

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI LAYANAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. PEGADAIAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVEN

Akbar Indra Jaya¹, Alfatih S Manggabarani², Yuliniar³
^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

¹Akbarindra@upnvj.ac.id

²Alfatih@upnvj.ac.id

³Yuliniar@upnvj.ac.id

Abstrak

Riset ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk, inovasi layanan serta kualitas layanan terhadap loyalitas pada pelanggan di pegadaian cabang pasar senen kepuasan sebagai variabel interven. Menggunakan metode *sempeling* yaitu *non probability sampling* serta *purposive sampling*. Sumber data dengan menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden. Alat analisis yang dipakai adalah SmartPLS 3.3. Berikutnya hasil yang diperoleh (1) Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (2) Inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (4)Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan disimpulkan bahwa inovasi produk, inovasi layanan, kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

KataKunci: Inovasi Produk;Inovasi Layanan;kualitas layanan;kepuasan Pelanggan;Loyalitas Pelanggan

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product innovation, service innovation, and service quality on customer loyalty at the pawnshop branch of the Senen market as an intervention variable. Using the sampling method, namely non-probability sampling and purposive sampling. Source of data by distributing questionnaires to 100 respondents. The analytical tool used is SmartPLS 3.3. The next results obtained (1) Product innovation has a positive and significant effect on customer satisfaction (2) Service innovation has a positive and significant effect on customer satisfaction (3) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction (4) Customer satisfaction has a positive and significant effect on loyalty Customers say that product innovation, service innovation, service quality have a significant effect on customer satisfaction. And customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty.

Keywords: Product Innovation;Service Innovation;Service Quality;Customer Satisfaction;Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat pandemi seperti saat ini industri jasa berperan penting dalam kegiatan pemulihan perekonomian. Untuk memulihkan perkembangan ekonomi menyebabkan para pelaku industri jasa terus berubah dan selalu melakukan inovasi-inovasi sesuai untuk menghadapi tantangan dunia bisnis saat ini. Tak hanya itu pelaku bisnis industri jasa harus terus meningkatkan pelayanan terhadap para konsumen agar dapat persaingan pada industri jasa telah semakin ketat

Industri jasa haruslah kreatif serta inovatif pada saat memenuhi kebutuhan pelanggan pada masa ini. Pemenuhan kebutuhan serta kemauan dan nilai mutu jasa sangat tergantung kepada kepuasan pelanggan. Layanan yang belum memenuhi kepuasan pelanggan dapat menimbulkan berkurangnya pelanggan bahkan lebih parah akan kehilangan pelanggan itu sendiri yang berpindah kepada perusahaan lain.. Di tambah lagi dengan kondisi pandemi pada saat ini para produsen industri jasa perlu menyesuaikan kondisi sekarang. Kondisi seperti ini adalah sebuah tantangan terhadap perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam menciptakan berbagai inovasi-inovasi dan- meningkatkan layanan pada masa pandemi Covid-19 saat ini (Khadka, Maharjan, Städtjånster, & Trivsel, 2017).

Prioritas utama untuk industri jasa ialah bagaimana cara melakukan layanan yang terbaik untuk para konsumennya. Dengan memberikan kualitas layanan prima akan menciptakan suatu kepuasan terhadap konsumen. Dan nantinya dapat menciptakan hubungan loyalitas antara perusahaan dan konsumen. Melalui penerepan inovasi-inovasi dan kualitas pelayanan pada perusahaan akan menciptakan kepuasan serta loyalitas konsumen perusahaan itu sendiri (Pawestriningtyas, 2016)

.PT.Pegadaian merupakan salah satu BUMN yang sudah lama berdiri.. Dahulu PT.Pegadaian hanya melakukan pelayanan gadai akan tetapi sekarang telah merambah layanan lain.Terdapat berbagai jenis produk serta layanan yang terdapat di pegadaian ialah adanya pembiayaan, emas, serta aneka jasa. Adapun produk emas yang di tawarkan ialah cicilan emas serta juga adanya tabungan emas. Dari produk jasa lainnya ialah pembayaran remitansi, safe deposit box serta pembayaran, pegadaian juga melayani pembuatan sertifikasi emas serta juga permata beradaptasi dengan proses digitalisasi serta perubahan preferensi pelanggan(Setiawan, 2018).

