

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA *SMARTPHONE* MEREK IPHONE APPLE DI KOTA SEMARANG

Muhammad Syahendra Riswan¹, Handojo Djoko Waloejo², Sari Lisyorini³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: syahendramuhammad@gmail.com

Abstract: *Apple itself is a technology manufacturer that has its flagship smartphone product called the Iphone. However, the Iphone is not the brand that has the highest percentage in the top brand survey conducted in Indonesia. This data shows that the Iphone is not a product that has the highest level of consumer satisfaction in Indonesia. Indonesian consumer complaints about the Iphone itself explain that they often experience errors and the battery is easily overheated or even damaged. In addition, users also complain about the monotonous design. So by looking at the existing problems this research is intended to determine the effect of product innovation and product quality on consumer satisfaction on Iphone smartphone users. The number of samples used is 100 respondents who use or have used Iphone and also who reside permanently or temporarily in the city of Semarang. This study uses a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. In collecting data, it was done through questionnaires, interviews, and literature studies. The type of research used is explanatory research. The results that the innovation variable has a positive influence on the consumer satisfaction variable, then there is the product quality variable that has a positive influence on the consumer satisfaction variable, and the last is the innovation variable and product quality which has a positive effect. positive on the variable of consumer satisfaction. The advice that researchers can give based on this research is for Apple as the manufacturer of the Iphone itself, it is a design that must have a new and different appearance from before so that consumers do not feel bored with the designs offered. In addition, the quality of battery health continues to be an obstacle for Iphone users, which is expected, Apple can overcome these problems and the last suggestion is regarding the application of prices to Iphone products which, based on this research, are still too high.*

Keywords: *Product Innovation, Product Quality, Customer Satisfaction*

Abstraksi: Apple sendiri merupakan produsen teknologi yang memiliki produk smartphone unggulannya yang bernama Iphone. Namun Iphone bukan menjadi brand yang memiliki presentase terbanyak dalam survei top brand yang dilakukan di Indonesia. Dengan data ini menunjukkan bahwa Iphone bukan menjadi produk yang memiliki tingkat kepuasan konsumen tertinggi di Indonesia. Keluhan konsumen indonesia mengenai Iphone sendiri menjelaskan seringnya mengalami eror dan baterai mudah panas ataupun bahkan rusak. Selain itu pengguna juga mengeluhkan mengenai desain yang monoton. Sehingga dengan melihat permasalahan yang ada penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna smartphone Iphone. Jumlah sample yang digunakan adalah sebanyak 100 responden yang menggunakan ataupun pernah menggunakan produk Iphone yang bertempat tinggal tetap ataupun sementara di kota Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Dalam mengumpulkan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. tipe penelitian yang digunakan adalah explanatory research. Hasil variabel inovasi memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, lalu terdapat variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen, dan yang terakhir adalah variabel inovasi dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan penelitian ini adalah bagi Apple sebagai produsen Iphone itu sendiri adalah desain yang harus memiliki tampilan yang baru dan berbeda dari sebelumnya sehingga konsumen merasa tidak bosan akan desain yang ditawarkan. Selain itu kualitas kesehatan baterai terus menjadi kendala bagi pengguna Iphone yang diharapkan, Apple dapat mengatasi permasalahan tersebut dan saran yang terakhir adalah mengenai penerapan harga pada produk Iphone yang berdasarkan penelitian ini masih terlalu tinggi.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

Pendahuluan

Dunia digitalisasi pada perkembangannya terus berganti dengan adanya kemajuan teknologi. Majunya industri teknologi di dunia juga mendorong perkembangan ekonomi dan bisnis menuju industri yang bergantung dengan teknologi yang paling sering kita jumpai yaitu *smartphone*. Setiap individu saat ini sangat membutuhkan dan kebergantungan dengan *smartphone* dalam kehidupannya sehari-hari. Hal – hal yang tadinya tidak dapat manusia laksanakan sekarang ini bisa hanya dengan sebuah *smartphone* genggam yang dapat kita bawa setiap saat. *Smartphone* membantu dalam banyak hal mulai dari hal-hal mudah seperti menunjukkan arah jalan, menyimpan file-file, pembayaran, membeli makanan, dan masih banyak lagi. Teknologi yang sangat mudah untuk digunakan dan untuk didapatkan membuat masyarakat saat ini menginginkan hal yang lebih dari *smartphone* untuk dapat membantu lebih dalam keberlangsungan dan kemudahan hidup manusia.

