

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa proses inovasi yang meliputi *Idea generation*, *Opportunity recognition*, *Idea evaluation*, *Development* diperoleh hasil inovasi varian rasa minuman yaitu Topping 3 macam: yaitu Boba, Cheese, Regal dan varian rasa baru: Ovomaltine, Manggo Yakult, Red Velvet.

Kemudian dari hasil penyebaran kuesioner pada 30 konsumen diperoleh tanggapan responden untuk variabel inovasi produk dimensi kesenangan bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi kesenangan (s). Untuk variabel inovasi produk dimensi kepuasan bahwa responden cukup setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi kepuasan (p). Untuk variabel inovasi produk dimensi ketertarikan bahwa responden sangat setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi ketertarikan (t). Untuk variabel tentang inovasi produk dimensi harga bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi harga dan untuk variabel inovasi produk dimensi Intensi bahwa responden setuju untuk seluruh pernyataan pada kuesioner inovasi produk dimensi intensi.

5.2. Saran

Sedangkan saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dari penelitian yang dilakukan proses inovasi telah dilakukan oleh Dum Tea telah dilakukan dan mendapatkan kategori dari tanggapan responden yang cukup baik. Hal ini terbukti bahwa rata-rata responden memberikan nilai yang cukup terhadap skala jawaban yang disediakan. Namun demikian perlu diperhatikan untuk aspek pertanyaan kepuasan pelanggan mengenai varian minuman perlu ditingkatkan. Maka disarankan bagi pihak Dum Thai Tea untuk meningkatkan lagi jumlah varian minuman supaya konsumen tidak merasa bosan dan terus berinovasi dikemudian hari.
2. Pada penelitian mendatang dengan topik serupa sebaiknya terus melakukan inovasi dalam segala hal, seperti inovasi pada bahan baku atau promosi untuk meningkatkan penjualan.