Diasaat keadaan ekonomi lemah seperti saat ini dari akibat adanya pandemi virus covid-19. Pegadaian menampilkan perkembangan yang positif. Perihal ini nampak dari segi laba,jumlah pinjaman, sampai bertambahnya jumlah nasabah saat pandemi virus covid- 19. Pada tahun 2020 Pegadaian membuktikan hasil yang positif dilihat dari bertambahnya jumlah pemasukan usaha pada angka 24, 27% dari tahun sebelumnya yaitu berjumlah Rp 17, 67 triliun bertambah menjadi berjumlah Rp 21, 96 triliun. Sedangkan terdapat pula Peningkatan pada aset sebanyak 9,40% dari tahun sebelumnya yaitu Rp 65, 32 triliun bertambah menjadi Rp 71, 47 triliun pada tahun 2020. Kemudian dari segi jumlah nasabah mendapatkan kenaikan sebanyak 22, 15% yang tadinya berjumlah 13, 86 juta orang bertambah sebanyak 16, 93 juta orang Ada pula omset pembiayaan berhasil tersalurkan naik sebesar 13, 34% dari pada tahun sebelumnya dari Rp 145, 63 triliun berubah menjadi Rp 165, 06 triliun pada tahun 2020 (Nursyamsi, 2021).

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Perumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang, maka rumusan masalah yang dilakukan penelitian ialah sebagai berikut :

- a. Apakah inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Apakah inovasi layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Apakah kualitas layanan memiliki pengaruh pada kepuasan pelanggan?
- d. Apakah kepuasan memiliki pengaruh pada loyalitas pelanggan?

Tujuan Penelitian

- a. Agar membuktikan dan menganalisis apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- b. Agar membuktikan dan menganalisis apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?
- c. Agar membuktikan dan menganalisis apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan?
- d. Agar membuktikan dan menganalisis apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas?

TINJAUAN PUSTAKA

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk tetap setia menggunakan kembali dan melakukan pembelian kembali produk maupun jasa penggunaan secara sering dimasa yang akan datang, walaupun adanya pengaruh keadaan serta usaha-usaha pemasaran yang dapat memicu timbulnya perubahan perilaku (Sahir dkk, 2021 hlm 40). Menurut Vanessa (2013) dalam (Dr. Aprihatiningrum Hidayati, MM., dkk 2021 hlm 87) loyalitas pelanggan sikap yang ditunjukkan pelanggan yang telah puas setelah menggunakan produk maupun jasa perusahaan dan mereka menyampaikan kepada orang lain dari mulut ke mulut, loyalitas bukan saja hanya terpaku pada produk atau jasa perusahaan saja, akan tetapi meliputi keseluruhan portofolio produk dan jasa perusahaan. Portofolio produk atau jasa perusahaan merupakan hal penting dalam dari bagian loyalitas pada merek selamanya.

Kepuasan Pelanggan

Pedapat Kotler serta Keller mengenai kepuasan pelanggan ialah bentuk perasaan senang atau bahkan sebaliknya adanya perasaan kecewa yang dirasakan oleh konsumen yang telah menggunakan produk ataupun jasa berdasarkan perbandingan antara suatu produk ataupun layanan jasa berdasarkan yang dirasa dengan gambaran yang diharapkan pelanggan. Apabila jasa yang diberikan tidak sama apa yang diharapkan, akan timbul perasaan tidak puas dari pelanggan. Namun apabila ekspektasi pelanggan dapat terpenuhi dari layanan yang telah diberikan, akan menciptakan perasaan puas pada diri pelanggan. Dan apabila produk ataupun layanan mampu dapat melampaui ekspektasi dari pelanggan, maka pelanggan akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi dari pelanggan (Kotler Philip & Keller K, 2016 hlm. 153)

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan suatu proses pengenalan daripada barang ataupun jasa yang merupakan suatu hal yang sangat baru atau signifikan yang berhubungan dengan penggunaan produk telah melalui peningkatan (Balilatfo, 2019 hlm 22). Inovasi produk dapat dikaitkan dengan adanya hal baru dimana dibuat untuk bentuk sebuah terobosan baru yang tercipta dari produk, jasa, ide, serta dari persepsi seseorang terobosan baru tersebut dapat berupa produk baru, pengembangan produk baru dan juga perubahan desain serta inovasi teknis sampai juga terbentuknya pemikiran bisnis baru serta proses yang baru (Kotler Philip & Keller K, 2016 hlm 34).

