

KUALITAS LAYANAN DAN INOVASI LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GALIH PRODUCTION

Fajrus Syauqi

Fakultas Manajemen dan Binis, Universitas Ciputra, Surabaya
E-mail: fajrussyauqi@yahoo.de

Abstract: *The creative economy industry is one of the industries that is developing in Indonesia and in this industry one of the developing business fields is the event organizer. This study aims to determine the effect of service quality and service innovation on Galih Production customer satisfaction. This research uses quantitative methods. The population of this study is as many as 60 respondents who are consumers who have used Galih Production services. The method of data collection in this study used a questionnaire with a saturated sampling technique. The measurement indicators on the questionnaire used a Likert scale. Analysis of this research data using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that service quality and service innovation simultaneously influence consumer satisfaction with a significance value of 0,000 (<0.05). The coefficient of determination of this study is worth 59.8 percent which shows the percentage effect of service quality and service innovation on customer satisfaction, while the rest is influenced by other variables. Service quality has a significant and positive effect on customer satisfaction with a significance value of 0,000 (<0.05). While service innovation also has a significant and positive effect on customer satisfaction with a significance value of 0.017 (<0.05).*

Keywords: *Service Quality, service innovation, Customer Satisfaction, Event Organizer.*

Abstrak: *Industri ekonomi kreatif adalah salah satu industri yang sedang berkembang di Indonesia dan didalam industri ini salah satu bidang usaha yang berkembang adalah event organizer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen Galih Production. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah sebanyak 60 responden yang merupakan konsumen yang telah menggunakan jasa Galih Production. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik sampling jenuh. Pengukuran indikator pada kuesioner menggunakan skala Likert. Analisa data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan inovasi layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Nilai koefisien determinasi penelitian ini adalah senilai 59,8 persen yang menunjukkan presentase pengaruh kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$). Sedangkan inovasi layanan juga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi 0,017 ($<0,05$).*

Kata kunci: *Kualitas Layanan, inovasi layanan, Kepuasan Konsumen, Event Organizer.*

PENDAHULUAN

Pada umumnya perusahaan yang bergerak pada bidang jasa tujuan utamanya adalah bagaimana caranya memuaskan konsumen atas layanan yang diberikan. Kepuasan konsumen adalah keadaan mental, yang membandingkan hasil harapan konsumen sebelum membeli dengan persepsi setelah pembelian. Konsumen puas ketika mereka senang dengan hasil pembelian mereka, mencapai tujuan mereka, dan tidak mengalami kesulitan (Paul *et al.*, 2016). Kemampuan perusahaan untuk mengenali respon konsumen dalam bentuk perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya setelah pemakaian (Antanegoro *et al.*, 2017).

Galih Production merupakan sebuah perusahaan jasa yang dapat membantu dalam perencanaan dan membuat sebuah konsep *event* yang dapat diusulkan bersama *client* dalam penyediaan berbagai kebutuhan *event* yang dibutuhkan diantaranya panggung, *sound system*, alat musik, latar panggung, *lighting*, tenda, LED *screen*, tenda, *genset*, meja dan kursi, dekorasi hingga multimedia. Kami juga dapat menangani dekorasi *event* baik *outdoor* maupun *indoor*. Berdasarkan beberapa definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah persepsi dari konsumen itu sendiri bahwa harapan yang mereka butuhkan telah terpenuhi. Oleh karena itu konsumen juga tidak begitu saja menolak layanan yang diberikan perusahaan, konsumen memiliki batas toleransi terhadap layanan yang diberikan perusahaan. EO dituntut untuk mengikuti perkembangan pasar atau mengikuti tren *event* tujuannya yaitu agar sebuah *event* dapat memberikan sentuhan yang baru serta inovatif dan mengedepankan kualitas layanan dalam melaksanakan sebuah acara.

