

## ABSTRAK

Wilkie (2018:102), mendefinisikannya bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tanggapan yang berbentuk emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Wilkie juga menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi yang telah membeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen atau penilaian konsumen terhadap produk yang digunakan atau dinikmati konsumen. Kepuasan konsumen menjadi gambaran perusahaan untuk memikirkan bagaimana hal ke depan atau adakah produk yang harus diubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan.

Howard Gardner (2018) mendefinisikan bahwa kreativitas adalah salah satu bentuk kecerdasan dan dapat dimiliki dalam berbagai domain, Gardner dalam teori kecerdasan majemuknya menyatakan bahwa kreativitas adalah salah satu bentuk kecerdasan, dan individu dapat memiliki kecerdasan kreatif yang berbeda-beda.

Kreativitas dipandang sebagai hal yang melampaui produk baru, layanan baru dan proses baru yang lebih baik. Setiap wirausaha dituntut untuk melakukan kreativitas pada produknya. Kreativitas mempunyai sebuah kemampuan dalam meluaskan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang. Kreativitas memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan menggabungkan ide baru dari ide yang telah dimilikinya yang bersumber dari pihak pelanggan sehingga membentuk kreativitas produk yang dapat memberi pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono (2019:112) kreativitas merupakan akumulasi dari gagasan perusahaan yang berupa ide-ide yang membedakan dari produk perusahaan lain yang mampu memberikan sesuatu yang baru yang hanya ditemukan pada produk tersebut. Atribut orang yang kreatif merupakan salah satu cara terbuka pengalaman, suka memperhatikan suatu hal yang jarang dilakukan seseorang, kesungguhan, menerima hal yang tidak sesuai yang diharapkan,

menghargai, bebas dalam menentukan keputusan, berfikir dan melakukan, memerlukan dan membutuhkan dan mengontrol sudut pandang seseorang, mengasumsikan otonomi, percaya diri, rela mengambil resiko yang telah diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar kemampuan untuk mengasah dan membuat ideyang baru, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, suka memberi tanggapan terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, tidak ada rasa takut gagal, berfikir secara imajinasi, dan selektif. Menurut Kotler dan Keller (2018; 476) inovasi produk adalah menyatakan bahwa inovasi merupakan bagian dari kerangka kerja yang menghubungkan aspek budaya perusahaan dengan kemampuan berinovasi serta meningkatkan kinerja perusahaan melalui keputusan membeli konsumen. Definisi mengenai inovasi produk menurut Crawford & De Benedetto (2020: 9) inovasi produk adalah “Inovasi yang digunakan kedalam seluruh organisasi perusahaan dimana sebuah produk yang baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di semua proses kegunaannya.

Hurley and Hult (2019) Mendefinisikan bahwa inovasi merupakan sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut supaya mampu menciptakan pemikiran baru, dan menawarkan produk yang inovatif serta meningkatkan pelayanan yang lebih baik untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dalam penelitian ini akan membahas pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kepuasan Konsumen pembelian produk olahan daun kelor pada minimarket yayasan Alfa Omega Tarus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik pembagian kuisioner. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 responden di ambil secara random populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Minimarket Yayasan Alfa Omega Tarus. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap kepuasan Konsumen pembelian produk olahan daun kelor pada minimarket yayasan Alfa Omega Tarus. Peneliti menggunakan Uji Analisis Linier Berganda,

Uji T (parsial), Uji F (Simultan) dan Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). dan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa secara parsial Kreativitas dan Inovasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen pembelian produk olahan daun kelor pada minimarket yayasan Alfa Omega Tarus

***Kata Kunci: Pembelian Produk Olahan Daun Kelor, Kreativitas dan Inovasi***