

Analysis of the Effect of Product Innovation as an Effort to Develop Culinary Variants on Consumer Satisfaction (Case Study: Baked Steamed Bread in Bajeng District)

Tuti Supatminingsih^{1*}, Muhammad Dinar², Marhawati³, Andi Asti Handayani⁴, Hikmayani Subur⁵
Universitas Negeri Makassar

Corresponding Author: Tuti Supatminingsih tuti.supatminingsih@unm.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Development of Culinary Variants

Received : 5 August

Revised : 20 August

Accepted: 22 September

©2023 Supatminingsih, Dinar, Marhawati, Handayani, Subur: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Entrepreneurship is a way or effort to take advantage of opportunities by applying innovation in business development. This research aims to determine the development of culinary variants on consumer satisfaction in the Baked Steamed Bread Business in managing the business so that it is able to compete and survive in running the business. This research uses quantitative methods. The research in the article shows the results of a simple linear regression analysis which proves that product innovation has an effect on consumer satisfaction at the Baked Steamed Bread Business in Bajeng District. This can be seen from the constant value of 23,156 and the X regression coefficient value of 0.471, which states that the consumer satisfaction value has increased by 0.471. This means that the direction of influence of variable X on Y is positive

Analisis Pengaruh *Innovation Product* sebagai Upaya Pengembangan Varian Kuliner terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng)

Tuti Supatminingsih^{1*}, Muhammad Dinar², Marhawati³, Andi Asti Handayani⁴, Hikmayani Subur⁵

Universitas Negeri Makassar

Corresponding Author: Tuti Supatminingsih tuti.supatminingsih@unm.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kewirausahaan, Inovasi, Pengembangan Varian Kuliner

Received : 5 August

Revised : 20 August

Accepted: 22 September

©2023 Supatminingsih, Dinar, Marhawati, Handayani, Subur: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Kewirausahaan adalah cara atau upaya memanfaatkan peluang dengan menerapkan inovasi dalam pengembangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Roti Kukus Panggang dalam mengelola usahanya agar mampu bersaing dan bertahan untuk menjalankan usaha tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian dalam artikel menunjukkan hasil analisis regresi linier sederhana yang membuktikan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng. Hal ini terlihat dari nilai konstanta sebesar 23.156 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,471 yang menyatakan bahwa nilai kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,471. Artinya arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM yang melakukan produksi makanan saat ini sedang digandrungi oleh semua kalangan. Pentingnya pengembangan UMKM seharusnya diutamakan dikarenakan UMKM termasuk usaha kategori terbebas dari rintangan serta kuat atas perubahan-perubahan serta lingkungan dan global yang mengalami perubahan. Peran UMKM sangat penting pada pertumbuhan pembangunan dan ekonomi di Indonesia. Selain itu, UMKM berkontribusi untuk menangani permasalahan pengangguran yang ada (Dahlan, 2017). Berkembangnya UMKM saat ini semakin mendapatkan perhatian dari orang-orang dan bisa dikatakan berbagai kalangan. Perkembangan UMKM ialah kemampuan pebisnis kecil untuk memperkenalkan dirinya terhadap kebutuhan *market share* (Christiana et al., 2014). Indonesia merupakan negara yang terkenal akan kekayaan industri makanan yang sangat berkembang. Industri makanan mendominasi pertumbuhan UMKM dalam negeri, salah satunya adalah produk roti yang bisa memperlihatkan pada jumlah masyarakat yang terus bertambah dari segi minat terhadap produk tersebut. Dalam dunia usaha rata-rata seorang pebisnis menemukan adanya kemajuan yang sangat pesat. Persaingan antar bisnis mendapat lebih lama dan lebih ketat (Fatimah, 2018). Karena persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan mencoba dalam memenuhi apa yang diinginkan pelanggan untuk produk yang dipersonalisasi dengan tujuan agar dapat memaksimalkan keuntungan (Liu et al., 2021). Sebagai akibat dari pola perilaku keseharian manusia di dalam masyarakat, kebanyakan perusahaan berlomba-lomba untuk membuat produk yang berkualitas, hal tersebut terjadi karena konsumen membutuhkan akan suatu barang yang tentunya makin bervariasi dan semakin mempunyai daya pilih (Eka, 2019).

Salah satu jenis produk di bidang kuliner yang memiliki peluang pasar dengan cukup menjanjikan adalah roti (Saputri et al., 2015). Hal ini memberi petunjuk bahwa usaha dengan produk roti masih mampu berkembang secara terus-menerus dan termasuk salah satu pasar potensial untuk digarap selanjutnya karena roti adalah produk makanan yang digemari masyarakat (Safitri & Rini, 2021). Konsumen bebas memilih dalam membeli roti sesuai dengan keinginan dan kesanggupannya (Mashabai et al., 2021). Penyajian makanan dianggap sebagai pengaruh besar pada kepuasan pelanggan (Carins et al., 2020). Konsumen cerdas mencari terobosan produk yang tidak hanya nyaman dan unik tapi sekaligus terjangkau (Chukwunwem, 2021). Banyak perusahaan memiliki berbagai variasi produk sebagai strategi supaya konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya (Yusuf, 2022). Usaha roti kukus panggang merupakan usaha yang masih terus mempertahankan kualitasnya di tengah ketatnya persaingan usaha pada bidang perdagangan. Inovasi mampu mendorong bisnis ekonomi menemukan perkembangan yang pada saatnya mempunyai andil dalam meningkatkan pendapatan masyarakat (Wahono et al., 2018). Inovasi dapat didefinisikan sebagai gagasan atau ide, pelaksanaan, proses, atau produk yang dianggap baru oleh seseorang atau kelompok (Wanjiku, 2018).