Inovasi dan perkembangan dari teknologi akan terus berkembang apabila penggunaan teknologi tersebut terus berkembang. Dengan didorong oleh perkembangan internet yang sangat penting menjadi faktor pendorong dari perkembangan penggunaan *smartphone* di dunia. Dimana dengan semakin banyak akses pada internet membuat daerah – daerah yang tidak terjangkau oleh teknologi sebelumnya bisa terjangkau dengan sebuah *smartphone*.

Indonesia sendiri menempati urutan keempat di dunia menjadi negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak dengan 183,68 juta pengguna atau sekitar 60 persen dari total populasi pada tahun 2020. Menurut lembaga Statista sebagai lembaga statistik dunia Indonesia adalah salah satu pasar yang paling dicari secara global untuk e-commerce, dengan pemain lokal besar dan kelas berat global berjuang untuk pasar yang berkembang sangat besar ini dan juga memperkirakan bahwa pengguna *smartphone* di Indonesia sendiri di perkirakan pada tahun 2025 akan mencapai 89 persen dari total populasi masyarakat di Indonesia.

Dari data-data diatas menunjukkan bahwa situasi pasar teknologi saat ini terus berkembang. Teknologi telepon selular atau yang lebih canggih *smartphone* merupakan salah satu industri yang paling cepat perkembangannya. Setiap tahunnya hampir selalu ada inovasi maupun produk baru dari teknologi *smartphone*. (Park & Chen, 2007) menjelaskan bahwa Dilihat dari popularitas dan kegunaan yang disajikan, *smartphone* telah membuktikan peningkatannya dalam hal permintaan. Salah satu produsen teknologi khususnya *smartphone* adalah Apple. Apple sendiri merupakan produsen teknologi yang memiliki produk *smartphone* unggulannya yang bernama *Iphone*. Sebagai salah satu produsen *smartphone* terbesar di dunia, Apple terus berupaya untuk meningkatkan kepuasan dari para pengguna produknya.

Untuk bersaing dan bertahan di pasar global yang sangat besar, perusahaan harus memahami pentingnya kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi faktor terpenting dalam bisnis untuk dapat bertahan di persaingan *smartphone* yang sangat ketat dengan *smartphone* lainnya. kepuasan konsumen menjadi target utama hampir semua perusahaan sehingga konsumen setia terhadap perusahaan dan tidak beralih ke produk pesaing. Hal ini didasari oleh penjelasan (Philip Kotler & Amstrong, 2008) bahwa kepuasan pelanggan berlandaskan dari ekspektasi kinerja sebuah produk tersebut dan menilai kinerja produk dalam hitungan relatif terhadap ekspektasi konsumen..

Perusahaan teknologi khususnya *smartphone* dituntut untuk dapat terus berinovasi dalam menghadirkan teknologi-teknologi yang baru, lebih efisien, unik dan lebih baik dari produk sebelumnya. Perusahaan teknologi yang terus berinovasi akan dapat terus bertahan pada era yang serba cepat ini. Hal ini sesuai dengan penjelasan (Han et al., 1998) bahwa perusahaan yang melakukan inovasi dalam produk yang ditawarkannya tentunya memiliki tujuan untuk memberikan kebutuhan pasar dan produk dari hasil sebuah inovasi menjadi cara yang dapat dipakai oleh sebuah perusahaan untuk memiliki keunggulan dari perusahaan lainnya. *Iphone* sendiri merupakan *smartphone* terobosan yang dikeluarkan oleh Apple dan menjadi inovasi pertama di dunia dimana menjadi *smartphone* dengan *touchscreen* pertama disaat telepon selular

lainnya masih menggunakan keypad. Resmi pada tanggal 9 Januari 2007 dimana Apple mengumukan Iphone tipe pertamanya yaitu Iphone 2G dengan touchscreen dan hanya memiliki satu tombol yaitu tombol home yang membuat smartphone ini dinilai simple dan elegan dibandingkan smartphone dari produsen smartphone lainnya.

Selain dari inovasi yang terus dikembangkan oleh Apple, kepuasan konsumen terhadap produk smartphone Iphone dapat disebabkan dari kualitas dari produk Iphone itu sendiri. Produk dengan kualitas tinggi tentunya diinginkan oleh setiap konsumen tentu. Fungsi sebuah produk haruslah sesuai dengan kemampuan produk. Loyalitas dari konsumen akan timbul dengan kepuasan konsumen. (Philip Kotler & Amstrong, 2008) menyatakan bahwa pada dasarnya konsumen lebih memilih sebuah produk yang memiliki kualitas terbaik, performa terbaik, dan yang paling inovatif dari pesaingnya. Berdasarkan artikel yang dipublikasi oleh (Namira, 2019) terdapat beberapa kelebihan Iphone dibanding hp android yaitu kerja sistem operasi Iphone cenderung lebih cepat dibandingkan smartphone berbasis android, mudah untuk dioperasikan, kamera yang jernih, tidak memiliki banyak bloatware, mendapatkan aplikasi yang terbaik, minim terserang malware, lebih aman untuk anak-anak, dan menawarkan layanan pengguna yang sangat baik.

Peneliti memilih bidang usaha di teknologi, yaitu *smartphone* Iphone yang merupakan smartphone dengan touchscreen pertama disaat telepon selular lainnya masih menggunakan keypad. Perusahaan ini awalnya dibangun oleh Steve Jobs, Steve Wozniak, dan Ronald Wayne. Pada tahun 2007 Steve Jobs merubah namanya menjadi Apple Inc. hal ini menjadi cerminan beralihnya fokus perusahaan dari pembuat komputer ke barang elektronik konsumen. Di Kota Semarang sendiri terdiri dua toko ritel resmi untuk produk dari Apple yaitu Story-I Semarang yang terletak di Paragon City Mall dan yang kedua adalah yang buka pada tahun 2021 adalah i-Box Semarang yang terletak di DP Mall Semarang.

Apple sendiri merupakan salah satu produsen barang teknologi yang berdiri sudah cukup lama dan masih bertahan saat ini dengan kompetitor teknologi global yang semakin ketat karena semakin banyaknya inovasi – inovasi teknologi yang dibuat oleh produsen – produsen barang teknologi lama maupun baru yang ada di dunia. Ditambah dengan memahami pentingnya smartphone pada kehidupan manusia sehari – hari dan banyaknya jumlah pengguna *smartphone* yang sebanyak 92 persen dari total populasi di Jawa Tengah maka dari itu peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian pada pengguna produk Iphone Apple di kota Semarang.