Inovasi layanan

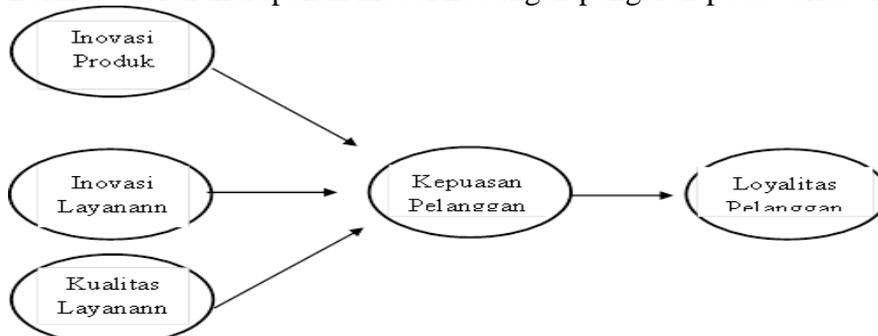
Inovasi layanan merupakan perubahan dalam bisnis yang berupa bentuk peningkatan kinerja pada pemasaran dengan cara mempercepat sistem layanan pada perusahaan melalui berbagai kombinasi yang baru dari elemen layanan yang sudah ada (Antanegoro et al., 2017). Konsep inovasi layanan mencakup pada desain layanan serta pengembangan layanan baru dan juga inovasi proses, yaitu merupakan bentuk metode baru atau peningkatan dalam desain dan produksi layanan. Dan pula inovasi pada Sebuah perusahaan atau manajemen terkait erat dengan inovasi organisasi, Inovasi produk layanan, inovasi proses, serta pengolahan manajemen proses inovasi dalam organisasi jasa (Dhewanto dkk, 2014 hlm 343).

Kualitas pelayanan

Service quality is a measure of how well the service delivered to customers is in accordance with customer expectations. Providing quality services must constantly adjust to customer expectations and be consistently carried out. Kualitas layanan ialah merupakan tolak ukur seberapa baik layanan disampaikan kepada pelanggan telah sesuai terhadap berdasarkan harapan pelanggan. Memberikan layanan berkualitas harus terus-menerus menyesuaikan harapan pelanggan serta konsisten dilakukan (Rizan, et. al. 2011 hlm 137).

Menurut Sampara dalam (Hardiyansyah, 2018 hlm 49) Kualitas layanan mengacu pada layanan yang diberikan kepada pelanggan pada saat pemberian layanan berdasarkan standar layanan yang telah ditetapkan dalam kebijakan dan aturan. Perusahaan yang bergerak dibidang jasa melakukan layanan yang berkualitas kepada pelanggan mereka jika mereka ingin sukses dalam menjalankan bisnisnya. Kualitas pelayanan saat memiliki kualitas yang baik serta merta akan membawa kepuasan pada pelanggan. Sejak saat itu, proses pelayanan yang ditunjukkan dengan hasil operasi perusahaan mengalami peningkatan dan tingkat kepuasan juga meningkat

Berikut adalah merupakan model hubungan pengaruh pada variabel penelitian in:



Gambar 1 Model Penelitian Empirik

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi dan Sampel

subjek atau objek yang ditetapkan dalam riset ini untuk menjadi populasi merupakan pelanggan aktif Pegadaian cabang pasar senen yang menggunakan produk atau jasa pegadaian dengan jumlah pelanggan aktif pada akhir bulan maret 2021. pengambilan sampel dipakai ialah memakai metode *Non Probability sampling* serta juga *Purposive sampling*. Serta menggunakan perhitungan *Lemeshow* yang menghasilkan 96 responden lalu dibulatkan menjadi 100 responden

Teknik Pengumpulan Data

Riset ini memakai data kuantitatif. serta sumber data yang diperoleh dari data primer. Yaitu didapatkan oleh peneliti secara langsung melalui kegiatan penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut disebarkan kepada nasabah Pegadaian cabang pasar senen. Kuesioner yang diberikan berisi mengenai pertanyaan untuk pengukuran variabel dari di uji pada penelitian ini.

Teknik Analisis dan Uji Hipotesis

Teknik analisis merupakan langkah yang nantinya paling menentukan hasil dari penelitian ini, dikarenakan teknik analisa data memiliki fungsi sebagai penyimpulan hasil dari penelitian. Alat analisis yang dipakai pada penelitian ini dengan menggunakan software SmartPLS 3.3. Teknik analisis pada penelitian ini yang dipergunakan ialah teknik analisis deksriptif dan inferensial. Analisis deksriptif ialah dengan peringkat skoring menggunakan skala likert lalu diukur dengan metode three box. Sedangkan analisis inferensial terdiri dari pengujian hipotesis serta signifikansi. Pada penelitian inferensial dipakai oleh penguji meliputi uji validitas dan uji reliabilitas serta uji R- square lalu uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 12 Jawaban Pada Loyalitas