Salah satu persoalan yang dihadapi usaha roti kukus panggang ialah bagaimana cara pengembangan usaha. Selain itu, ada permasalahan lain yang masih dirasakan usaha kecil yaitu keterbatasan finansial, kurangnya teknologi dan sumber daya manusia (Najib et al., 2021). Namun, di dalam perkembangan usaha tentu dibutuhkan peningkatan dan pengembangan sehingga harus ditetapkan strategi pengembangan usaha yang mengena atau tepat supaya tujuan bisnis dapat dicapai. Seorang pengusaha akan memperoleh hasil untuk melawan tantangan umum di masa yang semakin canggih seperti sekarang. Mesti terdapat kemampuan untuk berwirausaha secara lebih inovatif serta kreatif, utamanya pada keadaan yang sekarang diperlukan seorang wirausaha yang baik, serta memiliki wawasan yang luas, dan adanya keterbukaan pada rencana dan suatu hasil pemikiran yang baru. Berbagai cara yang dilakukan agar pelaku UMKM kuat dalam persaingan dan mampu mengembangkan usahanya yang salah satunya adalah dengan memahami pengaruh inovasi, kecenderungan pasar dan kewirausahaan terhadap kekuatan bersaing (Verbyani & Handoyo, 2021). Proses pengembangan inovasi sebagai proses pemikiran untuk mendorong rencana baru, yang dimulai dari tahap ide hingga ke peresmian pasar (Stierand et al., 2019). Yang dimaksud inovasi adalah sesuatu yang baru atas produk ataupun jasa dimana dirasakan para penikmatnya (Setiobudi, 2021). Konsep inovasi menggambarkan makna yang sangat luas. Hal ini karena sebagian menyatakan, bahwa istilah inovasi banyak diterapkan oleh banyak organisasi, baik organisasi yang berorientasi profit dan nonprofit (Ridha, 2021).

Untuk dapat mengimplementasikan ide yang kreatif dan inovatif, diperlukan usaha yang bersungguh-sungguh, tidak main-main, penuh dorongan yang tinggi, dan sesuai sehingga para wirausaha dapat bekerja tekun dengan segala kesanggupan pada harapan usahanya yang digerakkan tersebut serta bisa mempertahankan usahanya di tengah keadaan yang sewaktu-waktu dapat berubah dengan cepat. Salah satu yang menentukan keberhasilan suatu bisnis adalah kompetensi kewirausahaan yaitu kreativitas maupun inovasi seorang pebisnis sebagai penentu ciri kewirausahaan. Untuk melawan persaingan pada bidang industri makanan, pelaku UMKM seharusnya mempunyai keistimewaan serta keunggulan apabila dilakukan perbandingan dengan produk dari pelaku usaha yang lain dimana produk yang dijual memiliki kesamaan dengan cara membuat inovasi pada produk yang dijual (Djayadiningrat et al., 2017). Peningkatan kemampuan kerja bisnis yang ingin dicapai, juga bisa diimplementasikan dengan menggunakan strategi-strategi jitu seperti berinovasi (Hanifawati & Listyaningrum, 2021). Inovasi produk tidak semata-mata dikatakan sebagai pengembang produk, tetapi juga merupakan publikasi produk-produk baru dan merancang kembali untuk melakukan peningkatan barang atau jasa dari sebuah perusahaan (Shiraj et al., 2016). Inovasi juga tidak selalu tentang kepemimpinan yang dilakukan oleh seseorang yang membawa perubahan dalam suatu organisasi atau individu, inovasi juga merupakan tantangan yang harus dihadapi dilakukan ketika ada kesempatan (Lahindah, 2017).

Dengan melakukan inovasi pada sebuah produk, hal ini perlu dipertimbangkan dengan baik kepada konsumen guna memastikan terkait dengan konsumen berminat untuk membeli. Informasi secara jelas dibutuhkan oleh konsumen dan membuktikan tentang produk pilihannya. Produk inovasi adalah pengembangan produk murni, produk yang ditingkatkan, produk yang diubah dan merek baru melalui usaha penyelidikan atau penelitian dan pengembangan perusahaan (Hidayat, 2020). Inovasi produk dapat diklasifikasikan menjadi tiga bagian pokok, yaitu: (1) lini tambahan: produknya masih mendapat pengakuan organisasi bisnis tetapi kategori produk baru yang ada pada sebuah pasar; (2) Produk kategori sama, dan dipandang baru untuk kelompok bisnis namun diketahui sebuah pasar, yakni produk buatan dari pesaing; (3) produk kategori baru, produk dikenal baru bagi kelompok bisnis serta pasar (Yaskun & Sudarmiati, 2021). Industri makanan umumnya dianggap memiliki pertumbuhan yang lambat, dan kecenderungan untuk menjadi konservatif dalam inovasi (Wicaksono et al., 2021). Menawarkan tambahan varian produk dapat menyebabkan peningkatan biaya dari rancangan produk untuk produksi, persediaan, penjualan dan layanan (Bech et al., 2019). Produk memberi kesenangan atau sesuatu yang puas kepada konsumen melampaui atau setidaknya sepadan terhadap keunggulan produk dari kompetitor (M. Yusuf et al., 2019).

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai penentu sikap pasca pembelian yang mencerminkan hasil positif atau negatif berdasarkan pengalaman pribadi konsumen (D. Hidayat et al., 2020). Dikatakan bahwa kepuasan konsumen dengan produk atau jasa merupakan hasil dari perbandingan subjektif antara harapan dan persepsi mereka (Prayag et al., 2019). Kualitas produk yang elok akan memberi kepuasan bagi konsumen yang telah membeli produk tersebut (Sari, 2020). Mencapai kepuasan pelanggan adalah tujuan utama bagi sebagian besar perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan melalui layanan kualitas, yakni kualitas makanan (Jhala, 2021). Kepuasan pelanggan memiliki sifat dinamis dan relatif. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, harapan pelanggan harus mampu untuk diperhatikan karena kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan dimana konsumen memiliki harapan terhadap produk dan merasa puas saat produk yang diberikan sesuai atau melampaui apa yang diharapkan (Sudari et al., 2019). Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi hal utama dalam pemasaran karena termasuk dari syarat kesetiaan pelanggan (Sayuti, 2019).