Tabel 1. Indeks Kepuasan Konsumen Top Brand 2021 Smartphone

Brand	TBI	TOP
Samsung	38,0%	TOP
Oppo	20,9%	TOP
Iphone	15,9%	TOP
Xiaomi	10,6%	

Sumber: Top Brand Indeks 2021

Berdasarkan tabel diatas, kita dapat melihat bahwa Iphone sebagai produk dari produsen teknologi Apple bukan menjadi produk *smartphone* yang memiliki nilai kepuasan konsumen tertinggi di Indonesia walaupun masih mendapatkan gelar TOP dari Top Brand Indeks pada tahun 2021. Data diatas memperlihatkan bahwasanya persentase Samsung menduduki tertinggi dengan 38 persen dengan tingkat kepuasan konsumen dengan disusul oleh produk oppo yang memiliki presentase 20,9 persen. Kepuasan konsumen bisa berasal dari banyak hal dari sebuah produk tersebut tanpa terkecuali pada produsen besar seperti Apple. Kekurangan selalu terjadi terhadap produk yang dijual kepasar dan tidak terkecuali produk Iphone dari Apple itu sendiri. Keluhan yang paling sering dikeluhkan dari pengguna Iphone sendiri berdasarkan KompasTekno ialah 1. Seringnya eror (software) 2. Baterai yang cepat panas dan rusak (hardware) 3. Desain yang tidak berubah jauh. Ini menandakan bahwa kualitas dan inovasi dari produk Iphone belum sebaik yang diharapkan oleh penggunanya.

Tabel 2. Penjualan Smartphone Merek Iphone di Kota Semarang

Tahun	TBI	TOP
2016	± 500 unit	
2017	± 200 unit	-60%
2018	1.000 unit	400%
2019	2.611 unit	161%
2020	3.839 unit	47%

Sumber: Story-I Semarang, 2021

Berdasarkan dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tahun 2021 di Story-I Semarang yang merupakan toko ritel resmi produk – produk Apple di kota Semarang menunjukkan hasil penjualan yang dapat dilihat pada tabel 1.2 diatas. Dapat dilihat bahwa penjualan smartphone iphone di story-I semarang memiliki pertumbuhan setiap tahunnya semenjak tahun 2018 yang disusul pada tahun – tahun berikutnya. Namun jika kita lihat bahwa pada tahun 2020 terjadi penurunan drastis pertumbuhan penjualan di story-I semarang yang hanya tumbuh sebanyak 47 persen.

Terjadinya penurunan persentase pertumbuhan pada penjualan iphone di Story-I di kota Semarang menimbulkan pertanyaan. Jika kita mengikuti perkembangan produsen teknologi ini pada tahun 2020 Apple baru saja mengeluarkan Iphone dengan tipe terbarunya yaitu Iphone 12. Tentu saja hal ini menjadi pertanyaan apa yang membuat persentase pertumbuhan penjualan lebih sedikit dibandingkan dengan pada tahun – tahun sebelumnya. Seperti yang kita tahun di akhir tahun 2020 ternyata pandemi yang melanda dunia yang menyebabkan perubahan terutama dalam sektor ekonomi. Bukan tidak mungkin pandemi covid 19 memiliki pengaruh terhadap penurunan persentase pertumbuhan penjualan ini, namun tentu tidak semua turunnya pertumbuhan penjualan Iphone disebabkan oleh adanya virus covid 19, terdapat berbagai alasan yang dapat menyebabkan turunnya pertumbuhan penjualan Iphone di kota Semarang. Hal ini bisa terjadi sebab – sebab lainnya seperti inovasi yang kurang memuaskan bagi pengguna, desain produk yang tidak berubah banyak, kualitas baterai yang kurang baik, daya tahan produk yang tidak baik dan rentan dan masih banyak lagi.

Adanya penurunan pertumbuhan penjualan Iphone di kota Semarang, mengharuskan perusahaan melakukan evaluasi kembali mengenai tingkat kualitas produk dan juga memberikan inovasi – inovasi yang sekiranya lebih dibutuhkan maupun diinginkan oleh konsumen. Hal tersebut menjadi tantangan bagi Apple sebagai salah satu produsen produk teknologi terbesar didunia dan merupakan produsen dari produk Iphone untuk dapat terus meningkatkan inovasi dari produknya dan kualitas dari produknya sehingga harapannya akan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga menciptakan konsumen yang loyal terhadap produk Iphone dan harapannya meningkatkan profit dari perusahaan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari *smartphone* merek Iphone di Kota Semarang? (2). Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari *smartphone* merek Iphone di Kota Semarang? (3). Apakah inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dari *smartphone* merek Iphone di Kota Semarang?

