

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah melakukan pengolahan data dan analisis, maka diperoleh beberapa kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian yang didapat :

1. *Segmentation, Targetting, dan Positioning* dari *Dunkin Donuts* yang seharusnya dilakukan yaitu sebagai berikut :

✓ ***Segmentation***

- Segmentasi Demografis yaitu usia dan pekerjaan
- Segmentasi Psikografis yaitu pengeluaran perorang, tujuan datang ke *Dunkin Donuts*, informasi tentang *Dunkin Donuts*
- Segmentasi Perilaku yaitu menu yang sering dibeli, alasan utama memilih *Dunkin Donuts*, tingkat keseringan datang, lama waktu yang dihabiskan, datang bersama, media sosial yang sering digunakan.

✓ ***Targeting***

- Usia 21-25 tahun sebesar 62%
- Pegawai atau karyawan sebesar 44%
- Domisili Bandung Barat sebesar 30%
- Uang saku Rp 1.000.000 < uang saku ≤ Rp 1.500.000 sebesar 24% dari 59 responden yang belum berpendapatan sendiri.
- Pendapatan Rp 2.800.000 < pendapatan ≤ Rp 4.500.000 sebesar 39% dari 71 responden yang sudah berpendapatan.

✓ **Positioning**

Brand image yang dimiliki oleh *Dunkin Donuts* di Amerika Serikat adalah donat dan kopi yang lezat dengan tagline “*America Runs On Dunkin*” yang memiliki maksud bahwa *Dunkin Donuts* menjual ide bahwa minum kopi sebagai bahan bakar, sedangkan *starbucks* menjadikan minum kopi sebagai gaya hidup. Setiap hari orang Amerika menjalani hidup yang sangat sibuk, di Amerika minum kopi adalah ritual, ritual setiap pagi dalam perjalanan menuju tempat bekerja. Seperti dalam balapan kendaraan harus mengisi bahan bakar, dalam hal ini dengan konsumen minum kopi di *Dunkin Donuts* maka konsumen dapat memulai kesibukannya. Sedangkan di Indonesia *Dunkin Donuts* tidak menggunakan tagline tersebut, karena di Indonesia memiliki budaya yang berbeda dengan Indonesia.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 130 responden, maka dari itu positioning dari *Dunkin Donuts* adalah sebagai berikut :

- **Targeting**

- Usia 21-25 tahun sebesar 62%
- Pegawai atau karyawan sebesar 44%
- Uang saku Rp 1.000.000 < uang saku ≤ Rp 1.500.000 sebesar 24% dari 59 responden yang belum berpendapatan sendiri.
- Pendapatan Rp 2.800.000 < pendapatan ≤ Rp 4.500.000 sebesar 39% dari 71 responden yang sudah berpendapatan.

Tabel 6.1
Variabel puas dari *Dunkin Donuts*

No	Variabel Puas
1	Variasi rasa donut
4	Variasi Ukuran donut
5	Kelengkapan jenis minuman (Kopi, teh, <i>Milkshake</i> , <i>Juice</i>)
7	Kemegahan kemasan produk untuk donut yang dibawa pulang
9	Keterjangkauan harga donut
10	Keterjangkauan harga minuman
12	Perbandingan harga dengan kompetitor
13	Lahan parkir yang nyaman.
15	Kemegahan desain papan nama <i>Dunkin Donuts</i>
16	kemudahan menemukan lokasi <i>Dunkin Donuts</i> yang terletak dipusat kota
17	Kemudahan akses transportasi umum menuju <i>Dunkin Donuts</i>
18	Frekuensi promosi pada <i>Event</i> tertentu
20	Frekuensi promosi menggunakan media sosial
23	Kemegahan desain promosi menggunakan <i>banner</i> dan pamflet
30	Kerapuhan seragam pelayan <i>Dunkin Donuts</i>
31	Kemegahan seragam pelayan <i>Dunkin Donuts</i>
32	Kemampuan komunikasi pelayan dalam menjelaskan produk <i>Dunkin Donuts</i> dengan baik kepada konsumen
36	Kelengkapan alternatif cara pembayaran (<i>cash</i> , <i>debit card</i> , dan <i>credit card</i>)
38	Ketepatan jumlah pesanan konsumen dengan jumlah pesanan yang diantar
41	Ketepatan jam operasional <i>Dunkin Donuts</i>
51	Kualitas <i>Music</i> didalam ruangan <i>Dunkin Donuts</i>