Perusahaan yang berhasil atas pengelolaan pasar secara berkesinambungan dengan gaya inovasi di dalamnya yang tetap ada (Retnawati & Irmawati, 2020). Biasanya inovasi membuktikan produk-produknya ataupun sebuah prosesnya yang baru guna melakukan pemenuhan atas apa yang dibutuhkan konsumen dengan kompetitif yang lebih serta mendatangkan laba daripada yang sebelumnya ada (Hasan et al., 2021). Untuk memberikan keputusan pembelian, maka bisa menggunakan cara yaitu melakukan pencarian informasi-informasi yang lebih akan barang dan jasa (Wibowo, 2015). Apabila konsumen merasa puas, maka dapat membuat keterkaitan emosional terhadap merek dan hasilnya (Haryono & Octavia, 2020). Kepuasan konsumen merupakan

hal yang dapat mendatangkan berbagai manfaat, seperti relasi antar perusahaan-perusahaan serta pelanggan memiliki hubungan yang baik, serta terciptanya kesetiaan konsumen (Maria & Anshori, 2013). Penilaian konsumen berdasar pada apa yang diterima dari segi pelayanan oleh perusahaan, dimana hasilnya didapat dari proses penilaian tersebut yang akan diperoleh kepuasan atau sebaliknya (Sumartini & Tias, 2019). Lebih lanjut, berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Price, et al., 2013; Atalay, et al., 2013; dan Ting, et al., 2012) menyatakan bahwa UMKM kaum kerabat dan non-kaum kerabat yang dimana penerimaan ide inovasinya ditemukan keterkaitan yang positif dengan memecahkan persoalan peningkatan kemampuan kerja menurut (Price, et al., 2013). Kemudian menurut (Atalay, et al., 2013) dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan pemanfaatan inovasi-inovasi sebuah UMKM pemasok suku cadang otomotif yang dapat memberi peningkatan atas kinerja dan (Ting, et al., 2014) menyimpulkan bahwa ditemukan keterkaitan yang positif antara pemanfaatan inovasi dan perubahan lingkungan dari luar dengan kemampuan kerja.

Wirausaha yang mutakhir memiliki kemahiran dalam suatu ilmu yang khusus di dalam membuat sesuatu yang baru, dan tersingkap pada pengalaman baru. Salah satu usaha roti yang sedang berkembang di Kabupaten Gowa, Kecamatan Bajeng yakni Roti Kukus Panggang. Adapun nama toko roti pada usaha ini adalah Roti Kukus Panggang yang berada di desa Bajeng Permai, didirikan pada tahun 2020, dan bergerak di bidang pangan yaitu memproduksi roti kukus panggang. Dalam menyongsong persaingan yang ketat membuat usaha roti ini mengadakan inovasi dan kreasi pada pembuatannya sehingga sampai saat ini masih mempertahankan usahanya. Cara agar mampu berkembang dan bersaing, serta dapat mempertahankan usahanya ialah dengan menciptakan rasa dan jenis roti panggang yang berbeda-beda. Hal yang mesti dilakukan oleh usaha Roti Kukus Panggang adalah dengan mengadakan pengembangan usaha dengan menghasilkan sesuatu sebagai hasil buah pikiran dan melakukan inovasi. Segala sesuatu yang ada pada produk akan mempengaruhi konsumen dalam memilih produk sehingga menghasilkan adanya keputusan pembelian (Moputi et al., 2018). Sejalan dengan perkembangan teknologi modern seperti saat ini, kebanyakan perusahaan tumbuh dan berkembang dengan cepat. Sama halnya dengan orang yang membeli berbagai macam produk, konsumen semakin cerdas dan kompetitif dalam menentukan produk pilihannya dan layak untuk dikonsumsi (Istanti et al., 2020). Apabila tingkat harapan konsumen terpuaskan, maka tingkat kepuasan konsumen juga meningkat. Namun ketika tidak, maka konsumen merasa kecewa (Ali, 2019).

Hasil dari inovasi produk adalah menciptakan berbagai produk-produk baru secara kreatif yang bisa memenuhi apa yang diinginkan konsumen, yang akan memberikan tanggapan baik atas niat membeli kembali (Habibie et al., 2022). Hal tersebut seimbang dengan pernyataan (Wheelen, et al., 2015) yang mengungkapkan bahwa lingkungan dari luar merupakan faktor positif baik secara langsung maupun tidak yang bisa berpengaruh terhadap orang yang memiliki bisnis dalam pembuatan kebijakan-kebijakan serta keputusan yang

akan diambil, dimana berdampak dan dinikmati sekarang dan di masa mendatang. Merujuk kepada teori kontingensi yang terkenal sebagai faktor kontingen seperti faktor dari dalam, faktor interdependen serta perubahan yang terjadi di lingkungan luar. Selaras dengan teori kontingensi makin tinggi tingkat keadaan tidak pasti pada perubahan lingkungan eksternal, sehingga makin teliti dan merat berbagai informasi yang harus tersedia untuk mengekang ketahanan bisnisnya di masa depan.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *innovation product* sebagai upaya pengembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen. Dengan khusus penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengembangan pada usaha roti kukus panggang dalam melakukan kreasi dan inovasi terhadap usahanya untuk kepuasan konsumen pada usaha roti kukus panggang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengaruh Innovation Product terhadap Kepuasan Konsumen

Inovasi produk merupakan kumpulan dari berbagai proses yang saling mempengaruhi untuk menciptakan dan mengembangkan produk lain dari yang sebelumnya ada serta memperbaiki kekurangan dari temuan yang sebelumnya dimana produk tersebut dibuat berdasarkan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar. Indikator yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu ditinjau dari segi keinginan dalam merekomendasikan, niat membeli ulang, dan tidak adanya keluhan pada saat membeli. Inovasi produk terhadap kepuasan konsumen sangat berpengaruh, sehingga kurangnya inovasi produk sebagai pengembangan varian kuliner akan membuat konsumen tidak mengalami kepuasan dalam membeli produk karena makin tinggi tingkat inovasi produk yang diberikan, maka kepuasan konsumen yang diperoleh akan semakin tinggi juga.