Mengedepankan kualitas layanan berarti melakukan kemampuan standar layanan sebagai *professional event organizer*. Perusahaan jasa tidak cukup hanya memiliki standar layanan saja. Hal yang terpenting yaitu pihak EO patuh terhadap standar layanan perusahaan jasanya, sehingga pencapaian kualitas layanan dapat terjaga. Sebagai contoh kualitas layanan dalam perusahaan kami adalah garansi produk bilamana terjadi hal yang tidak sesuai maka kami akan langsung menggantikan produk sesuai spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen. Inovasi layanan yang kami lakukan di perusahaan kami yaitu memberikan informasi terkait *rider artist* bagi setiap panitia acara yang akan mendatangkan artis atau pun pembicara. Panitia *event* dapat dengan mudah mempersiapkan setiap kebutuhan artis atau pembicara yang akan didatangkan. Hal tersebut berbeda dengan vendor *event* lain yang hanya memberikan jasa penyewaan peralatan panggung saja tanpa memberikan inovasi layanan berupa *rider artist*. Berdasarkan uraian di atas didapatkan tujuan penelitian yakni mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan kepuasan konsumen Galih Production.

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Layanan

Kualitas layanan sangat berpengaruh terhadap konsumen. Layanan yang baik adalah layanan yang ramah dan cekatan. Sehingga dapat membuat konsumen merasa nyaman (Faradisa *et al.*, 2016). Kualitas layanan adalah sebuah pemberian jasa yang secara konsisten memenuhi atau melebihi dari yang diharapkan konsumen (Kaihatu, 2012).

Inovasi layanan

Menurut Suwarno dalam Antanegoro *et al.*, (2017) inovasi layanan adalah perubahan yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kinerja pemasaran dengan mempercepat sistem kerja layanan perusahaan melalui berbagai kombinasi baru dari faktor-faktor layanan yang ada.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah keadaan mental, yang membandingkan hasil harapan konsumen sebelum membeli dengan persepsi kinerja setelah pembelian. Konsumen puas ketika mereka senang dengan hasil pembelian mereka, mencapai tujuan mereka, dan tidak mengalami kesulitan (Paul *et al.*, 2016). Menurut Irawan

dalam Arianto *et al.*, (2015) kepuasan konsumen adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa. Konsumen puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, ternyata kualitasnya baik. Oleh karena itu, setiap transaksi atau pengalaman baru akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

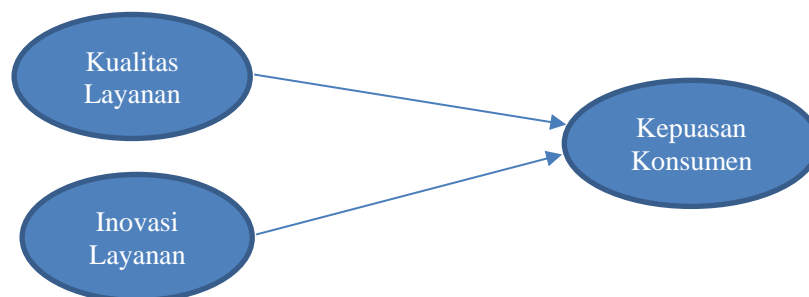
Kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Prayogo dan Oei, 2015). Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin berkualitas layanan yang diberikan, maka kepuasan nasabah KKB BCA di Cabang Cilegon pun akan semakin tinggi (Antanegoro *et al.*, 2017). Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Paul *et al.*, 2016). Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Ismail dan Yunan, 2016).

H1 : Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Galih Production.

Inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan dengan semakin tingginya melakukan inovasi layanan, maka semakin tinggi juga kepuasan konsumen (Sukarmen *et al.*, 2013). Inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, semakin baik inovasi layanan yang dilakukan, maka kepuasan nasabah KKB BCA di Cabang Cilegon pun akan semakin tinggi (Antanegoro *et al.*, 2017). Inovasi layanan dan waktu ke pasar signifikan berhubungan positif dengan kepuasan konsumen (Nemati *et al.*, 2010). Inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan Hasilnya juga menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara semua variabel independen dan kepuasan konsumen (Omar *et al.*, 2016).

H2 : Inovasi layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Galih Production.