Tabel 6.2
Variabel Unggul dari *Dunkin Donuts*

Variabel	Variabel Unggul
9	Keterjangkauan harga donut
18	Frekuensi promosi pada <i>Event</i> tertentu
35	Kecepatan waktu pelayanan dari konsumen memesan donut hingga donut disajikan

Usulan *positioning* yang diberikan kepada pihak *Dunkin Donuts* dibuat berdasarkan pada hasil dari pengolahan data menggunakan *Correspondence Analysis (CA)*, metode *Importance Performance Analysis (IPA)*, Uji Hipotesis dan *targeting*. Dari ketiga keunggulan dipilih satu keunggulan dari *Dunkin Donuts* yaitu kecepatan waktu pelayanan dari konsumen memesan hingga donat disajikan hal tersebut membuat konsumen yang sangat sibuk tetap bisa membeli donat di *Dunkin Donuts* tanpa harus menghabiskan waktu. Untuk slogan karena di Indonesia tidak memiliki slogan seperti *Dunkin Donuts* yang berada di Amerika, maka dari itu slogannya adalah “*Indonesia Runs on Dunkin*” dimana pada slogan tersebut mengutamakan pelayanan yang cepat agar

konsumen tetap bisa beraktivitas tanpa menghabiskan waktu untuk mengantri.

2. Hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko donat :

a. *Product* :

- ❖ Berbagai variasi rasa donat.
- ❖ Kelembutan Tekstur donat.
- ❖ Kenikmatan rasa donat.
- ❖ Variasi ukuran donat.
- ❖ Kelengkapan jenis minuman (Kopi, teh, Milkshake, Juice).
- ❖ Kemenarikan kemasan produk untuk donat yang dibawa pulang.
- ❖ Kebersihan makanan yang disajikan.

b. *Price* :

- ❖ Keterjangkauan harga donat.
- ❖ Keterjangkauan harga minuman.
- ❖ Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas makanan.
- ❖ Harga yang ditawarkan lebih menarik daripada pesaing.

c. *Place* :

- ❖ Lahan parkir yang nyaman untuk konsumen *Dunkin Donuts*.
- ❖ Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen *Dunkin Donuts*.
- ❖ Kemenarikan desain papan nama *Dunkin Donuts*.
- ❖ Tempat makan yang nyaman untuk konsumen.
- ❖ Tempat makan yang menarik.
- ❖ Kemudahan akses transportasi umum menuju *Dunkin Donuts*.

d. *Promotion* :

- ❖ Frekuensi promosi pada Event tertentu.
- ❖ Frekuensi promosi menggunakan media sosial.
- ❖ Kemenarikan diskon pada Event tertentu.
- ❖ Kemenarikan desain promosi menggunakan banner dan pamflet.

- ❖ Kemenarikan desain promosi menggunakan media sosial.
- ❖ Kejelasan Informasi harga donat pada saat event promosi.
- ❖ Kejelasan syarat dan ketentuan yang berlaku pada saat event diskon.
- ❖ Kejelasan Informasi tentang lamanya program diskon yang sedang berlangsung.

e. People :

- ❖ Keramahan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.
- ❖ Kesopanan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.
- ❖ Kerapihan seragam pelayan *Dunkin Donuts*.
- ❖ Kemenarikan seragam pelayan *Dunkin Donuts*.
- ❖ Kemampuan komunikasi pelayan dalam menjelaskan produk *Dunkin Donuts* yang baik kepada konsumen.
- ❖ Kemampuan pelayan dalam menyajikan makanan sesuai dengan permintaan konsumen.
- ❖ Kecekatan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.

f. Process :

- ❖ Kecepatan waktu pelayanan dari konsumen memesan donat hingga donat disajikan.
- ❖ Kelengkapan alternatif cara pembayaran (cash, debit card, dan credit card).
- ❖ Kecepatan waktu layanan antar (delivery).
- ❖ Ketepatan jumlah pesanan konsumen dengan jumlah pesanan yang diantar.
- ❖ Ketepatan dalam menghitung harga yang harus dibayarkan oleh konsumen.
- ❖ Ketepatan dalam memberikan kembalian bagi konsumen.
- ❖ Ketepatan jam operasional *Dunkin Donuts*.
- ❖ Kemudahan untuk layanan *delivery service*.

g. Physical Evidence :

- ❖ Kelengkapan peralatan makan (Garpu, Pisau).

