

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Islamic Product Quality*, *Food & Beverage Quality* dan *Customer Experience* terhadap *Consumer Loyalty* pada produk UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo. Pada penelitian ini, sudah menjelaskan mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan, teori, data dan analisis temuan lapangan yang terdapat pada setiap bab. Berdasarkan data yang diperoleh maka peneliti dapat menyimpulkan hal-hal sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Islamic Product Quality* terhadap *Consumer Loyalty* pada produk UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika produk Sate & Gulai Kambing pada UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo menerapkan kualitas produk secara islami dengan baik maka dapat meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Food & Beverage Quality* terhadap *Consumer Loyalty* pada produk UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika produk Sate & Gulai Kambing pada UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo semakin memperhatikan kualitas makanan dan minuman yang ditawarkan maka akan berdampak pada kepuasan konsumen sehingga dapat menciptakan konsumen yang loyal.
3. Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Customer Experience* terhadap *Consumer Loyalty* pada produk UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo. Hal ini dapat diartikan bahwa ketika produk Sate & Gulai Kambing pada UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo karena kurangnya pengalaman yang didapat konsumen dari UMKM menyebabkan konsumen yang tidak loyal.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meyakinkan konsumen terhadap *Consumer Loyalty*, disarankan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya hasil riset ini diharapkan mampu digunakan untuk referensi bagi pihak kampus sebagai acuan penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian berkaitan

dengan *Consumer Loyalty* produk UMKM dibidang kuliner, meskipun penelitian ini jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat banyak kekurangan.

2. Bagi perusahaan pada produk di UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo terkait dengan *Islamic Product Quality* agar dapat lebih meningkatkan kualitas produk yang dimiliki sesuai dengan yang diajarkan agama dan *Food & Beverage Quality* juga untuk meningkatkan kualitas pada makanan dan minuman sehingga dapat menambah loyalitas para pelanggan. Terkait variabel *Customer Experience* agar produk pada UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo dapat menambah pengalaman konsumen untuk datang dan membeli kembali. Misalnya membuat inovasi produk dengan menambah variasi menu sesuai dengan olahan daging kambing supaya menarik perhatian konsumen serta dapat menambah loyalitas pelanggan.
3. Bagi konsumen yang ingin membeli produk pada UMKM Mbak Ida Satibi Sardjo, agar dapat lebih selektif lagi dalam membeli produk makanan dengan memperhatikan kualitas produk serta kualitas higienis pada **makanan** dan minuman juga sesuai dengan syariat islam.