BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi inovasi yang diterapkan Empal Gentong H. Apud dalam meningkatkan loyalitas konsumen dilakukan secara bertahap tanpa mengubah rasa khas empal gentong. Inovasi tersebut berfokus pada menjaga konsistensi rasa melalui pemilihan bahan baku yang segar serta standar kerja dalam takaran bumbu, waktu memasak, dan penyimpanan bahan. Selain itu, usaha memperbaiki cara kerja dan penyajian, menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat, memperjelas informasi menu, serta memberikan pelayanan yang ramah dan cepat. Upaya tersebut membuat pelanggan merasa puas dan percaya, yang tampak pada pembelian ulang, kesediaan merekomendasikan usaha kepada keluarga dan teman, serta kecenderungan untuk tidak berpindah ke tempat lain. Dalam penerapannya masih terdapat kendala saat kondisi ramai, berupa antrean, menjaga kecepatan dan semangat kerja, serta perubahan harga dan kualitas bahan baku. Adapun peluang pengembangan terdapat pada menu pendamping, kemasan, dan promosi digital.
2. Kualitas produk Empal Gentong H. Apud berdasarkan persepsi pelanggan dinilai baik. Berdasarkan keterangan informan, pelanggan memberikan tanggapan positif karena rasa tetap khas dan tidak banyak berubah. Aspek yang paling diperhatikan pelanggan meliputi rasa, tekstur daging, kuah, aroma, kebersihan, porsi, kecepatan pelayanan, dan kenyamanan tempat. Persepsi positif tersebut mendorong pelanggan untuk kembali membeli dan merekomendasikan produk, termasuk melalui ulasan di media sosial, sehingga kualitas yang terjaga dari waktu ke waktu menjadi dasar utama terbentuknya loyalitas konsumen.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak usaha, diharapkan dapat terus mempertahankan konsistensi kualitas produk, terutama pada cita rasa yang menjadi ciri khas utama. Selain itu, perlu dilakukan inovasi secara berkelanjutan, baik dalam penyajian, pelayanan, maupun kenyamanan tempat usaha agar tetap relevan dengan perkembangan kebutuhan dan preferensi konsumen. Peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam hal pelayanan, juga perlu diperhatikan untuk menciptakan pengalaman konsumen yang lebih baik.
2. Bagi karyawan, diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas pelayanan dengan bersikap ramah, responsif, dan profesional dalam melayani konsumen. Karyawan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan, sehingga diperlukan komitmen untuk menjaga kualitas pelayanan secara konsisten. Selain itu, karyawan juga diharapkan mampu beradaptasi dengan perubahan dan mendukung penerapan inovasi yang dilakukan oleh usaha.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berkaitan, seperti kepuasan konsumen secara lebih mendalam, kualitas pelayanan, atau strategi pemasaran digital. Selain itu, penelitian dapat diperluas dengan menggunakan metode kuantitatif atau kombinasi metode (mixed methods) agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
4. Bagi pengembangan usaha kuliner daerah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam menerapkan strategi inovasi kualitas produk sebagai upaya meningkatkan loyalitas konsumen. Pelaku usaha kuliner lainnya dapat mengambil contoh dalam menjaga kualitas produk sekaligus melakukan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

C. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi inovasi kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Empal Gentong H. Apud, implikasi penelitian ini dapat dilihat dari beberapa aspek. Secara teoritis, temuan penelitian ini memperkuat konsep dalam pemasaran yang menyatakan bahwa kualitas produk dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas pelanggan. Strategi inovasi kualitas produk yang dilakukan secara konsisten terbukti mampu menciptakan kepuasan yang berkelanjutan, yang kemudian berkembang menjadi loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara strategi, kualitas produk, kepuasan, dan loyalitas merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku konsumen.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pelaku usaha kuliner perlu menerapkan strategi inovasi kualitas produk secara berkelanjutan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Upaya yang dapat dilakukan meliputi menjaga konsistensi cita rasa, meningkatkan kualitas pelayanan, serta memperhatikan kebersihan dan kenyamanan tempat usaha. Inovasi yang dilakukan tidak harus bersifat besar, tetapi dapat berupa perbaikan secara bertahap yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Dengan demikian, usaha dapat menciptakan pengalaman konsumsi yang positif dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Dari sisi manajerial, penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi inovasi kualitas produk sangat dipengaruhi oleh pengelolaan sumber daya manusia dan sistem operasional yang baik. Pihak usaha perlu menetapkan standar kualitas yang jelas serta melakukan evaluasi secara rutin terhadap kualitas produk dan pelayanan. Selain itu, penting untuk membangun budaya kerja yang mendukung inovasi, sehingga karyawan dapat berperan aktif dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Hal ini akan berdampak langsung terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON