

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen Afternoon Project Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu *simple random sampling* dengan sampel berjumlah 90 orang. Teknik analisis data menggunakan Metode *Statistical Pacakge for Social Science* (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa: (1) Kreativitas berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai regresi 0,035 dan tingkat signifikansinya 0,082. (2) Inovasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai regresi 0,003 dan tingkat signifikansinya 0,082 (3) kreativitas dan inovasi secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan tingkat signifikansinya 0,000, lebih kecil dari $< 0,05$ dan Nilai F hitungnya 36,345 nilai F hitung $> F$ table. Kemudian dari data yang diperoleh ditemukan bahwa, kreativitas bernilai 82%, inovasi dan kepuasan konsumen bernilai 81% yaitu dengan garis kontinum berada pada kategori baik. Adapun besarnya kontribusi pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan konsumen sebesar 45,5% dan sisanya sebesar 54,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Maka H_0 diterima yang artinya kreativitas dan inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Afternoon Project Bandung.

Dengan kata lain, dapat disimpulkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan dan positif baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen. Penerapan kreativitas dan inovasi berdasarkan hasil penelitian telah dilaksanakan secara baik, oleh karena itu diharapkan perusahaan Afternoon Project tetap selaras dalam menerapkan kreativitas dan inovasi ini, bahkan bisa terus ditingkatkan lagi.

Kata kunci : Kreativitas, Inovasi dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research aims to find out the relationship between creativity and innovation to customer satisfaction Afternoon Project Bandung. This research uses quantitative research methods with an associative research approach. Sampling techniques using probability sampling techniques, namely simple random sampling with a sample of 90 people. Data analysis techniques using Statistical Pacakge for Social Science (SPSS) method.

Based on the results of the study, found that : (1) Creativity positively affects consumer satisfaction with a regression value of 0.035 and a significance level of 0.082. (2) Innovation positively affects consumer satisfaction with a regression value of 0.003 and a significance level of 0.082 (3) creativity and innovation simultaneously positively affects customer satisfaction with a significance level of 0.000, smaller than < 0.05 and F value calculates 36.345 F value count $> F$ table. Then from the data obtained, it was found that creativity was 82%, innovation and customer satisfaction were 81%, that is, the continuum line was in the good category. The magnitude of the contribution of the influence of creativity and innovation on consumer satisfaction is 45.5% and the remaining 54.5% is explained by other factors not examined. Then H_0 is accepted, which means that creativity and innovation have a significant effect on customer satisfaction at the Bandung Afternoon Project.

So it can be concluded the creativity and innovation have a significant and positive effect both partially and simultaneously on consumer satisfaction. The application of creativity and innovation based on the results of research has been implemented well, therefore it is expected that the Afternoon Project company remains aligned in implementing this creativity and innovation, and can even be continuously improved.

Keywords : *Creativity, Innovation and Customer Satisfaction*