Loyalitas	STS	TS	CS	S	SS	Total	Indeks
LP1	1	3	12	63	21	100	80
LP2	1	4	11	65	19	100	79,4
LP3	0	7	12	59	22	100	79,2
LP4	2	5	14	59	20	100	78
LP5	1	5	12	60	22	100	79,4
LP6	1	4	12	65	18	100	79
LP7	1	5	14	68	12	100	77
LP8	2	3	14	68	13	100	77,4
Total Rata – Rata Indeks							78,675

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel 12 diatas nilai terbesar berada pada LP1 berjumlah 80 termasuk dalam kategori yang tinggi. Nilai indeks yang terkecil terdapat pada LP7 yang memiliki nilai indeks 77 termasuk dalam kategori yang tinggi. Serta ,nilai angka rata- rata indeks pada jawaban responden pada variable loyalitas memiliki nilai yaitu 78,675 termasuk dalam kategori yang tinggi.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Tabel 13 Jawaban Pada Kepuasan

Kepuasan	STS	TS	CS	S	SS	Total	Indeks
KP9	1	2	4	63	30	100	83,8
KP10	3	2	9	58	28	100	81,2
KP11	2	2	7	69	20	100	80,6
KP12	0	3	6	66	25	100	82,6
Rata – Rata Total Indeks							82,05

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel 13 diatas tersebut terdapat angka terbesar berada pada KP9, yaitu memiliki nilai indeks berjumlah 83,8 termasuk dalam kategori yang tinggi. Angka nilai indeks yang terkecil terdapat pada KP11 yang memiliki nilai indeks 80,6 termasuk dalam kategori yang tinggi. Nilai angka rata- rata indeks pada jawaban responden pada variable kepuasan memiliki nilai yaitu 82,05. termasuk dalam kategori yang tinggi.

Tabel 14 Jawaban Pada Inovasi Produk

Inovasi Produk	STS	TS	CS	S	SS	Total	Indeks
IP13	1	3	6	61	29	100	82,8
IP14	1	3	9	54	33	100	83
IP15	2	4	5	50	39	100	84
IP16	1	4	8	56	31	100	82,4
IP17	2	4	7	64	23	100	80,4
IP18	1	6	6	65	22	100	80,2
Rata – Rata Total Indeks							82,13333

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel 14 diatas tersebut terdapat angka terbesar berada pada IP15, yaitu memiliki nilai indeks berjumlah 84. termasuk dalam kategori yang tinggi. Angka nilai indeks yang terkecil terdapat pada IP18 yang memiliki nilai indeks 80,2 termasuk dalam kategori yang tinggi. Nilai angka rata- rata indeks pada jawaban responden pada variable inovasi produk memiliki nilai yaitu 82,13333 termasuk dalam kategori yang tinggi

Tabel 15 Jawaban Pada Inovasi Layanan

Inovasi Layanan	STS	TS	CS	S	SS	Total	Indeks
IL19	0	5	1	54	40	100	85,8
IL20	0	4	5	49	42	100	85,8
IL21	3	3	22	57	15	100	75,6
IL22	2	2	24	56	16	100	76,4
IL23	2	5	7	58	28	100	81
IL24	1	3	5	60	31	100	83,4
Rata – Rata Total Indeks							81,33333

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel 15 diatas tersebut terdapat angka terbesar berada pada IL19 dan IL20, yaitu memiliki nilai indeks berjumlah sama yaitu 85,8 termasuk dalam kategori yang tinggi. Angka nilai indeks yang terkecil terdapat pada IL21 yang memiliki nilai indeks 75,6 termasuk dalam kategori yang tinggi. Nilai angka rata- rata indeks pada jawaban

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

responden pada variable inovasi layanan memiliki nilai yaitu 81,33333 termasuk dalam kategori yang tinggi.

Tabel 16 Jawaban Pada Kualitas Layanan

Kualitas Layanan	STS	TS	CS	S	SS	Total	Indeks
KL25	0	3	6	55	36	100	84,8
KL26	0	1	6	55	38	100	86
KL27	2	1	5	65	27	100	82,8
KL28	1	3	2	66	28	100	83,4
KL29	1	4	3	66	26	100	82,4
KL30	1	5	7	59	28	100	81,6
KL31	2	3	5	63	27	100	82
KL32	0	4	6	65	25	100	82,2
KL33	2	1	8	62	27	100	82,2
KL34	3	1	6	61	29	100	82,4
Rata – Rata Total Indeks							81,33333

Sumber: Data yang telah diolah

Berdasarkan data pada tabel 16 diatas tersebut terdapat angka terbesar berada pada KL26, yaitu memiliki nilai indeks berjumlah 86 termasuk dalam kategori yang tinggi. Angka nilai indeks yang terkecil terdapat pada KL30 termasuk dalam kategori yang tinggi. Nilai angka rata- rata indeks pada jawaban responden pada variable kualitas layanan memiliki nilai yaitu 81,33333 termasuk dalam kategori yang tinggi.