Berikut gambaran model analisis dari penelitian ini, sebagai berikut:



METODOLOGI PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki kuantitas dan sebuah karakter tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah konsumen yang telah menggunakan jasa Galih Production. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Menurut (Sugiyono, 2017)

teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sehingga populasi dan sampel yang digunakan adalah sebanyak 60 responden dari tahun 2017-2019.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini berupa *google form*. Responden dapat memberikan jawabannya dalam bentuk skala *likert* dengan lima pilihan antara lain sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju dan sangat setuju.

Metode Analisis Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas dapat diukur dengan menggunakan *Pearson Correlation*, yang berarti tiap indikator terhadap total indikator mempunyai tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5% jika $\text{sig} \leq 0,05$ maka dikatakan *valid*. Uji validitas merupakan uji instrumen data yang digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item yang diukur dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya (Priyanto, 2014:64).

Uji reliabilitas ini merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuisisioner. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan seperti Skala *likert* 1-5 (Priyatno, 2014). Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuisisioner dalam penelitian ini adalah metode Cronbach's Alpha. Metode ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh peneliti reliabel. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6 adalah kurang baik, sedangkan untuk 0,7 menyatakan bias diterima, dan untuk 0,8 menyatakan baik. Variabel bias dikatakan reliabel apabila Cronbach's Alpha $> 0,6$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik analisis yang digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh dari satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel (Priyatno, 2013:40). Pemasaran regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Uji Hipotesis

Menurut Priyatno (2014:157) uji F digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Jika nilai uji signifikansi uji $F \leq 0,05$, maka seluruh variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Uji t untuk mengetahui variabel independen secara parsial terhadap variabel independen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Jika nilai signifikan uji $t < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. (Priyatno, 2013:50).

Uji F merupakan uji koefisien regresi secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2014).

Uji T memaparkan seberapa jauh pengaruh dari satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ (Ghozali, 2013).

Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Menurut Priyatno (2014:155) R adalah korelasi berganda, artinya korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, sebaliknya jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Menurut Priyatno (2014:156) R²

menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen artinya presentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Priyatno (2013:59) multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya multikolinearitas. Apabila terjadi multikolinearitas, maka nilai *standart error* masing – masing koefisien menjadi tinggi, sehingga t hitung menjadi rendah dan pengaruh tiap variabel independen sulit dideteksi. Mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, maka digunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Menurut Priyatno (2014:108) uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode uji *Glejser*. Cara Uji *Glejser* yaitu meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Priyatno (2013:56) uji normalitas untuk melihat apakah sebuah *residual* berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov Smirnov Residual* dinyatakan normal apabila nilai dari signifikan lebih besar dari 0,05.

Menurut Priyatno (2014:79) uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, artinya apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dinyatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) < 0,05.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pada Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan variabel X1, X2 dan Y memiliki nilai *sig.* $\leq 0,05$ sehingga dinyatakan valid.

Pada Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa seluruh nilai koefisien *Cronbach Alpha* setiap variabel $\geq 0,6$. Oleh karena itu, variabel penelitian X1, X2 dan Y dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut data pada Tabel 2, berikut ini adalah hasil perhitungan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini:

$$Y = 0,195 + 0,675 X1 + 0,278 X2$$

Keterangan:

X1 : Kualitas Layanan X2 : Inovasi Layanan Y: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 4.6, persamaan regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kualitas layanan dan inovasi layanan bernilai positif, sehingga semakin tinggi variabel kualitas layanan dan Inovasi layanan maka semakin meningkat kepuasan konsumennya.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Nilai *sig.* uji F pada Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa 0,000 ($\leq 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan Inovasi layanan secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat bahwa nilai *sig.* 0,000 ($< 0,05$). Hal tersebut menunjukkan kualitas layanan (X1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat dilihat nilai *sig.* 0,017 ($<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi layanan (X2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