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

(Schiffman & Kanuk, 2007) menjelaskan bahwa perilaku konsumen merupakan sebuah studi yang mempelajari bagaimana seseorang mengambil keputusan berbelanja atas ketersediaan sumber daya serta dimiliki (usaha, uang serta waktu) yang nantinya guna memperoleh barang atau jasa untuk dikonsumsi.

Inovasi Produk

Dalam bukunya (Sutarno, 2012) menjelaskan bahwa inovasi adalah sebuah proses dari transfer pengetahuan kepada sebuah produk, jasa, maupun kegiatan menggunakan suatu hal yang baru.

(Handayani, 2016) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan guna memperbaiki produk lamanya untuk bisa memberi nilai lebih dari produk baru yang diduplikasinya sehingga kebutuhan dan selera konsumen bisa terpenuhi. Ada 3 indikator dari inovasi produk menurut handayani yang mana adalah: (1) Perubahan Desain, (2) Inovasi Teknis/Penemuan, (3) Pengembangan Produk.

Kualitas Produk

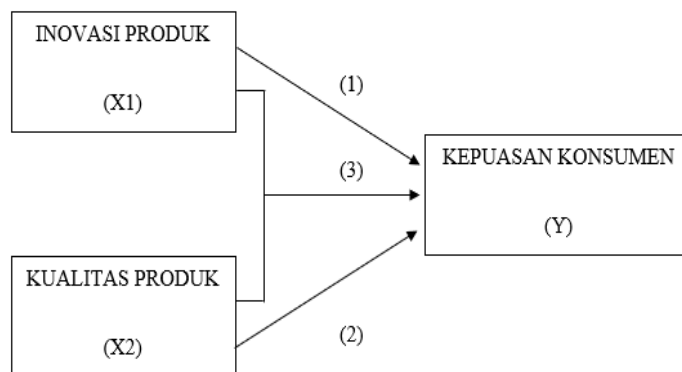
(Tjiptono, 2015) pada bukunya menjelaskan bahwa kualitas produk ialah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi dan menawarkan produk atas permintaan maupun kebutuhan dari konsumen dan juga ketepatan dari cara menyampaikan kepada konsumen dalam upaya mengimbangi harapan konsumen. Menurut (Tjiptono, 2015) indikator dari kualitas produk itu sendiri terdiri dari, yaitu : (1) Performa (2) *Eстетik*, (3) Fitur Spesial, (4) kesesuaian, (5) Keandalan, (6) Daya Tahan.

Menurut (Gravin & Davis, 2005) perusahaan harus bisa menjaga kualitas dari sebuah produknya dikarenakan kualitas menjelaskan suatu keadaan dimana sebuah proses dan tugas, manusia/tenaga kerja, produk dan juga lingkungan lalu sesuai atau justru melebihi ekspektasi pelanggan maupun pengguna produk tersebut.

Kepuasan Konsumen

(Philip Kotler & Keller, 2007) pada bukunya memaparkan mengenai kepuasan konsumen yang berarti tanggapan bahagia atau kecewa yang timbul dari para individu (konsumen) setelah menilai performa (hasil) dari suatu produk yang telah digunakan pada performa yang diinginkan. faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut (Philip Kotler & Keller, 2007) yaitu: (1) Harga (2) Ekspektasi dan Kinerja dari Kualitas Produk (3) Puas atas manfaat yang diberikan, (4) Keluhan Teratasi).

Hipotesis Penelitian



Gambar 1. Model Hipotesis

H1 : Diduga terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen

H2 : Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

H3 : Diduga terdapat pengaruh antara inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu *explanatory research*. Sehingga, tipe ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara Pengaruh inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebagai pada pengguna Iphone di Kota Semarang. Populasi menurut (Sugiyono, 2019) adalah wilayah generalisasi mencakup obyek ataupun subyek tertentu yang memiliki kelebihan serta karakteristik dari obyek/subyek lainnya yang ditentukan untuk dapat diteliti dan yang akhirnya akan disimpulkan peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah Pengguna *smartphone* Iphone di Kota Semarang

Sampel merupakan sejumlah kelompok yang memiliki kesamaan dari sebuah populasi. Menurut (Frankel & Wallen, 2016) bahwasanya besar sampel minimum bagi penelitian deskriptif sejumlah 100 responden. Dengan begitu, sampel pada penelitian ini sebesar 100 responden. Teknik sampling mempergunakan teknik non-probability sampling, yakni teknik pemilihan sampel yang mana tiap populasi tidak mendapat kesamaan peluang untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian (Sugiyono, 2018), dan dengan pendekatan purposive sampling karena penelitian ini hanya mengambil sampel sesuai kriteria. Penelitian ini dengan kriteria antara lain: (a) Pengguna *smartphone* Iphone yang bermukim di Kota Semarang (b) Pengguna *Smartphone* Iphone Minimal berumur 17 Tahun,

Hasil dan Pembahasan

Setelah mengetahui hasil dari penelitian ini yang dibantu pengolahan data menggunakan SPSS versi 25, maka bagian ini akan dipaparkan pembahasan mengenai hasil dari analisisnya yaitu:

Inovasi produk memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,636 karena terletak pada interval 0,60-0,799. Dilihat dari hasil koefisien determinasi, kontribusi yang diberikan variabel inovasi produk terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 40,5% berarti untuk sisanya 59,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Inovasi penting menurut (F.Drucker, 1985) bagi suatu perusahaan karena mempunyai fungsi yang istimewa bagi seorang pengusaha. Seorang pengusaha melakukan peningkatan nilai potensi untuk menciptakan modal dari sebuah inovasi dengan mengembangkan sumber daya produksi baru dan dapat mengelola sumber daya yang dimiliki. Hasil dari analisis koefisien regresi sederhana inovasi produk (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada pengguna Iphone di Kota Semarang menunjukkan $Y = 11,006 + 0,624X_1$ dan nilai t hitung (8,169) > t table (1,6606) dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dapat dibuat kesimpulan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Iphone di Kota Semarang” diterima.

Kualitas produk memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,706 karena terletak pada interval 0,60-0,799. Dilihat dari hasil koefisien determinasi, kontribusi yang diberikan variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen sebesar 49,9% berarti untuk sisanya 51,1% dipengaruhi oleh variabel lain. Kualitas produk penting menurut (Suryadi, 2012) bagi suatu perusahaan karena untuk menjaga kualitas dari sebuah produk untuk mengurangi resiko perusahaan dalam kehilangan konsumen, dan sekaligus menjaga reputasi perusahaan tetap baik. Hasil dari analisis koefisien regresi kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada pengguna Iphone di Kota Semarang sebesar 0,447 dan nilai t hitung (9,872) > t table (1,6606) dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dapat dibuat kesimpulan bahwa hipotesis 2 yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Iphone di Kota Semarang” diterima.

hipotesis ketiga dan juga terakhir adanya pengaruh antara inovasi dan kualitas produk pada kepuasan konsumen memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,729 karena terletak pada interval 0,60-0,799. Dilihat dari hasil koefisien determinasi, kontribusi yang diberikan variabel inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan sebesar 53,1% berarti untuk sisanya 46,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Menurut (Phillip Kotler, 2009) mengemukakan bahwa konsumen yang merasa puas akan mempunyai hubungan emosional dengan barang maupun jasa yang dirasakan serta menjadi loyal terhadap perusahaan. Hasil dari analisis koefisien regresi linear berganda inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada pengguna Iphone di Kota Semarang sebesar $Y = 6,738 + 0,258X_1 + 0,327X_2$ dan menunjukkan kualitas produk memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan dengan inovasi produk. Nilai F hitung (54,991) > F table (3,09) dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka dapat dibuat kesimpulan bahwa hipotesis 3 yang berbunyi “diduga terdapat pengaruh antara inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada pengguna Iphone di Kota Semarang” diterima.