Analisis Data dan Uji Hipotesis

uji validitas dan reliabilitas dari hasil data yang diperoleh dari responden dengan mengujinya dilihat dari pada hasil loading factor lalu *Fornell-Lacker Criterion* dilanjutkan AVE serta Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha. Dilihat dari tabel loading factor, setiap variabel telah memenuhi kriteria yaitu memiliki nilai faktor loading $> 0,50$, lalu pada uji Fornell-Lacker Criterion juga menghasilkan data sesuai kriteria yaitu >0.60 . Dan nilai AVE keseluruhnya juga telah melampaui kriteria yaitu memiliki nilai $>0,50$. Serta pada uji Composite Reliability, dan Cronbach's Alpha juga mengasilkan data keseluruhan variabel telah memenuhi kriteria nilai >0.60 . Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan valid dan reliable

Tabel 17 Hasil Nilai *Outer Loading Factor*

	LOYALITAS PELANGGAN	KEPUASAN PELANGGAN	INOVASI PRODUK	INOVASI LAYANAN	KUALITAS LAYANAN
LP1	0.845				
LP2	0.835				
LP3	0.831				
LP4	0.922				
LP5	0.900				
LP6	0.839				
LP7	0.831				
LP8	0.837				

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

KP9	0.900	
KP10	0.848	
KP11	0.829	
KP12	0.839	
IP13		0.824
IP14		0.863
IP15		0.879
IP16		0.816
IP17		0.833
IP18		0.852
IL19		0.830
IL20		0.787
IL21		0.847
IL22		0.752
IL23		0.793
IL24		0.706
KL25		0.653
KL26		0.651
KL27		0.860
KL28		0.796
KL29		0.897
KL30		0.874
KL31		0.848
KL32		0.833
KL33		0.863
KL34		0.846

sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3

Tabel 18 Hasil Pada Nilai Fornell-Larcker Criterium

	INOVASI LAYANAN	INOVASI PRODUK	KEPUASAN PELANGGAN	KUALITAS LAYANAN	LOYALITAS PELANGGAN
INOVASI LAYANAN	0.787				
INOVASI PRODUK	0.829	0.845			
KEPUASAN PELANGGAN	0.788	0.804	0.854		
KUALITAS LAYANAN	0.828	0.838	0.783	0.816	
LOYALITAS PELANGGAN	0.783	0.766	0.818	0.775	0.855

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3

Tabel 19 Hasil Nilai Pada *Average Variance Extracted (AVE)*

NO	Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	0.732
2	Kepuasan Pelanggan (Z)	0.730
3	Inovasi produk (X1)	0.713
4	Inovasi Layanan (X2)	0.620
5	Kualitas Layanan (X)	0.666

Sumber: Hasil *Output* Smart PLS3.3

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar
Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Tabel 20 Hasil Nilai Pada *Composite Reliability*

NO	Variabel	<i>Composite reliability</i>
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	0.956
2	Kepuasan Pelanggan (Z)	0.915
3	Inovasi produk (X1)	0.937
4	Inovasi Layanan (X2)	0.907
5	Kualitas Layanan (X)	0.952

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

Tabel 21 Hasil Pada Nilai *Cronbach's Alpha*

NO	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
1	Loyalitas Pelanggan (Y)	0.947
2	Kepuasan Pelanggan (Z)	0.877
3	Inovasi produk (X1)	0.920
4	Inovasi Layanan (X2)	0.876
5	Kualitas Layanan (X)	0.943

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

Tabel 22 Hasil Pada Nilai *R Square*

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kepuasan Pelanggan	0.707	0.698
Loyalitas Pelanggan	0.733	0.722

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS 3.3

Berdasarkan hasil data tersebut, menunjukkan hasil nilai pada variabel kepuasan pelanggan yaitu 0.707. Dari hasil tersebut menunjukkan ada pengaruh inovasi produk, inovasi layanan serta kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu 70.7% jadi sisanya yang sebesar 29.3% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang diluar dari variabel yang diteliti. Dan variabel loyalitas pelanggan sebesar 0.733 itu memiliki arti bahwa ada pengaruh variabel inovasi produk, inovasi layanan, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan terhadap loyalitas yaitu sebesar 73.3% jadi sisanya yang sebesar 26.7% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang diluar dari variabel yang diteliti. Ini dinilai baik karena model telah mendekati nilai 1.