- ❖ Kemerarikan desain interior Dunkin Donuts.
- ❖ Kesejukan udara di dalam ruangan Dunkin Donuts.
- ❖ Terdapat tissue di meja makan untuk konsumen.
- ❖ Kecepatan fasilitas Wifi didalam Dunkin Donuts.
- ❖ Kecukupan jumlah meja dan kursi untuk konsumen.
- ❖ Kenyamanan meja dan kursi untuk konsumen.
- ❖ Terdapat ruangan khusus *no-smoking*.
- ❖ *Live Music* yang menarik didalam setiap minggu.
- ❖ Kebersihan toilet untuk konsumen.

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Dunkin Donuts* yang dapat dikatakan sudah memuaskan, dimana dapat dilihat berdasarkan variabel yang ditanyakan, dibawah ini variabel yang sudah memuaskan konsumen *Dunkin Donuts* :

- Variasi rasa donat
- Variasi ukuran donat
- Kelengkapan jenis minuman (Kopi, teh, Milkshake, Juice).
- Kemerarikan kemasan produk untuk donat yang dibawa pulang.
- Keterjangkauan harga donat
- Keterjangkauan harga minuman
- Perbandingan harga dengan competitor
- Lahan parkir yang nyaman
- Kemerarikan desain papan nama *Dunkin Donuts*
- Kemudahan menemukan lokasi *Dunkin Donuts* yang terletak dipusat kota
- Kemudahan akses transportasi umum menuju *Dunkin Donuts*
- Frekuensi promosi pada *event* tertentu
- Frekuensi promosi menggunakan media sosial
- Kemerarikan desain promosi menggunakan *banner* dan pamflet
- Kerapihan seragam pelayan *Dunkin Donuts*

- Kermenaikan seragam pelayan *Dunkin Donuts*
- Kemampuan komunikasi pelayan dalam menjelaskan produk *Dunkin Donuts* dengan baik kepada konsimen
- Kelengkapan alternative cara pembayaran (*cash, debit, dan credit card*)
- Ketepatan jumlah pesanan konsumen dengan jumlah pesanan yang diantar
- Ketepatan jam operasional *Dunkin Donuts*
- Kualitas *Music* didalam ruangan *Dunkin Donuts*

4. Performansi yang sudah diberikan oleh perusahaan.

Dibawah ini adalah nilai dari performansi yang sudah diberikan *Dunkin Donuts* kepada konsumen.