Melalui inovasi, maka dapat berpengaruh dan meningkatkan kepuasan konsumen karena inovasi itu sendiri memiliki arti bahwa dengan memberi produk yang baru, akan membantu mengamati dalam menemukan serta memuaskan kepada pembeli (Nirwana, 2022). Kepuasan konsumen sangat penting supaya para konsumen tidak mudah beralih ke produk bisnis lainnya dan agar perusahaan ataupun para pedagang kecil mampu untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat utamanya di bidang kuliner. Temuan penelitian Fillayata (2020) mengungkapkan bahwasanya dengan Inovasi produk, membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, diharapkan bisnis dapat selalu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen melalui inovasi produk karena dengan hal tersebut akan mampu memenangkan persaingan di dunia bisnis saat ini hingga di masa yang akan datang.

Hipotesis 1 (H1). *Innovation Product* sebagai pengembangan varian kuliner berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

METODOLOGI

Peneliti melakukan penelitian di Kecamatan Bajeng, Kab. Gowa, dan dilaksanakan dari bulan April 2022 pada usaha Roti Kukus Panggang. Alasan penulis mengambil lokasi tersebut untuk meneliti adalah karena salah satu penulis berdomisili di daerah tersebut dan telah menemukan pelaku UMKM yang cocok untuk dijadikan sebuah judul penelitian. Peneliti menggunakan metode kuantitatif, dimana merupakan suatu penelitian dimana riset kuantitatifnya berbentuk deskripsi dengan angka atau numerik (statistik). Penelitian kuantitatif ialah cara-cara yang dipakai dalam melakukan pengujian atas teori khusus dengan meneliti pengaruh antar variabel. Dimana pengukuran variabel-variabel tersebut menggunakan berbagai instrumen penelitian dengan tujuan data yang dianalisis yakni berupa angka-angka bisa menggunakan prosedur statistik. Peneliti banyak dituntut memakai angka-angka, mulai dari pengumpulan datanya, penafsiran datanya, serta hasil akhirnya pada pendekatan ini, sehingga data yang sudah ada akan dilakukan pengolahan secara statistik, agar bisa dijelaskan dengan baik. Peneliti menggunakan sumber data pokok yang berarti data dengan sumbernya didapat secara langsung dari responden dengan tujuan mengetahui bagaimana pengaruh *innovation product* sebagai upaya pengembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen di kecamatan bajeng.

Teknik yang dipakai penulis pada penelitian tersebut dalam mengumpulkan data yakni membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi konsumen usaha roti kukus panggang. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan dan pernyataan untuk dijawab oleh responden guna mengetahui bagaimana pengaruh *innovation product* sebagai upaya pengembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen. Selain itu analisis data yang digunakan selanjutnya yaitu melakukan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien regresi sederhana (uji t), serta uji koefisien determinasi (r^2) yang dipergunakan untuk mengetahui bahwasanya dengan adanya variabel *innovation product* memberikan pengaruh pada variabel kepuasan konsumen. Dalam membuat sebuah perkiraan, kita juga bisa menggunakan persamaan tersebut. Berikut rumus persamaan regresi sederhana yang dipergunakan dalam penelitian ini, ialah : $Y = a + bx$

Keterangan rumus:

Y = variabel kepuasan konsumen

X = variabel *innovation product*

a = konstanta

b = koefisien regresi

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Innovation Product</i>	Inovasi produk adalah salah satu faktor yang memberi peningkatan kemampuan perusahaan dalam penciptaan produk dengan kualitas yang bagus (Erniati et al., 2021) .	1. Kualitas produk 2. Varian produk 3. Desain produk
Kepuasan Konsumen	Arti kepuasan konsumen sebagai hasil yang didapatkan konsumen dari perusahaan atas kinerjanya guna apa yang diinginkan sesuai dengan apa yang diharapkan (Destari, 2020).	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan

Sumber: Olah Data Primer, 2022

Melalui penelitian ini, kami melakukan analisis terkait pengaruh *innovation product* terhadap kepuasan konsumen yang studi kasusnya adalah usaha roti kukus panggang milik Bapak Saepul Anwar di Kecamatan Bajeng. Peneliti mengambil strategi penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana diawali proses pengumpulan data sampai dengan interpretasi data, serta penyajian hasil. Dalam hal ini memiliki keterkaitan dengan variabel penelitian yang fokus kepada munculnya kesalahan perolehan hasil, juga kejadian yang sementara berlangsung dengan hasil penelitian.

HASIL PENELITIAN

Roti Kukus Panggang termasuk usaha roti kategori sedang berkembang di Kabupaten Gowa, Kecamatan Kalebajeng. Adapun nama toko roti pada usaha ini adalah *RKP Bi'lis* yang berada di desa Bajeng Permai, didirikan pada tahun 2020, dan bergerak di bidang pangan yaitu memproduksi roti kukus panggang. Usaha ini membuat peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan kajian secara mendalam terkait bagaimana pengaruh *innovation product* sebagai upaya pengembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen. Peneliti memanfaatkan pemilik usaha dan konsumen sebagai narasumber informan dan pendukung yang dilakukan secara tatap muka dan secara online untuk memperoleh data dan informasi. Berikut adalah identitas informan baik pemilik usaha maupun konsumen.