Tabel 23 Hasil Nilai Koefisiensi Analisis Jalur

			<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sampel Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics ((O-STDEV))</i>	<i>P Values</i>
Iovasi Pelanggan	Produk→	Loyalitas	0,072	0.076	0.160	0.449	0.654
Iovasi Pelanggan	Produk→	Kepuasan	0.366	0.363	0.154	2.380	0.018
Iovasi Pelanggan	Layanan →	Loyalitas	0.226	0.235	0.115	1.959	0.051

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Pelanggan								
Inovasi	Layanan	→	Kepuasan	0.285	0.288	0.111	2.557	0.010
Pelanggan								
Kualitas	Layanan	→	Loyalitas	0.184	0.183	0.118	1.560	0.119
Pelanggan								
Kualitas	Layanan	→	Kepuasan	0.240	0.238	0.122	1.968	0.050
Pelanggan								
Kepuasan	Pelanggan	→	Loyalitas	0.439	0.425	0.115	3.818	0.000
Pelanggan								

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3

Dari hasil data dari tabel diatas, terdapat *Original Sampel* (O) yang dihasilkan berdasarkan dari nilai koefisiensi analisis jalur. Dari hasil yang telah diperhitungan diatas bahwa variabel inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.072 dengan nilai t hitung sebesar $0.449 < \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta nilai p values $0.654 > 0.1$ dinyatakan bahwa inovasi produk tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.366 lalu nilai t hitung sebesar $2.380 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta p values $0.018 < 0.1$ dinyatakan bahwa inovasi produk signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.226. perhitungan nilai t hitung sebesar $1.959 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta nilai p values $0.051 < 0.1$ dinyatakan inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan menghasilkan kontribusi nilai *original sampel* sebesar 0.285. Perhitungan nilai t hitung sebesar $2.557 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta p values $0.010 < 0.1$ dinyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.184. Perhitungan nilai t hitung sebesar $1.560 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta nilai p values $0.119 > 0.1$ dinyatakan bahwa inovasi layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.240. perhitungan nilai t hitung sebesar $1.968 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta p values $0.050 < 0.1$ dinyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya dari hasil kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan memiliki kontribusi nilai *original sampel* sebesar 0.439. Perhitungan nilai t hitung sebesar $3.818 > \text{nilai t tabel } 1.66088$ serta p values sebesar $0.000 < 0.1$ dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 24 Hasil Nilai Koefisiensi Analisis Jalur Melalui Variabel Intervening

			<i>Original Sampel (O)</i>	<i>Sampel Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O-STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Iovasi	Produk→	Kepuasan	0.160	0.157	0.083	1.929	0.054
	Pelanggan→	loyalitas pelanggan					

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

Inovasi Layanan → Kepuasan Pelanggan → loyalitas pelanggan	0.125	0.121	0.057	2.212	0.027
Kualitas Layanan → Kepuasan Pelanggan → loyalitas pelanggan	0.105	0.100	0.059	1.786	0.075

Sumber: Hasil *Output* SmartPLS3.3

Dari hasil data dari table 24 diatas, adanya tabel *Original Sampel* (O) yang didapat dari koefisiensi analisis jalur. Dari hasil yang telah diperhitungan diatas menunjukkan jika variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara variabel inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai sebesar 0.160 berdasarkan dari hasil *original sampel*. Perhitungan nilai t hitung yaitu $1.929 >$ nilai t tabel 1.66088 dan p values $0.054 < 0.1$ Serta dari perbandingan hasil pengujian langsung dan tidak langsung antara inovasi produk terhadap loyalitas layanan. Bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara inovasi produk terhadap loyalitas pelanggan dapat memediasi secara signifikan.

Kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara variabel inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki kontribusi nilai sebesar 0.125. Perhitungan nilai t hitung yaitu $2.212 >$ nilai t tabel 1.66088 dan p values $0.027 < 0.1$ Serta dari perbandingan hasil pengujian langsung dan tidak langsung antara inovasi produk terhadap loyalitas. Bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara inovasi layanan terhadap loyalitas pelanggan dapat memediasi secara signifikan.

variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan memiliki nilai sebesar 0.105. Perhitungan nilai t hitung yaitu $1.786 >$ nilai t tabel 1.66088 dan p values $0.075 < 0.1$. Serta dari perbandingan hasil pengujian langsung dan tidak langsung antara inovasi produk terhadap loyalitas layanan dengan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Bahwa kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dapat memediasi secara positif dan signifikan..

