

ABSTRAK

Rian Juliana, NIM. 3402190180. “Pengaruh Diferensiasi dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Eiger Adventure Store Ciamis)”.
Dibawah bimbingan Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M. (Pembimbing I), dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Konsumen yang merasa puas kemungkinan besar cenderung akan menceritakan kebaikan tentang produk yang dibelinya kepada orang lain, serta konsumen yang puas tidak akan mengeluh (*complaining*) kepada perusahaan. Namun demikian berdasarkan hasil observasi awal permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini beberapa konsumen beberapa faktor hambatan yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada Eiger Adventure Store Ciamis dimana terdapat banyaknya pesaing Eiger sehingga mengakibatkan banyak pilihan untuk berbelanja bagi konsumen. Kemudian jumlah pembelian oleh pengunjung konsumen Eiger Adventure Store Ciamis cenderung menurun. Hal tersebut diduga karena kurang optimalnya kepuasan konsumen Eiger Adventure Store Ciamis. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: bagaimana pengaruh diferensiasi terhadap kepuasan konsumen pada Eiger Adventure Store Ciamis; bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Eiger Adventure Store Ciamis; bagaimana pengaruh diferensiasi dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Eiger Adventure Store Ciamis. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diferensiasi dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada Eiger Adventure Store Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. Dengan uji statistik regresi linier berganda memperoleh hasil $Y = ,503 + 0,252 X_1 + 0,230 X_2$. Kemudian untuk analisis koefisien korelasi berganda diperoleh angka sebesar 0,628 dimana berdasarkan pedoman interpretasi koefisien korelasi hubungan diferensiasi dan inovasi secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel kepuasan konsumen dinyatakan memiliki hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 39,44%, sedangkan sisanya 60,56% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti misalnya harga, kualitas pelayanan, dan persepsi nilai dll. Kemudian yang terakhir berdasarkan uji F menunjukkan $F_{hitung} 31,258 > F_{tabel} 3,12$ maka hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh diferensiasi dan inovasi terhadap kepuasan konsumen. Diharapkan Eiger melakukan survei reguler kepada pelanggan untuk mengumpulkan umpan balik tentang pengalaman mereka dengan produk atau layanan Eiger yang mencakup kinerja aktual produk, tingkat kepuasan, masalah yang mungkin terjadi, dan saran perbaikan.

Kata Kunci : Diferensiasi, Inovasi, dan Kepuasan Konsumen