1. Nilai R adalah nilai koefisien korelasi mencapai angka 0,774, artinya menunjukkan bahwa hubungan linier variabel independen (kualitas layanan dan inovasi layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) cukup kuat.
2. Nilai R *Square* (R²) atau nilai koefisien determinasi yang mencapai 0,598 atau 59,8% hal tersebut menunjukkan presentase pengaruh variabel independen (kualitas layanan dan inovasi layanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) 0,598 atau 59,8 % , sementara sisanya 0,402 atau 40,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasarkan Tabel 4.10 nilai *sig.* dari uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,088 ($> 0,05$), oleh karena itu dapat ditarik kesimpulan bahwa residual berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan kelayakan teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Pada tabel 4.9 nilai *sig.* bernilai $> 0,05$ sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan kelayakan teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Uji Multikolinieritas

Menurut tabel 4.11, nilai VIF dari variabel kualitas layanan dan inovasi layanan < 10 , sehingga tidak ada masalah multikolinieritas dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan kelayakan teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Menurut tabel 4.12 jumlah data yang diperoleh (n) 60 dan jumlah variabel independen (k) ialah dua, maka dapat diartikan nilai Durbin Watson terdapat diantara rentang $dU - (4-dU)$, yaitu $1,6518 < 2,044 < 2,3482$. Oleh karena itu dalam penelitian ini tidak terjadi autokorelasi. Hal ini menunjukkan kelayakan teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Uji Linearitas

Pada tabel 4.13 menunjukkan nilai *sig. linearity* sebesar 0,000 ($<0,05$) sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen terdapat hubungan yang linier.

Pada tabel 4.13 menunjukkan nilai *sig. linearity* sebesar 0,000 ($<0,05$) dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi layanan dan kepuasan konsumen terdapat hubungan yang linier. Hal ini menunjukkan kelayakan teknik analisis regresi linier berganda pada penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena kualitas pelayanan merupakan penilaian konsumen yang dirasakan atas suatu produk atau layanan secara menyeluruh.

Hasil penelitian ini pada variabel kualitas layanan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh

(Paul *et al.*, 2016) kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Antanegoro *et al.*, 2017) yaitu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Ismail dan Yunan, 2016) dimensi kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga sesuai dengan hasil penelitian ini. Mengedepankan kualitas layanan berarti melakukan kemampuan standar layanan sebagai *professional event organizer*. Perusahaan jasa tidak cukup hanya memiliki standar layanan saja. Hal yang terpenting yaitu pihak EO patuh terhadap standar layanan perusahaan jasanya, sehingga pencapaian kualitas layanan dapat terjaga. Sebagai contoh kualitas layanan dalam perusahaan kami adalah garansi produk bilamana terjadi hal yang tidak sesuai maka kami akan langsung menggantikan produk sesuai spesifikasi yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen merasa puas ketika mereka senang dengan hasil pembelian mereka, mencapai tujuan mereka (Paul *et al.*, 2016). Artinya dengan menjaga kualitas layanan seperti memberikan pelayanan sesuai dengan kontrak kerja maka kepuasan konsumen Galih Production dapat tercapai.

Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena inovasi layanan merupakan perubahan yang dilakukan perusahaan untuk mempercepat sistem kerja layanan melalui berbagai faktor layanan-layanan yang ada sehingga kepuasan konsumen terpenuhi. Inovasi layanan yang kami lakukan di perusahaan kami yaitu memberikan informasi terkait *rider artist* bagi setiap panitia acara yang akan mendatangkan artis atau pun pembicara. Panitia *event* dapat dengan mudah mempersiapkan setiap kebutuhan artis atau pembicara. Hal tersebut berbeda dengan vendor *event* lain yang hanya memberikan jasa penyewaan peralatan panggung saja tanpa memberikan inovasi layanan berupa *rider artist*. Konsumen dapat merasa puas ketika mereka tidak mengalami kesulitan dalam pelayanan (Paul *et al.*, 2016). Hal tersebut sesuai dengan kemudahan layanan yang kami berikan, yaitu berupa *rider artist*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Antanegoro *et al.*, 2017) inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Sukarmen *et al.*, 2013) inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Omar *et al.*, 2016) inovasi layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga sesuai dengan hasil penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada penelitian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Galih Production.
2. Inovasi layanan berpengaruh secara terhadap kepuasan konsumen Galih Production.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh maka penulis memberi saran kepada pihak-pihak terkait. Saran-saran yang ingin disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Galih Production
 - a. Tetap mempertahankan hasil yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan yang dijanjikan atau disepakati seperti tertulis di MOU (*Memorandum of Understanding*) dan Mempertahankan kualitas layanan yang ditawarkan agar tetap sesuai dengan manfaat yang diberikan kepada *client*.
 - b. Mempertahankan serta meningkatkan inovasi layanan yang ditawarkan agar sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh *client*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan populasi dari event organizer lain di Surabaya, serta dapat menggunakan variabel dan indikator yang berbeda dengan penelitian ini.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan Galih Production saja, sehingga hasil dari penelitian ini tidak dapat diterapkan langsung terhadap bidang usaha yang tidak sejenis dengan Galih Production. Responden dari penelitian ini hanya konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa dari Galih Production, sehingga hasil yang didapat tidak dapat diterapkan kepada perusahaan *event organizer* lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Antanegoro, R. Y., Surya, D., dan Sanusi, F. (2017). Analisis Pengaruh Inovasi layanan, Inovasi Layanan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 1 (2), 167-179.
- Arianto *et al.*, (2015) Consumer Satisfaction Analysis of Jatiroso Catering Service. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Perbankan*. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Avetoe, H., dan Lamidi. (2015). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Ekonomi*. Fakultas Universitas Slamet Riyadi Surakarta, 15, 367-373.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. Harper dan Row, Publishers, Inc.
- Faradisa, I., H. L. B., dan Narsih, M. M. (2016). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café). *Jurnal Bisnis manajemen*, Manajemen Universitas Pandanaran Semarang, (2).
- Ismail, A., dan Yunan, Y. S. (2016). Service Quality as a Predictor of Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal Business Manajement* University Kebangsaan Malaysia, Selangor, Malaysia, 4, 269-283.
- Kaihatu, T. S. (2012). Kepuasan Konsumen yang Dipengaruhi oleh Kualitas Layanan dengan Brand Image Sebagai Variabel Perantara: Studi Kasus pada Konsumen Rumah Sakit Swasta di Kota Surabaya. *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia, (2), 200-210.
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., dan Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas. *Journal Business Manajement*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, 36, 196-202.
- Mustikowati, R. I., dan Tysari, I. (2015). Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Journal Business Manajement*. Studi pada UKM Sentra Kabupaten Malang, 23-37.
- Narastika, A. R., dan Yasa, N. N. (2016). Peran Inovasi layanan dan Keunggulan Bersaing Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Persahaan. *Journal Business Manajement*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia.
- Nemati, A. R., Khan, K., dan Iftikhar, M. (2010). Impact of Innovation on Customer Satisfaction and Brand Loyalty, A Study of Mobile Phones users in Pakistan. *European Journal of Social Sciences*, 16, 299-306.
- Omar, M. S., Ariffin, H. F., dan Ahmad, R. (2016). Service Quality, Customers' Satisfaction and the Moderating Effects. *6th International Research Symposium in Service Management, IRSSM-6 UiTM Sarawak, Kuching, Malaysia*, 384-392.
- Paul, J., Mittal, A., dan Srivastav, G. (2016). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Private and Public Sector Banks. *Journal of Social Sciences* .Graduate School of Business Administration, University of Puerto Rico, San Juan, Puerto Rico, 606-622.
- Paul, J., Mittal, A., dan Srivastav, G. (2016). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Private and Public Sector Banks. *Journal of Social Sciences* Graduate School of Business Administration, University of Puerto Rico, San Juan, Puerto Rico, 606-622.

- Prayogo, E., dan Oei, T. P. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di The Carpentier Surabaya. *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Program Manajemen Perhotelan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra, 602-612.
- Reguia, C. (2014). Product Innovation and the Competitive Advantage. *Journal of Social Sciences University Mohamed Kheider, Biskra, Algeria Faculty of economics and management*, 1, 140-157.
- Saidani, B., dan Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 3, 1-22.
- sugiyono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv: Bandung.
- Sukarmen, P., Sularso, A., dan Wulandari, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro ptp Nusantara XI (persero). *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, 64-79.
- Sunarti, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen Universitas Brawijaya Malang*, 51, 1-7.
- Zakaria, S. I., dan Astuti, S. R. (2013). Aalisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi KepuasanKonsumen Terhadap Pengguna Jasa Transportasi. *Jurnal Bisnis, Manajemen*. Universitas Diponegoro, 2, 1-8.