Pembahasan

Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan layanan

Berdasarkan dari analisis yang dijalankan berkaitan dengan variabel inovasi produk (X1), hasil yang didapat menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan disimpulkan bahwa inovasi produk dari pegadaian memberikan kepuasan pelanggan pegadaian yang telah menggunakan jasa layanannya. Kemudian ada kesesuaian penelitian (Putri Hardiati Rukmana, 2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Worek & Sepang, n.d.) menunjukkan bahwa ada pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan terhadap keunggulan bersaing. Adapun pembahasan dari penelitian yang dilakukan (Putri Hardiati Rukmana, 2019) dan (Worek & Sepang, n.d.) penyebab berpengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan ialah inovasi produk merupakan salah satu hal yang penting dalam perusahaan terlebih lagi seperti Pegadaian. Banyaknya perusahaan sejenis membuat perlu adanya peningkatan variasi inovasi produk sehingga dapat menarik pelanggan baru dan juga membuat pelanggan puas serta tetap memakai jasa produk dan layanan kita.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

IV.4.2 Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dari analisis yang dijalankan berkaitan dengan variabel inovasi layanan (X2), hasil yang didapat menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan..Kemudian ada kesesuaian penelitian(Arshad & Su, 2015) dan (YuSheng & Ibrahim, 2019) menunjukkan bahwa ada pengaruh inovasi layanan terhadap kepuasan pelanggan yang menyatakan inovasi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa alasan inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ialah menurut (Arshad & Su, 2015) dan (YuSheng & Ibrahim, 2019) yaitu pembaharuan dalam merapkan layanan yang diberikan kepada pelanggan, mengembangkan penyampaian atau proses layanan yang agar dapat memudahkan pelanggan dalam menggunakan layanan selain itu perlu adanya pembaharuan dalam bidang teknologi baik teknologi transaksi pembayaran maupun teknolog agar dapat meningkatkan pelayanan ke pada pelanggan.

IV.4.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan dari analisis yang dijalankan berkaitan dengan variabel kualitas layanan (X3), hasil yang didapat menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. disimpulkan kualitas layanan dari pegadaian memberikan kepuasan terhadap konsumen pada saat menggunakan jasa pegadaian.Kemudian ada kesesuaian penelitian dilakukan (Sukamma & Muthalib, 2014) dan (Khatimah, 2011) menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan meyatakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa alasan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ialah menurut (Sukamma & Muthalib, 2014) dan (Khatimah, 2011) yaitu meningkatkan kualitas layanan seperti menyediakan failitas yang bagus dan nyaman terhadap pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada pelanggan dan juga serta memberikan jaminan keamanan pada saat menggunakan layanan jasa lalu ningkatkan interaksi hubungan layanan yang baik antara perusahaan dan pelanggan.

IV.4.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelagggan

Berdasarkan dari analisis yang dijalankan berkaitan dengan variabel kepuasan pelanggan (Z) hasil yang didapat menyatakan ada hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan disimpulkan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan membuat pelanggan menjadi loyal terhadap jasa layanan pegadaian. Kepuasan pelanggan didapat dari kesesuaian harapan atau ekspektai yang di berikan pegadaian sesuai dengan yang diharapkan atau ekpektasi pelanggan serta kualitas produk dan layanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik pada pandangan pelanggan Sejalan dengan terori yang disebutkan oleh (Dr. Meithiana Indrasari, 2019 hlm 83) Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan tujuan akhir pada setiap perusahaan. Kepuasan pelanggan adalah faktor yang penting untuk kelangsungan kegiatan perusahaan, terpenuhnya kebutuhan yang diinginkan pelanggan berdampak meningkatkan keunggulan dan terciptanya loyalitas. Serta sesuai penelitian yang dilakukan (Shanka, 2012) dan (Antanegoro, Surya, & Sanusi, 2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