Kesimpulan dan Saran

1. Hasil penelitian mengenai inovasi produk pada *smartphone* Iphone sudah tergolong baik. Terdapat indikator yang mempunyai nilai diatas rata-rata yaitu seperti bagusnya perubahan desain produk, produk handphone yang selalu berinovai, kebermanfaatan inovasi Iphone bagi pengguna, pengembangan produk yang dilakukan, dan menawarkan beragam desain produk yang menarik. Kemudian juga dapat dilihat hasil kategorisasi inovasi produk sebesar 55% dalam kategori baik, dan 33% kategori baik. Namun masih terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah rata – rata seperti contohnya adalah sering terjadinya perubahan desain di setiap seri, melakukan penemuan baru dibanding produsen lainnya, dan selalu mengembangkan produknya pada tipe Iphone keluaran barunya.
2. Hasil penelitian mengenai kualitas produk pada *smartphone* Iphone sudah tergolong baik. Terdapat indikator yang mempunyai nilai diatas rata-rata yaitu seperti performa *smartphone*, kecepatan pengoprasian, penawaran keberagaman warna yang menarik, penawaran fitur yang menarik, fitur yang disediakan mudah digunakan, kecocokan produk pada pengguna, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kemudian juga dapat dilihat hasil kategorisasi inovasi produk sebesar 55% dalam kategori baik, dan 29% kategori sangat baik. Namun masih terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah rata – rata seperti contohnya adalah desain produk yang menarik di setiap tipe, produk menyelesaikan masalah konsumen, berfungsi konsisten ketika pemakaian, memiliki daya tahan yang kuat dan tahan lama, dan memiliki ketahanan lebih baik dari kompetitor.
3. Hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen pada *smartphone* Iphone sudah tergolong baik. Terdapat indikator yang mempunyai nilai diatas rata-rata yaitu seperti ekspektasi kinerja sesuai dengan kenyataan, puas dengan kinerja *smartphone*, puas dengan produk *smartphone*, produk bermanfaat bagi pengguna, puas dengan pengembangan produk, pengembangan menjawab keluhan konsumen. Namun masih terdapat indikator yang memiliki nilai dibawah rata – rata seperti contohnya adalah puas dengan harga *smartphone* dan harga yang ditawarkan sesuai yang diberikan.
4. Variabel inovasi produk (X_1) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut dibuktikan oleh taraf signifikansi $0,00 < 0,05$ perhitungan t hitung $(8,169) > t$ tabel $(1,6606)$. Ini membuktikan kian baiknya inovasi produk, maka kepuasan konsumen pun kian tinggi. Variabel inovasi produk berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 40,5%.
5. Variabel kualitas produk (X_2) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y). Hal ini dibuktikan oleh taraf signifikansi $0,00 < 0,05$ perhitungan t hitung $(9,872) > t$ tabel $(1,6606)$. Ini menunjukkan semakin baiknya kualitas produk, maka juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang kian tinggi pula. Variabel kualitas produk berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 49,9%.
6. Variabel inovasi produk (X_1) dan kualitas produk (X_2) memberi pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal tersebut dibuktikan oleh perhitungan F hitung $(54,991) > F$ tabel $(3,09)$ dan menunjukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen dibandingkan inovasi. Ini membuktikan semakin tingginya inovasi produk dan kualitas produk, maka kepuasan konsumen pun kian tinggi. Variabel inovasi produk dan kualitas produk berkontribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 53,1%.