LAMPIRAN

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	hifikansi	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X ₁)	X1.1	.769**	.000	VALID
	X1.2	.727**	.000	VALID
	X1.3	.743**	.000	VALID
	X1.4	.617**	.000	VALID
	X1.5	.710**	.000	VALID
Inovasi layanan (X ₂)	X2.1	.783**	.000	VALID
	X2.2	.805**	.000	VALID
	X2.3	.734**	.000	VALID
	X2.4	.696**	.000	VALID
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1.1	.856**	.000	VALID
	Y1.2	.832**	.000	VALID
	Y1.3	.802**	.000	VALID
	Y1.4	.839**	.000	VALID

Tabel 1. Hasil uji validitas variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen Galih Production

Sumber : Data Diolah

Variabel	Indikator	Cornbach Alpha If Item Deleted	Kesimpulan
Kualitas Layanan (X ₁)	X1.1	.754	RELIABEL
	X1.2	.754	RELIABEL
	X1.3	.754	RELIABEL
	X1.4	.754	RELIABEL
	X1.5	.754	RELIABEL
Inovasi layanan (X ₂)	X2.1	.746	RELIABEL
	X2.2	.746	RELIABEL

Kepuasan Konsumen (Y)	X2.3	.746	RELIABEL
	X2.4	.746	RELIABEL
	Y1.1	.849	RELIABEL
	Y1.2	.849	RELIABEL
	Y1.3	.849	RELIABEL
	Y1.4	.849	RELIABEL

Tabel 2. Hasil uji keandalan variabel kualitas layanan dan inovasi layanan terhadap kepuasan konsumen Galih Production

Sumber : Data Diolah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.195	.478		.407	.685		
1 X1M	.675	.122	.586	5.533	.000	.627	1.594
X2M	.278	.113	.261	2.460	.017	.627	1.594

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber : Data Diolah

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.994	2	3.997	42.475	.000 ^b
Residual	5.364	57	.094		
Total	13.358	59			

Tabel 4. Hasil Uji F

Sumber : Data Diolah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.195	.478		.407	.685
1 X1M	.675	.122	.586	5.533	.000
X2M	.278	.113	.261	2.460	.017

Tabel 5. Hasil Uji t

Sumber : Data Diolah

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.774 ^a	.598	.584	.30677	2.044

Tabel 6. Uji Koefisien Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Data Diolah

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RES2
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.8599
	Std.	.83830
Most Extreme Differences	Deviation Absolute	.161
	Positive	.148
	Negative	-.161
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.249
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Sumber : Data Diolah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.735	.324		2.269	.027
1 X1M	-.112	.083	-.221	-1.353	.181
X2M	-.001	.077	-.002	-.009	.993

Tabel 8. Hasil Uji Glejser untuk Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber : Data Diolah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.195	.478		.407	.685		
1 X1M	.675	.122	.586	5.533	.000	.627	1.594
X2M	.278	.113	.261	2.460	.017	.627	1.594

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas

Sumber : Data Diolah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between	(Combined)		8.107	8	1.013	9.842	.000
	Linearity		7.425	1	7.425	72.114	.000
	YM *	Deviation from	.682	7	.097	.947	.480
	X1M	Linearity					
Within Groups			5.251	51	.103		
Total			13.358	59			

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
YM * X2M	(Combined)		6.316	6	1.053	7.922	.000
	Between Groups	Linearity	5.113	1	5.113	38.483	.000
		Deviation from Linearity	1.202	5	.240	1.810	.127
	Within Groups		7.042	53	.133		
	Total		13.358	59			

Tabel 10. Hasil Uji Linearitas

Sumber : Data Diolah Dari Lampiran J