SIMPULAN

Berikut ini merupakan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan variabel inovasi produk mendapatkan hasil bahwa inovasi produk terdapat pengaruh positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pegadaian pada saat ini dipengaruhi oleh inovasi produk yang dilakukan oleh pegadaian. Inovasi produk yang dimaksud ialah adanya variasi produk yang ditawarkan pegadaian pada pelanggannya. Kemudahan pelanggan dalam memperoleh pinjaman pembiayaan dan juga dalam berinvestasi emas. Dan juga produk layanan yang berkualitas dan memiliki manfaat yang lebih sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

variabel inovasi layanan mendapatkan hasil bahwa inovasi layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pegadaian pada saat ini dipengaruhi oleh inovasi layanan yang dilakukan oleh pegadaian. Inovasi layanan yang dimaksud ialah adanya penggunaan teknologi dalam sistem pelayanan jasa yang diberikan pegadaian berupa aplikasi yang bernama pegadaian digital. Pengembangan layanan baru

kualitas layanan mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pegadaian. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pegadaian pada saat ini dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dilakukan oleh pegadaian. Kualitas layanan yang dimaksud ialah adanya sarana dan prasarana yang nyaman dan terjaga kebersihannya, memiliki sumber daya manusia berkualitas serta standar operasional pelayanan yang telah diterapkan kepada pelanggan sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

kepuasan pelanggan mendapatkan hasil bahwa kepuasan pelanggan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di pegadaian. Selanjutnya dengan menggunakan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening antara inovasi produk, inovasi layanan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas terbukti dapat memediasi dan mendapatkan hasil positif dan signifikan. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan pegadaian pada saat ini dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan yang dirasakan terhadap pelanggan pegadaian. Kesesuaian harapan pelanggan dan produk serta layanan yang berkualitas memuat pelanggan puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Antanegoro, R. Y., Surya, D., & Sanusi, F. (2017). ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK, INOVASI LAYANAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2), 167–179.
- Arshad, A. M., & Su, Q. (2015). Role of total quality management in service innovations: An empirical study of Pakistan's financial services firms. *Journal of Applied Business Research*, 31(3), 891–910. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i3.9225>
- Balilatfo. (2019). *Inovasi pemasaran produk unggulan berbasis ekonomi digital*. Jakarta: Kementerian Desa PDT dan Transmigrasi.

PROSIDING BIEMA

Business Management, Economic, and Accounting National Seminar

Volume 2, 2021 | Hal. 365 - 378

- Hardiyansyah. (2018). *Kualitas Pelayanan Publik, Cetakan 1*. Yogyakarta: Gava Media.
- Khadka, K., Maharjan, S., Städtjänster, C. T., & Trivsel, (. (2017). *Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. 2(5), 135–142.
- Khatimah, H. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *Christiana Okky Augusta Lovenia, XIII*(September), i–36.
- Kotler Philip, & Keller K. (2016). Marketing Management 15th Global Edition. In *England: Pearson Educationn Limited*.
- Nursyamsi, M. (2021, February 8). Pegadaian Beberkan Kinerja Perusahaan Selama Pandemi. *REPUBLIKA.CO.ID*. Retrieved from <https://www.republika.co.id/berita/qo74zn370/pegadaian-beberkan-kinerja-perusahaan-selama-pandemi>
- Pawestriningtyas, N. C. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 32(2), 39–46.
- Putri Hardiati Rukmana. (2019). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA PT. BNI SYARIAH KOTA MEDAN). *Skripsi*, 1–148.
- Setiawan, S. R. D. (2018, April 2). Usia 117 Tahun, Bisnis Pegadaian Tak Hanya Gadai. *Kompas.Com*. Retrieved from <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/04/02/060900326/usia-117-tahun-bisnis-pegadaian-tak-hanya-gadai>
- Shanka, M. S. (2012). Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector. *Journal of Business Administration and Management Sciences Research*, 1(1), 1–9. Retrieved from <http://www.apexjournal.org/JBAMSR>
- Sukamma, L. E., & Muthalib, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT . Pegadaian (Persero) Cabang Madala Medan. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(1), 1–7. Retrieved from <http://ojs.uma.ac.id/index.php/publikauma>
- Worek, S. E. G., & Sepang, J. L. (n.d.). *KEPUASAN NASABAH MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN PT . PEGADAIAN (PERSERO) KAROMBASAN IMPACT OF PRODUCT INNOVATION AND SERVICE QUALITY AND SATISFACTION CUSTOMERS THROUGH THE PURCHASE DECISION OF PT . PEGADAIAN (PERSERO)* *Jurnal EMBA Vol . 9 No . 2 April 202*. 9(2), 404–412.
- YuSheng, K., & Ibrahim, M. (2019). Service innovation, service delivery and customer satisfaction and loyalty in the banking sector of Ghana. *International Journal of Bank Marketing*, 37(5), 1215–1233. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2018-0142>