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pengguna *smartphone* merek Iphone Apple di Kota Semarang, maka akan dibuatkan beberapa saran yang dapat dipergunakan untuk Apple sebagai produsen *smartphone* Iphone dan untuk penelitian berikutnya setelah dilakukannya penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian mengenai inovasi produk yang diberikan oleh produk *smartphone* Iphone Apple tergolong baik Namun melihat dari nilai rata – rata indikator variabel inovasi pada produk *smartphone* Iphone menunjukan bahwa terdapat indikator bernilai skor dibawah rata-rata skor. Konsumen merasa Iphone bukan menjadi *smartphone* yang melakukan

penemuan baru dibanding produsen lainnya yang berarti penemuan smartphone bukanlah hal yang unik dan baru. Selain itu juga kurangnya perubahan desain pada setiap seri barunya dirasakan oleh penggunanya, mereka merasa bahwa perubahan desain tidak terlalu berubah dari seri sebelumnya. Diharapkan produsen Apple dapat memberikan inovasi yang baru atau belum pernah ada sebelumnya dan tentunya tetap mudah untuk digunakan bagi pengguna smartphone Iphone.

2. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas produk pada produk yang diberikan oleh produk *smartphone* Iphone Apple sudah dalam kategori baik, Namun tentunya masih ada kekurangan dari segi kualitas produk *smartphone* Iphone dari pengguannya yang dimana pengguna mengeluhkan mengenai kualitas baterai dan kesehatan baterai yang tidak tahan lama atau cepat berkurangnya kesehatan baterai. Selain itu daya tahan produknya juga dianggap kurang baik atau rentan rusak. Produsen Apple diharapkan dapat memperbaiki kualitas dari baterai *smartphone* Iphone untuk dapat lebih tahan lama dan tidak mudah berkurang dari kesehatan baterai tersebut.
3. Berdasarkan hasil penelitian mengenai kepuasan konsumen pada pengguna *smartphone* merek Iphone Apple di Kota Semarang sudah dalam kategori puas, namun mereka mengeluhkan harga yang masih terlalu tinggi untuk dapat dijangkau oleh konsumen. Konsumen merasa harga yang diberikan tidak sebanding dengan fitur yang diberikan. Oleh karena itu, diharapkan Apple sebagai produsen Iphone dapat meninjau kembali mengenai pemberian harga pada produk Iphone.
4. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya mengembangkan lebih baik yang dikarenakan produk teknologi terutama *smartphone* Iphone Apple terus mengeluarkan produk terbaru dan tentunya akan adanya keluhan baru yang dikeluhkan oleh konsumen yang diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian. Dengan inovasi yang terus dilakukan oleh produsen teknologi diharapkan pada penelitian yang akan datang dapat lebih berkembang dan menyesuaikan perkembangan teknologi kedepannya.

Daftar Referensi

- F. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper & Row, Publishers, Inc.
- Frankel, & Wallen. (2016). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8th ed.). McGraw-Hill Higher Education.
- Gravin, & Davis. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Erlangga.
- Han, J. K., Kim, N., & Srivastava, R. K. (1998). Market orientation and organizational performance: Is innovation a missing link? *Journal of Marketing*, 62(4), 30–45. <https://doi.org/10.2307/1252285>
- Handayani, R. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Pons's di Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik*. 11(9), 141–156. http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS-RJ/RBG/RBG-1995-v57_n1.pdf <https://periodicos.ufpe.br/revistas/rbgfe/article/view/234295>
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (12th ed.). Indeks.
- Kotler, Phillip. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Erlangga.
- Namira, I. (2019, September 26). 10 Kelebihan Iphone Dibanding HP Adnroid. *Idn Times*. <https://sulsel.idntimes.com/tech/gadget/izza-namira-1/kelebihan-iphone-yang-tidak-dimiliki-android-regional-sulsel/5>
- Park, Y., & Chen, J. v. (2007). Acceptance and adoption of the innovative use of smartphone. *Industrial Management & Data Systems*, 107(9).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen* (Z. Kasip (ed.)). PT. Indeks.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (p. 184). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryadi, P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (1st ed.). BPFE.
- Sutarno. (2012). *Serba Serbi Manajemen Bisnis*. Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.