Tabel 6.3
Performansi yang diberikan oleh perusahaan

No	Atribut	Tingkat Performansi				Rata-rata
		STB	TB	B	SB	
Produk (Product)						
1	Variasi rasa donut	0	2	44	84	3.63077
2	Kelengkapan tekstur donut	2	4	47	77	3.53077
3	Kenikmatan rasa donut	0	4	47	79	3.57692
4	Variasi Ukuran donut	2	10	67	51	3.28462
5	Kelengkapan jenis minuman (Kopi, teh, <i>Milkshake, Juice</i>)	0	20	58	52	3.24615
7	Kemenarikan kemasan produk untuk donut yang dibawa pulang	2	6	58	64	3.41538
8	Kebersihan makanan yang disajikan	0	1	44	85	3.64615
Harga (Price)						
9	Keterjangkauan harga donut	0	9	50	71	3.47692
10	Keterjangkauan harga minuman	3	9	60	58	3.33077
11	Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas makanan	0	7	55	68	3.46923
12	Perbandingan harga dengan kompetitor	1	9	60	60	3.37692
Tempat (Place)						
13	Lahan parkir yang nyaman.	2	17	41	70	3.37692
14	Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen <i>Dunkin Donuts</i>	3	2	51	74	3.50769
15	Kemenarikan desain papan nama <i>Dunkin Donuts</i>	4	13	62	51	3.25385
16	kemudahan menemukan lokasi <i>Dunkin Donuts</i> yang terletak dipusat kota	0	2	57	71	3.53077
17	Kemudahan akses transportasi umum menuju <i>Dunkin Donuts</i>	1	4	61	64	3.44615
Promosi (Promotion)						
18	Frekuensi promosi pada <i>Event</i> tertentu	1	11	50	68	3.42308
20	Frekuensi promosi menggunakan media sosial	1	12	57	60	3.35385
22	Kemenarikan diskon pada <i>Event</i> tertentu	3	14	51	62	3.32308
23	Kemenarikan desain promosi menggunakan <i>banner</i> dan pamflet	2	19	59	50	3.20769
24	Kemenarikan desain promosi menggunakan media sosial	1	19	51	59	3.29231
25	Kejelasan Informasi harga donut pada saat <i>event</i> promosi	1	14	55	60	3.33846
26	Kejelasan syarat dan ketentuan yang berlaku pada saat <i>event</i> diskon	1	13	62	54	3.3
27	Kejelasan Informasi tentang lamanya program <i>diskon</i> yang sedang berlangsung	1	12	46	71	3.43846

Tabel 6.3
Perfomansi yang diberikan oleh perusahaan (2)

No	Atribut	Tingkat Perfomansi				Rata-rata
		STB	TB	B	SB	
Orang (People)						
28	Keramahan pelayan <i>Dunkin Donuts</i> dalam melayani konsumen	0	3	53	74	3.54615
29	Kesopanan pelayan <i>Dunkin Donuts</i> dalam melayani konsumen	0	2	54	74	3.55385
30	Kerapihan seragam pelayan <i>Dunkin Donuts</i>	0	1	53	76	3.57692
31	Kemenarikan seragam pelayan <i>Dunkin Donuts</i>	1	10	60	59	3.36154
32	Kemampuan komunikasi pelayan dalam menjelaskan produk <i>Dunkin Donuts</i> dengan baik kepada konsumen	0	1	49	80	3.60769
33	Kemampuan pelayan dalam menyajikan makanan sesuai dengan permintaan konsumen.	0	2	52	77	3.58462
34	Kecekatan pelayan <i>Dunkin Donuts</i> dalam melayani konsumen	2	0	50	78	3.56923
Proses (Process)						
35	Kecepatan waktu pelayanan dari konsumen memesan donut hingga donut disajikan	0	2	53	75	3.56154
36	Kelengkapan alternatif cara pembayaran (<i>cash, debit card, dan credit card</i>)	2	3	49	76	3.53077
37	Kecepatan waktu layanan antar (<i>delivery</i>)	2	8	48	72	
38	Ketepatan jumlah pesanan konsumen dengan jumlah pesanan yang diantar	0	4	47	79	3.57692
39	Ketepatan dalam menghitung harga yang harus dibayarkan oleh konsumen	1	6	48	75	3.51538
40	Ketepatan dalam memberikan kembalian bagi konsumen	0	5	47	78	3.56154
41	Ketepatan jam operasional <i>Dunkin Donuts</i>	0	2	54	75	3.56923
42	Kemudahan untuk layanan <i>delivery service</i>	1	5	47	77	
Bentuk Fisik (Physical Evidence)						
43	Sirkulasi udara diruangan <i>Dunkin Donuts</i> Lancar	1	9	41	79	3.52308
44	Kemenarikan desain interior <i>Dunkin Donuts</i>	3	13	52	62	3.33077
45	Kesejukan udara di dalam ruangan <i>Dunkin Donuts</i>	0	7	45	78	3.54615
46	Kenyamanan fasilitas bermain bagi anak-anak	6	31	47	46	
47	Kecepatan fasilitas Wifi didalam <i>Dunkin Donuts</i>	6	18	47	59	3.22308
48	Kecukupan jumlah meja dan kursi untuk konsumen	5	5	60	60	3.35385
49	Kenyamanan meja dan kursi untuk konsumen	2	11	49	68	3.40769
50	Kenyamanan ruangan khusus <i>no-smoking</i>	2	8	58	62	3.38462
51	Kualitas <i>Music</i> didalam ruangan <i>Dunkin Donuts</i>	4	9	63	54	3.28462
52	Kebersihan toilet untuk konsumen	2	6	51	71	3.46923
53	kecukupan penerangan didalam ruangan <i>Dunkin Donuts</i>	0	8	51	71	3.48462
Rata- Rata						3.445

5. Kelebihan dan Kelemahan *Dunkin Donuts* dibanding pesaingnya.

➤ Kelebihan

- Keterjangkauan harga donat
- Frekuensi promosi pada *event* tertentu
- Kecepatan pelayanan dari konsumen memesan donat hingga donat disajikan

➤ Kelemahan

- Berbagai variasi rasa donat.
- Kelembutan Tekstur donat.
- Kenikmatan rasa donat.
- Variasi ukuran donat.
- Kelengkapan jenis minuman (Kopi, teh, Milkshake, Juice).
- Kemenarikan kemasan produk untuk donat yang dibawa pulang.
- Kebersihan makanan yang disajikan.

- Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas makanan.
- Harga yang ditawarkan lebih menarik daripada pesaing.
- Lahan parkir yang nyaman untuk konsumen *Dunkin Donuts*.
- Keamanan fasilitas parkir untuk konsumen *Dunkin Donuts*.
- Kemenarikan desain papan nama *Dunkin Donuts*.
- Tempat makan yang nyaman untuk konsumen.
- Tempat makan yang menarik.
- Kemudahan akses transportasi umum menuju *Dunkin Donuts*.
- Frekuensi promosi menggunakan media sosial.
- Kemenarikan diskon pada Event tertentu.
- Kemenarikan desain promosi menggunakan banner dan pamflet.
- Kemenarikan desain promosi menggunakan media sosial.
- Kejelasan Informasi harga donat pada saat event promosi.
- Kejelasan syarat dan ketentuan yang berlaku pada saat event diskon.
- Kejelasan Informasi tentang lamanya program diskon yang sedang berlangsung.
- Keramahan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.
- Kesopanan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.
- Kerapihan seragam pelayan *Dunkin Donuts*.
- Kemenarikan seragam pelayan *Dunkin Donuts*.
- Kemampuan komunikasi pelayan dalam menjelaskan produk *Dunkin Donuts* yang baik kepada konsumen.

- Kemampuan pelayan dalam menyajikan makanan sesuai dengan permintaan konsumen.
- Kecekatan pelayan *Dunkin Donuts* dalam melayani konsumen.
- Kelengkapan alternatif cara pembayaran (cash, debit card, dan credit card).
- Kecepatan waktu layanan antar (delivery).
- Ketepatan jumlah pesanan konsumen dengan jumlah pesanan yang diantar.
- Ketepatan dalam menghitung harga yang harus dibayarkan oleh konsumen.
- Ketepatan dalam memberikan kembalian bagi konsumen.
- Ketepatan jam operasional Dunkin Donuts.
- Kemudahan untuk layanan *delivery service*.
- Kelengkapan peralatan makan (Garpu, Pisau).
- Kemenarikan desain interior Dunkin Donuts.
- Kesejukan udara di dalam ruangan Dunkin Donuts.
- Terdapat tissue di meja makan untuk konsumen.
- Kecepatan fasilitas Wifi didalam Dunkin Donuts.
- Kecukupan jumlah meja dan kursi untuk konsumen.
- Kenyamanan meja dan kursi untuk konsumen.
- Terdapat ruangan khusus *no-smoking*.
- *Live Music* yang menarik didalam setiap minggu.
- Kebersihan toilet untuk konsumen.
- Keterjangkauan harga minuman

6. Strategi perbaikan yang harus dilakukan *Dunkin Donuts* untuk meningkatkan pendapatan kotor.

Menurut hasil pengolahan data strategi perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak *Dunkin Donuts* Merdeka adalah :

- Memperjelas syarat dan ketentuan saat *event* diskon, jangan hanya mencantumkan gambar pada iklan lalu disebar di website, media sosial, atau *banner* tetapi cantumkan juga syarat dan ketentuan untuk dapat membeli donut dengan harga diskon, sehingga konsumen tidak perlu bertanya lagi kepada karyawan *Dunkin Donuts*.
- Usulannya untuk *Dunkin Donuts* adalah untuk bazaar jangan hanya memasang iklan diskon pada poster agar konsumen yang datang tidak hanya untuk diskon tetapi datang karena memang pas dengan uang yang dimiliki, usulan untuk iklan *event how to make donuts, field trip* mencantumkan harga untuk setiap orang/anak yang akan mengikuti *event* tersebut seperti halnya yang dicantumkan oleh *J.CO Donuts and Coffee*, selain itu tampilkan kemenarikan dari setiap event agar para pegawai atau karyawan dan orang tua yang masih berumur 21-25 tahun, memiliki anak dapat tertarik untuk mengajak anaknya mengikuti event tersebut, karena sebesar 62% konsumen berusia 21-25 tahun dan sebesar 44% konsumen merupakan pegawai dan karyawan.
- Usulan untuk *Dunkin Donuts* membuat tempat duduk dan meja yang lebih fleksibel yang di sesuaikan jumlah pengguna misalnya meja dapat dipisah dan disatukan. Seperti 2 meja untuk 4 kursi dan 1 meja untuk 2 kursi.
- Usulan untuk *Dunkin Donuts* yaitu memberikan tenggat waktu disetiap *Event* diskon yang akan dilaksanakan sehingga tidak membuat konsumen bingung saat ingin membeli produk dengan diskon, selain konsumen bingung, supaya konsumen tidak merasa bosan dengan diskon yang ada.
- Usulan untuk *Dunkin Donuts* yaitu mengganti desain posisi tempat duduk dengan yang lebih nyaman serta desain meja dan kursi yang dapat membuat konsumen tahan berlam – lama di

Dunkin Donuts, selain meja dan kursi yang nyaman, menambah meja dan kursi yang fleksibel sehingga dapat disatukan atau dipisahkan sesuai kebutuhan pengguna.

- Usulan untuk *Dunkin Donuts*, menyesuaikan temperature AC yang digunakan atau kedua AC tidak perlu dinyalakan, dinyalakan ketika antrian mulai banyak atau banyak pengunjung yang makan ditempat.
- Usulannya mengurangi harga satuan donat dan memperbaiki bahan adonan untuk donat dan topping yang lebih menarik.
- Usulannya adalah menjaga kebersihan tangan karyawan, menggunakan sarung tangan, dan mengusahakan agar tetap terampil sehingga tidak ada kotoran ataupun remeh saat memberikan sajian makanan yang dipesan.
- Usulannya untuk toilet mengganti kloset dengan kloset duduk, diganti lantai dan lebih sering untuk dibersihkan sehingga tidak berbau, tidak kotor.
- Usulannya manajer lebih mengingatkan dimana para pelayan tidak dapat berbicara santai, dan tidak berpakaian rapih.
- *Dunkin Donuts* harus mencoba dan mencari tahu rasa yang nikmat menurut pelanggan lalu dibandingkan dengan *J.CO Donuts and Coffee* sehingga konsumen dapat membedakan produk manakah yang lebih nikmat, dan dicari perbedaannya dimana.
- Usulan yang diberikan untuk *Dunkin Donuts* adalah memberikan *briefing* kepada karyawan sebelum membuka *store*. *Briefing* bisa dimulai dari doa, ucapan selamat pagi, setelah itu menyampaikan mengenai keramahan kepada konsumen untuk selalu memberikan salam dan sapa saat konsumen datang. Memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

- Usulannya adalah manager store mengingatkan kembali agar karyawan jangan sampai kehilangan konsentrasi saat melayani konsumen.
- Usulannya adalah karyawan mengulang pesanan yang akan dibeli konsumen dan mengkonfirmasi dengan konsumen sehingga tidak terjadi *miss* komunikasi.
- Usulannya adalah agar karyawan yang di perkerjakan tidak lambat/lelet saat melayani konsumen, agar tidak membuat antrian yang panjang.
- Usulannya memperbaiki adonan yang membuat roti terasa keras dan mencoba apakah adonan yang dibuat sudah lebih baik dari sebelumnya lalu dibandingkan dengan pesaing *J.CO Donuts and Coffee*.
- Usulannya diingatkan kembali oleh manajer saat *briefing* bagaimana cara melayani konsumen dengan baik, tanpa ada yang lupa diberikan.
- Usulannya mengganti lampu dengan lampu yang nyaman untuk belajar atau mengerjakan tugas karena dari *targeting* konsumen yang datang sekitar usia 21-25 tahun, yang kemungkinan ada yang masih kuliah atau mengerjakan tugas dari kantor.
- Usulannya meningkatkan keamanan untuk fasilitas parkir, selain itu merapihkan tempat parkir agar lebih nyaman, jangan ada sampah dimana saja, membuat gambar untuk batas setiap mobil dan motor.
- Usulannya membuat ruangan yang bersirkulasi baik selain dari AC agar udara yang masuk membuat sirkulasi udara berputar dengan baik. Seperti ruangan tanpa AC tetapi banyak ruang terbuka agar udara dari luar dapat masuk keruangan tersebut.
- Usulannya mengontrol pemakaiannya agar saat store sepi agar tidak terasa terlalu dingin. Kecuali ketika store ramai dapat menyalakan kedua AC tersebut agar tidak pengap.

- Usulannya adalah pelayan dianjurkan untuk belajar lebih lagi tentang semua produk yang ada di *Dunkin Donuts* sehingga ketika ditanya tentang apapun pelayan atau karyawan tidak perlu bertanya kepada temannya saat melayani konsumen.
- Usulannya pelayan diharapkan lebih konsentrasi saat melayani konsumen.
- Usulannya adalah memperbanyak variasi rasa donat yang tersedia, sehingga konsumen dapat memilih variasi rasa dengan seleranya sendiri.
- Usulannya adalah tetap menambah alat pembayaran agar dapat meningkatkan fleksibilitas konsumen saat melakukan pembayaran walaupun didapatkan sebanyak 50% konsumen membayar dengan uang cash.
- Usulannya adalah sesama karyawan dihimbau untuk saling mengingatkan dalam berpakaian sehingga tetap rapih dihadapan para konsumen.
- Pada zaman ini lebih banyak orang melihat iklan melalui media sosial daripada media cetak seperti banner atau poster. Usulannya membuat desain promosi yang menarik, dan sesuaikan dengan ukuran gambar di media sosial, lalu disesuaikan dengan media sosial yang digunakan seperti Instagram karena sebanyak 73% sering menggunakan media sosial Instagram.
- Sebaiknya *Dunkin donuts* memperbaiki tentang diskon yang ditawarkan jangan monoton setiap diskon bervariasi setiap harinya, seperti untuk hari senin *buy 1 get 1*. untuk selasa potongan 30% pada jam tertentu, rabu beli 6 donat dapat 6 minuman.
- Usulannya yaitu mengganti *design interior* dengan hal – hal unik, lebih memunculkan desain – desain mengenai keamerikaan yang membuat konsumen merasa seperti di

Amerika, desain cocok yang untuk usia 21-25 tahun, dan disesuaikan dengan meja dan kursi yang ada didalam ruangan. Selain itu karena pada segmentasi mendapatkan konsumen wanita yang datang ke *Dunkin Donuts* sebesar 56% disesuaikan dengan desain yang *instagramable* karena pada zaman ini kebanyakan wanita menyukai tempat-tempat yang bagus untuk *diposting* diinstagram.

- Usulannya ketika pengunjung mulai meningkat kecepatan fasilitas WIFI ditingkatkan kembali supaya konsumen dapat menggunakan WIFI dengan nyaman.
- Usulannya selain posting tentang event, *Dunkin Donuts* sebaiknya lebih sering memposting misalnya tentang ilmu tentang membuat donat, manfaat gula, dan lain-lain.
- Usulan untuk *Dunkin Donuts* adalah membuat cemilan yang unik dan kreatif yang dapat menarik konsumen misalnya *Ice cream* yang unik cocok untuk mahasiswa, yang berusia sekitar 21-25 tahun karena sebanyak 62% konsumen berusia 21-25 tahun.
- Usulannya meningkatkan kualitas donat agar harga sebanding dengan kualitas, walaupun harga donat di *Dunkin Donuts* lebih mahal ketika kualitasnya meningkat, konsumen tidak akan merasa dirugikan. dapat dilihat dari segmentasi yang didapatkan sebanyak 45% dari konsumen memilih *Dunkin Donuts* karena rasa yang nikmat.
- Lebih baik *Dunkin Donuts* membuat papan nama yang baru beriringan dengan dengan penggantian *design interior* yang unik, sehingga banyak menarik perhatian konsumen yang suka menggunakan instagram untuk sekedar *update photo*.
- Usulannya mengganti channel TV dengan acara *music*, atau menggunakan USB ke TV dengan videoclip dan dihubungkan

ke penguat suara sehingga konsumen dapat mendengarkan lagu dengan nyaman.

- Usulannya adalah *Dunkin Donuts* membuat kemasan sesuai dengan *season* atau *event* yang selalu di adakan didunia, seperti *winter* atau *Summer*, *Halloween*, karena sebanyak 69% dari konsumen yang datang ke *Dunkin Donuts* untuk membeli donat lalu dibawa pulang sehingga dapat menjadi ketertarikan konsumen saat membeli donat dan mendapatkan kemasan produk yang lucu-lucu.
- Usulannya untuk lahan parkir *Dunkin Donuts* yaitu merapikan sampah yang berserakan sehingga terlihat bersih, dan membuat garis-garis untuk membatasi setiap kendaraan bermotor, agar mobil atau motor dapat tersusun dengan rapi.
- Saat ini orang sudah lebih sering menggunakan media sosial dibandingkan dengan banner atau pamflet jadi lebih baik membuat iklan melalui media sosial lebih banyak dibanding banner atau pamphlet. Kecuali ketika ada *event* diskon dipastikan iklan yang di media sosial dengan banner yang terpasang di *store* sama.
- Usulannya *Dunkin Donuts* membuat jenis yang persis dengan *J.CO Donuts and Coffee* atau membuat ukuran yang lebih unik dibandingkan dengan mereka.
- Usulannya untuk membuat seragam lebih menarik disesuaikan dengan *season* seperti *winter*, *summer*, *christmas*, atau *halloween*. Tetapi dibuat dengan simple agar tidak mengganggu pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan.
- Usulan untuk variabel ini adalah pihak *Dunkin Donuts* membuat papan nama yang lebih besar dan jelas, sehingga konsumen lebih mudah lagi dalam menemukan lokasi *Dunkin Donuts* Merdeka.

- Daerah yang mengitari *Dunkin Donuts* sudah sangat mudah untuk akses transportasi, dan pihak *Dunkin Donuts* Merdeka tidak memiliki kewenangan dalam menambah atau mengurangi transportasi umum tersebut.
- Sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar menjadi budaya dan tidak pernah terlambat baik dengan karyawan yang baru berkerja disitu.
- Hal tersebut perlu dipertahankan dan ditingkatkan guna untuk image konsumen kepada *Dunkin Donuts*, sehingga para karyawan yang datang dan tidak memiliki waktu yang banyak dapat membeli donat dari *Dunkin Donuts* dan tidak menghabiskan waktu makan siang mereka.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis memberikan saran yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi *Dunkin Donuts* untuk dapat mencapai target penjualan dan memenangkan persaingan, serta saran untuk mengembangkan penelitian ini. Adapun saran yang diajukan adalah sebagai berikut :

- Mengutamakan variabel yang belum puas menurut pandangan konsumen saat penulis selanjutnya melanjutkan penelitian ini
- Sebaiknya melakukan penelitian menggunakan SWOT dan menggunakan perusahaan utamanya.