Tabel 2. Identitas Pemilik Usaha Roti Kukus Panggang

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir
1.	Saiful Anwar	L	38 th	SMA
2.	Siti Maryam	P	43 th	SMA

Sumber: Hasil Rekapitulasi Kuesioner

Tabel 3. Identitas Konsumen Usaha RKP Via Online (*Google Form*)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1.	Rabiah	P	51 th	IRT
2.	Nurasri	P	21 th	Mahasiswa/Pelajar
3.	Dini	P	22 th	Mahasiswa/Pelajar
4.	Sari	P	20 th	Mahasiswa/Pelajar
5.	Salsabilah	P	17 th	Mahasiswa/Pelajar
6.	Anwar	L	37 th	Wiraswasta
7.	Shafani	P	12 th	Mahasiswa/Pelajar
8.	Supriadi	L	51 th	Sopir
9.	Sakinah	P	13 th	Mahasiswa/Pelajar
10.	Helfandi	L	26 th	Buruh harian lepas
11.	Gerald	L	20 th	Mahasiswa/Pelajar
12.	Fadilah	P	21 th	Mahasiswa/Pelajar
13.	Anisya	P	20 th	Mahasiswa/Pelajar
14.	Rima	P	20 th	Mahasiswa/Pelajar
15.	Sri	P	23 th	Mahasiswa/Pelajar
16.	Elsa	P	22 th	Mahasiswa/Pelajar
17.	Nur	P	22 th	Wiraswasta
18.	Safir	L	22 th	Mahasiswa/Pelajar
19.	Nurul	P	21 th	Mahasiswa/Pelajar
20.	Firman	L	8 th	Mahasiswa/Pelajar

Sumber: Hasil Rekapitulasi Kuesioner

A. Deskripsi Jawaban Responden

Kepuasan Konsumen

Di bawah ini ditampilkan deskripsi jawaban responden untuk variabel terikat yakni kepuasan konsumen dan disertai pula keterangan jawaban responden untuk indikator kepuasan konsumen.

Tabel 4. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Indikator	Skor Rata-rata Indikator
1.	Kesesuaian harapan	4.28
2.	Minat berkunjung kembali	4.41
3.	Kesediaan merekomendasikan	3.91
Skor rata-rata variabel		4.2

Sumber: Diolah Penulis

Berdasar pada tabel di atas, menunjukkan bahwasanya variabel kepuasan konsumen, jawaban yang diberikan responden kategori paling tinggi adalah pada bagian indikator minat berkunjung kembali, yang rata-rata skornya adalah 4.2. Hal ini dibuktikan bahwa konsumen dari Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng merupakan orang-orang puas karena apa yang diterima sesuai dengan harapan.

Innovation Product

Di bawah ini ditampilkan deskripsi jawaban dari responden untuk variabel bebas yakni *innovation product* yang disertai pula keterangan jawaban responden untuk indikator *innovation product*.

Tabel 5. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel *Innovation Product*

No.	Indikator	Skor Rata-rata Indikator
1.	Kualitas produk	3.91
2.	Varian produk	4.28
3.	Desain produk	3.73
Skor variabel	rata-rata	3.97

Sumber: Diolah Penulis

Berdasar pada tabel 5 di atas menunjukkan bahwasanya variabel *innovation product*, jawaban yang diberikan responden kategori paling tinggi indikator-indikator varian produk, yang rata-rata skornya adalah 3.97. Hal ini membuktikan bahwasanya konsumen menyukai kualitas produk, varian produk, dan desain produk dari Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng karena usaha ini memiliki inovasi yang bagus dalam menjalankan usahanya tersebut.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 6. Uji Validitas *Innovation Product*

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig.	Kesimpulan
<i>Innovation Product</i>	1	0.685	0.444	0.001	Valid
	2	0.488	0.444	0.029	Valid
	3	0.494	0.444	0.027	Valid
	4	0.463	0.444	0.040	Valid
	5	0.752	0.444	0.000	Valid
	6	0.589	0.444	0.006	Valid
	7	0.551	0.444	0.012	Valid
	8	0.489	0.444	0.029	Valid
	9	0.627	0.444	0.003	Valid
	10	0.660	0.444	0.002	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 24

Tabel 7. Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig.	Kesimpulan
Kepuasan Konsumen	1	0.644	0.444	0.046	Semuanya Valid
	2	0.688	0.444	0.001	
	3	0.531	0.444	0.027	
	4	0.606	0.444	0.005	
	5	0.484	0.444	0.031	
	6	0.715	0.444	0.000	
	7	0.553	0.444	0.011	
	8	0.706	0.444	0.000	
	9	0.705	0.444	0.001	
	10	0.749	0.444	0.000	

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 24

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Kesimpulan
<i>Innovation Product</i>	0.822	0.600	Semuanya Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.761	0.600	

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 24

Tabel di atas terlihat bahwa tiap-tiap variabel baik variabel terikat maupun variabel bebasnya dikatakan berkategori reliabel karena nilai Cronbach's Alphanya > 0,6.

C. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	23.156	6.570		3.524	.002
Innovation Product	.471	.162	.566	2.913	.009

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Olahan SPSS Versi 24

Berdasar pada hasil uji regresi linier berganda, maka diketahui variabel bebas yang berkaitan dengan variabel terikat, dan didapatkan persamaan regresi linier sederhana seperti di bawah ini :

$$Y = 23.156 + 0,471X$$

Keterangan rumus:

Y = variabel kepuasan konsumen

X = variabel *innovation product*

a = 23.156

b = 0,471

Berdasar pada hasil analisis regresi linier sederhana di atas maka terlihat bahwasanya *innovation product* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Usaha Roti Kukus Panggang milik sepasang suami istri Bapak Saiful Anwar dan Ibu Siti Maryam. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 23.156, memiliki arti bahwasanya nilai konsisten untuk nilai Y (variabel kepuasan konsumen) yakni bernilai 23.156. Kemudian nilai koefisien regresi X yakni menunjukkan angka 0,471 yang memiliki arti yakni apabila nilai *innovation product* mengalami perubahan 1%, maka nilai Y (variabel kepuasan konsumen) bertambah besar atau meningkat yakni 0,471. Hal ini berarti menunjukkan nilai koefisien regresi tersebut masuk kategori positif. Dengan demikian, arah pengaruhnya yakni antara variabel X terhadap Y berkategori positif.

Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)

Berdasar pada tabel 9 di atas dengan melakukan pengamatan pada baris, kolom t serta nilai sig, maka terlihat bahwa variabel *innovation product* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) pada Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng. Hal ini tampak dari signifikan *innovation product* (X) $0.009 < 0.05$, dan nilai t tabel = t (0,025;19) = 2.09302. Hal ini memiliki arti bahwa nilai t hitungnya lebih besar dari t tabelnya yakni ($2.913 > 2.09302$), maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hingga tesisnya menyatakan didapatkan pengaruh *innovation product* terhadap kepuasan masyarakat secara parsial diterima.

Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 10. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.320	.283	3.57537

a. Predictors: (Constant), Innovation Product

Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24

Berdasar pada hasil pengolahan data yang dilakukan di atas, diperoleh hasil koefisien determinasi yakni menunjukkan angka sebesar 0.283. Hal ini memiliki arti bahwa kontribusi yang besar dari variabel terikat X (*Innovation Product*) berpengaruh terhadap Y (kepuasan konsumen) pada Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng, yakni menunjukkan angka 0.283 atau 28.3%. Sementara terdapat sisa sebesar 0.320 atau 32% yang mendapat pengaruh dari berbagai faktor dari luar atau dengan kata lain bukan merupakan yang diteliti.

PEMBAHASAN

Pengaruh Innovation Product terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian, uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,009 dan nilai t-hitung adalah 2.913. Sehingga diperoleh nilai sig sebesar $0.009 < 0.05$ dan nilai t-hitung sebesar 2.913 yang memiliki arti bahwa lebih besar apabila dari perhitungan tersebut diperoleh t-tabel 2.09302. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hingga tesisnya menyatakan didapatkan pengaruh *innovation product* (X) terhadap kepuasan masyarakat (Y). Berdasar penelitian ini, *innovation product* berperan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen sebagai upaya pengembangan varian kuliner.

Dalam dunia usaha rata-rata seorang pebisnis menemukan adanya kemajuan yang sangat pesat. Persaingan antar bisnis mendapat lebih lama dan lebih ketat (Fatimah, 2018). Karena persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan mencoba dalam memenuhi apa yang diinginkan pelanggan untuk produk yang dipersonalisasi dengan tujuan agar dapat memaksimalkan keuntungan (Liu et al., 2021). Sebagai akibat dari pola perilaku keseharian manusia di dalam masyarakat, kebanyakan perusahaan berlomba-lomba untuk membuat produk yang berkualitas, hal tersebut terjadi karena konsumen membutuhkan akan suatu barang yang tentunya makin bervariasi dan semakin mempunyai daya pilih (Eka, 2019). Dalam perkembangan usaha tentu dibutuhkan peningkatan dan pengembangan sehingga harus ditetapkan strategi pengembangan usaha yang mengena atau tepat supaya tujuan bisnis dapat dicapai. Seorang pengusaha akan memperoleh hasil untuk melawan tantangan umum di masa yang semakin canggih seperti sekarang. Mesti terdapat kemampuan untuk berwirausaha secara lebih inovatif serta kreatif, utamanya pada keadaan yang sekarang diperlukan seorang wirausaha yang baik, serta memiliki wawasan yang luas, dan adanya keterbukaan pada rencana dan suatu hasil pemikiran yang baru. Berbagai cara

yang dilakukan agar pelaku UMKM kuat dalam persaingan dan mampu mengembangkan usahanya yang salah satunya adalah dengan memahami pengaruh inovasi, kecenderungan pasar dan kewirausahaan terhadap kekuatan bersaing (Verbyani & Handoyo, 2021).

Peningkatan kemampuan kerja bisnis yang ingin dicapai, juga bisa diimplementasikan dengan menggunakan strategi-strategi jitu seperti berinovasi (Hanifawati & Listyaningrum, 2021). Inovasi produk tidak semata-mata dikatakan sebagai pengembang produk, tetapi juga merupakan publikasi produk-produk baru dan merancang kembali untuk melakukan peningkatan barang atau jasa dari sebuah perusahaan (Shiraj et al., 2016). Inovasi juga tidak selalu tentang kepemimpinan yang dilakukan oleh seseorang yang membawa perubahan dalam suatu organisasi atau individu, inovasi juga merupakan tantangan yang harus dihadapi dilakukan ketika ada kesempatan (Lahindah, 2017). Dengan melakukan inovasi pada sebuah produk, hal ini perlu dipertimbangkan dengan baik kepada konsumen guna memastikan terkait dengan konsumen berminat untuk membeli. Informasi secara jelas dibutuhkan oleh konsumen dan membuktikan tentang produk pilihannya. Kepuasan pelanggan memiliki sifat dinamis dan relatif. Dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, harapan pelanggan harus mampu untuk diperhatikan karena kepuasan pelanggan merupakan sebuah perasaan dimana konsumen memiliki harapan terhadap produk dan merasa puas saat produk yang diberikan sesuai atau melampaui apa yang diharapkan (Sudari et al., 2019). Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan telah menjadi hal utama dalam pemasaran karena termasuk dari syarat kesetiaan pelanggan (Sayuti, 2019).

Dari penjelasan di atas dapat dimaknai bahwasanya dalam menciptakan kepuasan konsumen, pelaku usaha harus menetapkan strategi yaitu dengan berinovasi. Hal ini perlu dilakukan pada sebuah produk guna memastikan terkait dengan konsumen berminat untuk membeli. Informasi secara jelas dibutuhkan oleh konsumen dan membuktikan tentang produk pilihannya. Dengan adanya inovasi produk maka dapat menciptakan berbagai produk-produk baru secara kreatif yang bisa memenuhi apa yang diinginkan konsumen, yang akan memberikan tanggapan baik atas niat membeli kembali. Dalam hal ini, aspek inovasi produk memberikan kontribusi yang nyata tentang bagaimana membangun kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *innovation product* sebagai upaya pengembangan varian kuliner terhadap kepuasan konsumen, kesimpulannya adalah berdasar pada hasil analisis regresi linier sederhana, maka terlihat bahwasanya *innovation product* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Usahati Kukus Panggang. Hal ini dapat dilihat dari nilai konstantanya sebesar 23.156, memiliki arti bahwasanya nilai konsisten untuk nilai Y (variabel kepuasan konsumen) yakni bernilai 23.156. Kemudian nilai koefisien regresi X yakni menunjukkan angka 0,471 yang memiliki arti yakni apabila nilai *innovation product* mengalami perubahan 1%, maka nilai Y (variabel kepuasan konsumen) bertambah besar atau meningkat yakni 0,471. Hal ini berarti menunjukkan nilai koefisien regresi tersebut masuk kategori positif. Dengan

demikian, arah pengaruhnya yakni antara variabel X terhadap Y berkategori positif.

