

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai peran kualitas produksi dan kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas konsumen pada Industri Tahu Tiga “S” Prima, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan. Kualitas produksi berperan signifikan dalam membentuk kepuasan konsumen. Hasil wawancara dengan karyawan dan konsumen menunjukkan bahwa kualitas tahu yang dihasilkan dinilai baik, ditandai dengan cita rasa yang enak, tekstur yang lembut, tingkat kesegaran yang terjaga, serta ketahanan produk yang tidak mudah basi. Konsistensi kualitas produk tersebut menjadi faktor utama yang memengaruhi kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap Industri Tahu Tiga “S”. Kualitas pelayanan berkontribusi dalam meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan dinilai cukup baik, tercermin dari sikap ramah, sopan, dan responsif dalam melayani konsumen. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pelayanan, khususnya terkait keterbatasan tenaga kerja dan ketepatan waktu pengiriman, yang perlu mendapatkan perhatian lebih lanjut. Loyalitas konsumen terbentuk sebagai dampak dari kepuasan terhadap kualitas produk dan pelayanan. Loyalitas konsumen ditunjukkan melalui perilaku pembelian ulang secara berkelanjutan, kesediaan konsumen untuk tetap membeli meskipun terdapat kekurangan dalam pelayanan, serta kecenderungan konsumen untuk

merekomendasikan produk kepada pihak lain. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki komitmen dan hubungan jangka panjang dengan Industri Tahu Tiga “S” Prima. Kualitas produksi memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas konsumen.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung tetap bertahan karena kualitas produk yang unggul, meskipun terdapat beberapa keterbatasan dalam pelayanan. Dengan demikian, kualitas produksi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada Industri Tahu Tiga “S” Prima

5.2 Saran

1. Industri Tahu Tiga “S” Prima disarankan untuk meningkatkan pengawasan dan pengendalian kualitas produk secara lebih ketat, mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga produk siap dipasarkan. Selain itu, industri perlu membuat standar operasional prosedur (SOP) yang lebih jelas agar kualitas tahu yang dihasilkan tetap konsisten sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.
2. Industri Tahu Tiga “S” Prima disarankan untuk menetapkan strategi penetapan harga yang lebih stabil dan transparan kepada konsumen. Industri juga dapat melakukan perencanaan biaya produksi yang lebih baik, sehingga perubahan harga dapat diminimalkan dan konsumen tetap merasa nyaman dalam melakukan pembelian

3. Industri Tahu Tiga “S” Prima disarankan untuk meningkatkan manajemen distribusi dan pengiriman produk, misalnya dengan mengatur jadwal pengiriman yang lebih terstruktur serta memastikan ketersediaan tenaga atau sarana transportasi yang memadai. Dengan demikian, pengiriman produk dapat dilakukan tepat waktu dan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan industri dapat meningkat.

