variabel Kreativitas (X2) turun maka kepuasan konsumen (Y) akan menurun.
- d. Variabel kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), dengan koefisien regresi sebesar 0,180. Artinya variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan kepuasan konsumen (Y), apabila variabel kualitas produk (X3) meningkat maka kepuasan konsumen (Y) akan meningkat, apabila variabel Kualitas produk (X3) turun maka kepuasan konsumen (Y) akan menurun.
- e. Koefisien e atau error menunjukkan bahwa terdapat variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji t

Uji persial (uji t) ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik dutunjukkan dengan t hitung. Pengujian regresi ini digunakan pengujian dua arah (*two tailed test*) untuk mendapatkan nilai t tabel dengan menggunakan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (0,025) dengan drajat bebas (df) = $n - k - 1 = 90 - 3 - 1 = 86$. Taraf signifikasi dua sisi adalah 0,025, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 1,991. Secara lebih rinci hasil t hitung dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.16
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,260	2,424		,520	,604
1 Inovasi Produk (X1)	,381	,060	,456	6,313	,000
Kreativitas (X2)	,254	,073	,247	3,493	,001
Kualitas ProduK (X3)	,180	,033	,403	5,453	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsume (Y)

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil output SPSS diatas dapat diketahui bahwa:

a. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian statsitik inovasi produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung 6,313 dengan t tabel 1,991 dan signifikasi sebesar 0,000 berada dibawah 0,05 tingkat signifikasi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6,313 > 1,991$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian menyatakan bahwa variabel inovasi produk adalah variabel bebas yang benar-benar mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen”. Hasil penelitain ini memberikan bukti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh inovasi produk.

b. Pengaruh Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian statsitik kreativitas terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung 3,493 dengan t tabel 1,991 dan signifikasi sebesar 0,001 berada dibawah 0,05 tingkat signifikasi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,493 > 1,991$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian menyatakan

bahwa variabel kreativitas adalah variabel bebas yang benar-benar mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kreativitas terhadap kepuasan konsumen”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi kreativitas.

c. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai t hitung 5,453 dengan t tabel 1,991 dan signifikansi sebesar 0,000 berada dibawah 0,05 tingkat signifikansi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,453 > 1,991$) maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dapat disimpulkan hipotesis dalam penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas produk adalah variabel bebas yang benar-benar mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk.

3. Uji F

Uji simulatan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan signifikansi sebesar 5%. Kriteria pengujian untuk uji F adalah apabila F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima sedangkan apabila F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak. F tabel dapat dilihat pada tabel statistik dengan signifikansi 5%, maka $df = (n-k-1) = (90-3-1) = 86$ maka diperoleh hasil untuk F tabel sebesar 2,706.

Secara lebih rinci hasil f hitung dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	300,027	3	100,009	41,827	,000 ^b
1 Residual	205,628	86	2,391		
Total	505,656	89			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsume (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Kreativitas (X2), Inovasi Produk (X1)

Sumber data: Output SPSS 21 yang diolah, 2019

Dari uji ANOVA atau F test, diperoleh F hitung 41,827 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel ($41,827 > 2,706$), probabilitas signifikasinya 0,000 jauh dibawah 0,05. Hal ini berarti H₄ yang berbunyi “terdapat pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada batik tulis Yuliati Warno diterima dan H₀ ditolak.

Jadi, model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan konsumen atau dapat dikatakan bahwa variabel inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)

Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 ^a	,593	,579	1,54629

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X3), Kreativitas (X2), Inovasi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber data: output SPSS 21 yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji SPSS diatas, bahwa koefisien determinasi atau Adjusted R Square adalah 0,579 atau 57,9%. Hal ini berarti variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan dari tiga variabel independen yang terdiri dari inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk. Sedangkan sisanya $100\% - 57,9\% = 42,1\%$ atau 42,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian dari masing-masing variabel dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada industri batik tulis Yuliati Warno antara lain:

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Inovasi produk merupakan sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan produk pesaingnya. Produk yang memiliki nilai tambah bagi konsumen. Inovasi produk ini

juga merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan imajinasi orang yang akhirnya menciptakan pelanggan.⁶

Inovasi produk bukan hanya merupakan bentuk dari penciptaan produk baru yang dihasilkan perusahaan, namun dapat diartikan pula sebagai peningkatan mutu (baik dari segi bahan baku, bentuk fisik ataupun kemampuan) barang yang sebelumnya sudah pernah dipasarkan.⁷

Hasil pengujian statistik variabel inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada batik tulis Yulaiati Warno, berdasarkan nilai t hitung $> t$ tabel ($6,313 > 1,991$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ serta koefisien regresi $0,381$. Sehingga adanya inovasi produk yang dilakukan industri batik tulis Yulaiati Warno mendorong pelanggan untuk mencapai kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler yaitu kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya. Dalam membentuk kepuasan konsumen perusahaan harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen. Sedangkan kebutuhan dan keinginan dari konsumen sendiri selalu berubah mengikuti perkembangan yang ada. Maka diperlukan inovasi agar perusahaan dapat mempertahankan kepuasan pada konsumen

Kaitan hasil penelitian ini dengan teori Kotler, dan hasil empiris Putu dkk (2013) adalah kepuasan konsumen merupakan hal yang dibutuhkan dalam menghadapi tantangan industri batik tulis di daerah Bakaran yang semakin ketat. Industri batik tulis Yulaiati Warno memerlukan langkah inovatif terutama dalam menciptakan kepuasan kepada konsumen dalam persaingan industri batik tulis di Pati saat ini.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putu Sukarmen, Andi Sularso dan Deasy Wulandari (2013) dengan judul “*Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP*

⁶ Putu Sukarmen, dkk., *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara*, JEAM Vol. 12 No.1 (2013): 66-67, <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JEAM/article/view/1105/891>.

⁷ Wawan Dhewanto, dkk, *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil*, 105

Nusantara” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk dengan kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Kreativitas terhadap Kepuasan Konsumen

Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Dimana setiap perusahaan dituntut untuk melakukan kreativitas terhadap produk yang mereka pasarkan. Kreativitas produk memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dan ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari konsumen sehingga membentuk kreativitas produk yang memberi pengaruh pada kepuasan konsumen.⁸

Hasil pengujian statistik variabel kreativitas terhadap kepuasan konsumen pada batik tulis Yulaiti Warno, berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3,493 > 1,991$), dengan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ serta koefisien regresi $0,245$. Sehingga adanya kreativitas yang dilakukan industri batik tulis Yulaiti Warno mendorong untuk mencapai kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bunga Aditi dan H.M. Hermansyur (2017) yang berjudul “*Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM di Kota Medan*” menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kreativitas terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. kecocokan penggunaan produk apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya lama, produk yang digunakan citra atau status sosial konsumen yang memakainya, produknya tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*quality assurance*) dan sesuai etika yang digunakan.⁹

Hasil pengujian statistik variabel kualitas terhadap kepuasan konsumen pada batik tulis Yulaiti Warno, berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,453 > 1,991$), dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ serta koefisien regresi $0,180$. Sehingga adanya kreativitas yang dilakukan industri batik tulis Yulaiti Warno mendorong untuk mencapai kepuasan konsumen.

⁸ Suryana, *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), 58.

⁹ M Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* Edisi kedua (Bogor: Galia Indonesia, 2010), 2

Teori dari Kotler menyatakan bahwa perusahaan banyak menggunakan berbagai cara untuk mempertahankan konsumen, salah satunya adalah memastikan kualitas produk dan jasa guna memenuhi harapan konsumen.¹⁰

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ade Nurul Ulya dan Okta Karneli (2018) dengan judul “*Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru*” menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk merupakan hal yang penting untuk mencapai dan meningkatkan kepuasan konsumen. Dari uji F pada tabel 4.17 diperoleh nilai F tabel untuk $df (90-3-1) = 86$ dengan taraf signifikansi 5% adalah 2,706. dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($41,827 > 2,706$) dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya bahwa variabel independen (inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen).

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan “Terdapat pengaruh inovasi produk, kreativitas dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen”. Dari hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa inovasi produk pada desain dan motif batik, kreativitas produk dan kualitas produk yang tetap dijaga maka konsumen akan merasa puas dengan produk tersebut. Hasil dari penelitian tersebut memberikan bukti empiris bahwa kepuasan konsumen dari industri batik tulis Yuliati Warno merupakan suatu gambaran mengenai tolak ukur tingkat pencapaian dan pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Adanya kinerja karyawan yang baik, yang memberikan inovasi berupa desain dan motif kontemporer, kreativitas pengrajin dan produk itu sendiri serta produk berkualitas, maka dapat mencapai tujuan, visi, misi dari industri batik tulis Yuliati Warno.

¹⁰Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13. Tej. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), 214.

H. Implikasi Penelitian

1. Teoritis implikasi dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan kepuasan konsumen batik tulis Bakaran, menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi kepuasan konsumen maka perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
2. Praktis dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:
 - a. Penelitian ini mengindikasikan bahwa inovasi sebuah produk, kreativitas dan kualitas produk dapat memberikan pengaruh pada kepuasan konsumen batik tulis Yuliati Warno di Desa Langgenharjo Juwana Pati.
 - b. Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat lebih dalam memaparkan permasalahan mengenai kepuasan konsumen.