Hasil analisis uji t terlihat bahwa variabel innovation product (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y) pada Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng. Hal ini tampak dari signifikan innovation product (X) $0.009 < 0.05$, dan nilai t tabel = $t(0,025;19) = 2.09302$. Hal ini memiliki arti bahwa nilai t hitungnya lebih besar dari t tabelnya yakni ($2.913 > 2.09302$), maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hingga tesisnya menyatakan didapatkan pengaruh innovation product terhadap kepuasan masyarakat secara parsial diterima.

Berdasar pada hasil pengolahan data pada tabel 10, diperoleh hasil koefisien determinasi yakni menunjukkan angka sebesar 0.283. Hal ini memiliki arti bahwa kontribusi yang besar dari variabel terikat X (Innovation Product) berpengaruh terhadap Y (kepuasan konsumen) pada Usaha Roti Kukus Panggang di Kecamatan Bajeng, yakni menunjukkan angka 0.283 atau 28.3%. Sementara terdapat sisa sebesar 0.320 atau 32% yang mendapat pengaruh dari berbagai faktor dari luar atau dengan kata lain bukan merupakan yang diteliti.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan maka perlu dilakukan penelitian lanjutan terkait topik Analisis Pengaruh Innovation Product Sebagai Upaya Pengembangan Varian Kuliner terhadap Kepuasan Konsumen demi menyempurnakan penelitian ini dan menambah wawasan bagi pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., & Lee, J.-I. (2019). Determinants of Consumer Satisfaction in Fast Food Industry of Lahore Pakistan. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 34(4), 424-431.
- Azim Shiraj, A., Widarko, A., & Muhammad, R. (2016). Pengaruh Harga, Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Kesuksesan Usaha Mikro Kecil Menengah Bidang Kuliner di Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang. *E - Jurnal Riset Manajemen*, 2017, 82-94.
- Bech, S., Brunoe, T. D., Nielsen, K., & Andersen, A. L. (2019). Product and Process Variety Management: Case Study in the Food Industry. *Procedia CIRP*, 81(8), 1065-1070. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2019.03.252>
- Carins, J. E., Thiele, R., & Ong, D. L. . (2020). Keep them Coming Back: The Role of Variety and Aesthetics in Institutional Food Satisfaction. *Food Quality and Preference*, 80(2), 103-132.
- Christiana, Y., Pradhanawati, A., & Hidayat, W. (2014). Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha Dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil Dan Menengah Batik Di Sentra Pesindon Kota Pekalongan). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 3(4), 1-10.

- Chukwunwem, U. G., & Ndubueze, E. J. (2021). Effect of Product Innovation on Customer Satisfaction and Customers' Behavioural Intentions in Upscale Quick Service Restaurants (Qsrs) in Aba, Abia State, Nigeria. *Novateur Publications*, 7(3), 432-444.
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111-118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Dahlan, M. (2017). Peran Pengabdian Pada Masyarakat dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 81-86. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612/7949>
- Destari, N. (2020). Inovasi Produk Kue Nazka dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Sukabumi Jawa Barat. *Journal Economy*, 3(2), 8-42.
- Djayadiningrat, A. F., Sukaatmadja, I. P. G., & Yasa, N. N. K. (2017). Peran Inovasi Produk Memediasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran IMK Sektor Industri Makanan Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(9), 4978-5004.
- Eka, P. D. (2019). The Influence of Product Innovation and Product Quality on Consumer Purchase Interest in PT. Alfasindo Metal in Jakarta. *Jurnal Administrare*, 6(2), 197-206. <https://doi.org/10.26858/ja.v6i2.13439>
- Erniati, Romadhoni, B., & Mappatempo, A. (2021). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Produk Baru Pada PT. Prapta Makassar. *Competitiveness*, 10(2), 149-156.
- Fatimah, F. (2018). The Innovation of MSME Culinary Marketing Strategy. *Journal of Industrial & Management Optimization*, 5(1), 100-120.
- Fillayata, V. E., & Mukaram. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Journal Economy*, 26(8), 969-976. https://scholar.google.co.id/citations?user=PVAadCwAAAAJ&hl=id#d=gs_md_cita-d&u=%2Fcitations%3Fview_op%3Dview_citation%26hl%3Did%26user%3DPVAadCwAAAAJ%26citation_for_view%3DPVAadCwAAAAJ%3ATQgYirikUcIC%26tzom%3D-420
- Habibie, F. H., Mustika, A., Nasution, D. Z., & Arafah, W. (2022). Apakah Instagram lebih penting dibandingkan Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kuliner? Studi Kasus: Kaum Milenial di daerah Jakarta Selatan. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN*, 6(1), 54-65. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i1.5999>
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online. *Jurnal Warta LPM*, 24(3), 412-426. <https://doi.org/10.23917/warta.v24i3.12615>

- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan*, 4(1), 20–27. <http://jurnal.unnur.ac.id/index.php/indept/article/view/139>
- Hasan, M., Hayati, A. F., Miranda, M., Sasmita, F. A., & Shafar, M. R. (2021). Ekonomi Kreatif di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru: Kajian Kreativitas dan Inovasi Pada UMKM Subsektor Kuliner. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 11(2), 148. <https://doi.org/10.24036/011126360>
- Hidayat, D., Bismo, A., & Basri, A. R. (2020). The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants). *Manajemen Bisnis*, 10(1), 01–09. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i1.11913>
- Hidayat, D. R., & Engkur. (2020). The Effect of Brand Image, Product Innovation, And Halal Labelization On Purchase Decisions (Case Study on Bakso Boedjangan Rawamangun). *Indonesian College of Economics*, 13(4), 1–20.
- Istanti, E., Sanusi, R., & GS, A. D. (2020). Impacts of Price, Promotion and Go Food Consumer Satisfaction in Faculty of Economic and Business Students of Bhayangkara University Surabaya. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 104–120. <https://doi.org/10.25139/ekt.v4i2.3134>
- Jhala, B. D., & Patadiya, V. B. (2021). An Analytical Study to Understand Impact of Consumer Satisfaction and Quality of Service on Consumer Loyalty in Fast Food Restaurants. *IBMRD's Journal of Management & Research*, 10(2), 71–75. <https://doi.org/10.17697/ibmrd/2021/v10i2/166808>
- Lahindah, L., & Widya Mitra, A. (2017). The Effect of Innovation To Organization Performance At Culinary Industry on Braga District. *Proceedings of the 3rd PIABC (Parahyangan Accounting and Business Conference)*, 17(2), 305–314. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/piabc/issue/view/313>
- Liu, C., Liu, Y., & Wang, J. (2021). A Revised Imperialist Competition Algorithm for Cellular Manufacturing Optimization Based on Product Line Design. *Journal of Industrial & Management Optimization*, 7(3), 112–130. <https://doi.org/10.3934/jimo.2021175>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Mashabai, I., Nugraha, S. A., Milandari, P., Industri, T., Teknik, F., & Sumbawa, U. T. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Pada Produk Roti CV Dua Putra Menggunakan Voice Of Costumer (VOC). *Jurnal Teknik Dan Sains*, 2(2), 54–58.
- Moputi, B. R., Tolinggi, W. K., & Boekoesoe, Y. (2018). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ukm Flamboyan di Kota Gorontalo. *AGRINESIA: Jurnal Ilmiah*, 1–7. <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/AGR/article/view/9695>
- Najib, M., Ermawati, W. J., Fahma, F., Endri, E., & Suhartanto, D. (2021). Fintech in the Small Food Business and Its Relation with Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 128–140. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010088>

- Nirwana, I. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(8), 503–506.
- Prayag, G., Hassibi, S., & Nunkoo, R. (2019). A Systematic Review of Consumer Satisfaction Studies in Hospitality Journals: Conceptual Development, Research Approaches and Future Prospects. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 28(1), 51–80. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1504367>
- Rafelia Saputri, Y., Sasongko, & Eko Julianto, D. (2015). *Inovasi Produk pada Roti Ceria di Jember*. 1–15.
- Retnawati, B., & Irmawati, B. (2020). Product Innovation and Market Orientation: A Descriptive Study In Small Crawles Of Natural Raw Materials. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 1--7.
- Ridha, R., & Hidayat, N. K. (2021). Impact of Innovation & Certification to Sme Performance in F&B Sector. *ADI International Conference Series*, 10(4), 337–360. <https://doi.org/10.34306/conferenceseries.v3i1.372>
- Safitri, R. A., & Rini, S. (2021). *Pengaruh Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jolly Bakery, Wonogiri)*. 5(2), 1124–1131.
- Sari, D. A. T. (2020). Role of consumer satisfaction in mediating effect of product quality on repurchase intention. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 217–226. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.839>
- Sayuti, A. J. (2019). The Effect of Service Quality, Physical Environment and Restaurant Images on Consumer Satisfaction through Perception of Value. *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 3(3), 243–256. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v3i3.243-256>
- Setiobudi, A., & Audrey, P. V. (2021). The Effect Of Product Innovation To Repurchase Intention With Satisfaction As Mediation (A Study On Regional Typical Frozen Food Products). *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(1), 45–58.
- Stierand, M., Dörfler, V., & MacBryde, J. (2019). Innovation of Extraordinary Chefs: Development Process or Systemic Phenomenon? *British Academy of Management Annual Conference*, 6(3), 1–17.
- Sudari, S. A., Tarofder, A. K., Khatibi, A., & Tham, J. (2019). Measuring the Critical Effect of Marketing Mix on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction in Food and Beverage Products. *Management Science Letters*, 9(9), 1385–1396. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.012>
- Verbyani, V., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Ukm Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 875. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13219>
- Wahono, P., Kusumah, M. S., & Poernomo, D. (2018). Sentuhan Kreativitas dan Inovasi Wisata Kuliner Bahari Berkelanjutan. *Jurnal Pariwisata*, 5(3), 175–187.

- Wanjiku, E. M. (2018). The Effect of Innovation on Sustainable Competitive Advantage (Client Satisfaction) in the Hospitality Industry in Kenya: A Case Study of the safari Park Hotel. *Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 2(2), 105-111. <https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539><https://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029>http://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda_Pangolin_National_Conservation_Strategy_and_Action_Plan%28LoRes%29.pdf<https://doi.org/10.1016/j.forec>
- Wibowo, A. (2015). Pengaruh Elektronik Word Of Mouth dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Konsumen Smartphone Samsung Yang Berbasis Android. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 71-88. <https://doi.org/10.21831/jim.v12i1.11743>
- Wicaksono, T., Hossain, M. B., & Illés, C. B. (2021). Prioritizing Business Quality Improvement of Fresh Agri-Food Smes Through Open Innovation to Survive the Pandemic: A QFD-Based Model. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 156-168. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020156>
- Yaskun, M., & Sudarmiadin. (2021). The Role of Entrepreneurship Orientation and Market Orientation on Product Innovation and Business Performance at SMEs Restaurants in Lamongan. *Enrichment: Journal of Management*, 11(2), 2087-6327. www.enrichment.iocspublisher.org
- Yusuf, J. A., & Aprianingsih, A. (2022). New Product Development Using Lean Startup Methodology (Case Study : The Atsomee). *Journal Food and Fashion*, 10(1), 31-37.
- Yusuf, M., Nurhilalia, & Putra, A. H. P. K. (2019). The Impact of Product Quality, Price, and Distribution on Satisfaction and Loyalty. *Journal of Distribution Science*, 17(10), 17-26. <https://doi.org/10.15722/jds.17.10.201910.17>