

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

**1. Variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *coffee shop* adalah sebagai berikut:**

- Kebersihan makanan yang disajikan (Variabel 1)
- Kebersihan minuman yang disajikan (Variabel 2)
- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap makanan yang disajikan (Variabel 3)
- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap minuman yang disajikan (Variabel 4)
- Variasi makanan yang tersedia (variabel 5)
- Variasi minuman yang tersedia (variabel 6)
- Variasi biji kopi yang tersedia (variabel 7)
- Rasa makanan yang disajikan (variabel 8)
- Rasa minuman yang disajikan (variabel 9)
- Kesegaran bahan makanan yang disajikan (variabel 10)
- Kesegaran bahan minuman yang disajikan (variabel 11)
- Kemenarikan penyajian makanan (variabel 12)
- Kemenarikan penyajian minuman (variabel 13)
- Jaminan kehalalan makanan/minuman yang dijual (variabel 14)
- Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan (variabel 15)
- Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan (variabel 16)
- Kemudahan dalam mencari lokasi *coffee shop* (variabel 17)
- Kemudahan akses menuju lokasi *coffee shop* (variabel 18)
- Kejelasan papan nama *coffee shop* (variabel 19)
- Kemudahan dalam menemukan papan nama *coffee shop* (variabel 20)
- Kemudahan dalam mencari lahan parkir (variabel 21)

- Keharuman aroma kopi diruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 22)
- Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk (variabel 23)
- Kemenarikan berbagai *event/promo/diskon* (variabel 24)
- Kemenarikan berbagai promo pada media sosial (variabel 25)
- Kemenarikan promo pada media cetak (variabel 26)
- Frekuensi promo pada media sosial (variabel 27)
- Kerapihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 28)
- Kebersihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 29)
- Ketersediaan pelayan *coffee shop* yang membantu proses pembelian (variabel 30)
- Keramahan pelayan *coffee shop* (variabel 31)
- Ketanggapan pelayan *coffee shop* (variabel 32)
- Kesopanan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen (variabel 33)
- Pengetahuan pekerja *coffee shop* terhadap produk yang dijual (variabel 34)
- Kecepatan pelayanan konsumen (variabel 35)
- Kemudahan proses pembayaran (variabel 36)
- Alternatif jenis pembayaran (debit/kredit) (variabel 37)
- Ketepatan antara penyajian makanan dan minuman yang dipesan dengan yang disajikan (variabel 38)
- Ketersediaan menu makanan yang dipesan (variabel 39)
- Ketersediaan menu minuman yang dipesan (variabel 40)
- Kelengkapan fasilitas *coffee shop* (variabel 41)
- Kebersihan ruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 42)
- Kebersihan ruangan *smoking coffee shop* (variabel 43)
- Kemenarikan *design interior* pada *coffee shop* (variabel 44)
- Kualitas pencahayaan di dalam *coffee shop* (variabel 45)
- Keamanan tempat parkir yang tersedia (variabel 46)
- Ketersediaan spot foto pada *coffee shop* (variabel 47)
- Kecukupan meja dan kursi di *coffee shop* (variabel 48)
- Kecukupan tempat duduk untuk *waiting list* (variabel 49)

- Kesejukan ruangan *non-smoking* pada *coffee shop* (variabel 50)
- Kebersihan toilet yang tersedia di *coffee shop* (variabel 51)

## 2. Posisi Kopilogi *Coffee Shop* Dibandingkan Pesaing

Berdasarkan hasil pengolahan CA didapatkan hasil bahwa variabel yang menjadi keunggulan Kopilogi *coffee shop* dibandingkan pesaing adalah sebagai berikut:

- Kebersihan makanan yang disajikan (Variabel 1)
- Kebersihan minuman yang disajikan (Variabel 2)
- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap makanan yang disajikan (Variabel 3)
- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap minuman yang disajikan (Variabel 4)
- Variasi minuman yang tersedia (variabel 6)
- Rasa minuman yang disajikan (variabel 9)
- Kesegaran bahan makanan yang disajikan (variabel 10)
- Kesegaran bahan minuman yang disajikan (variabel 11)
- Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan (variabel 15)
- Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan (variabel 16)
- Kejelasan papan nama *coffee shop* (variabel 19)
- Kemudahan dalam menemukan papan nama *coffee shop* (variabel 20)
- Keharuman aroma kopi diruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 22)
- Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk (variabel 23)
- Kemenarikan berbagai *event/promo/diskon* (variabel 24)
- Kebersihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 29)
- Ketersediaan pelayan *coffee shop* yang membantu proses pembelian (variabel 30)
- Keramahan pelayan *coffee shop* (variabel 31)
- Ketanggapan pelayan *coffee shop* (variabel 32)
- Kesopanan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen (variabel 33)

- Pengetahuan pekerja *coffee shop* terhadap produk yang dijual (variabel 34)
- Kecepatan pelayanan konsumen (variabel 35)
- Kemudahan proses pembayaran (variabel 36)
- Alternatif jenis pembayaran (debit/kredit) (variabel 37)
- Ketepatan antara penyajian makanan dan minuman yang dipesan dengan yang disajikan (variabel 38)
- Ketersediaan menu makanan yang dipesan (variabel 39)
- Ketersediaan menu minuman yang dipesan (variabel 40)
- Kelengkapan fasilitas *coffee shop* (variabel 41)
- Kebersihan ruangan *smoking coffee shop* (variabel 43)
- Kemenarikan *design interior* pada *coffee shop* (variabel 44)
- Ketersediaan spot foto pada *coffee shop* (variabel 47)
- Kecukupan tempat duduk untuk *waiting list* (variabel 48)

Sedangkan variabel yang tertinggal dibandingkan pesaing adalah sebagai berikut:

- Variasi makanan yang tersedia (variabel 5)
- Variasi biji kopi yang tersedia (variabel 7)
- Rasa makanan yang disajikan (variabel 8)
- Kemenarikan penyajian makanan (variabel 12)
- Kemenarikan penyajian minuman (variabel 13)
- Kemudahan dalam mencari lokasi *coffee shop* (variabel 17)
- Kemudahan akses menuju lokasi *coffee shop* (variabel 18)
- Kemudahan dalam mencari lahan parkir (variabel 21)
- Kemenarikan berbagai promo pada media sosial (variabel 25)
- Frekuensi promo pada media sosial (variabel 27)
- Kerapihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 28)
- Kebersihan ruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 42)
- Kualitas pencahayaan di dalam *coffee shop* (variabel 45)
- Keamanan tempat parkir yang tersedia (variabel 46)

- Kesejukan ruangan *non-smoking* pada *coffee shop* (variabel 50)
- Kebersihan toilet yang tersedia di *coffee shop* (variabel 51)

### 3. Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kopilogi *Coffee Shop*

Berdasarkan hasil pengujian IPA, CA, dan Uji hipotesis didapatkan hasil kepuasan responden. Variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap makanan yang disajikan (Variabel 3)
- Variasi minuman yang tersedia (variabel 6)
- Variasi biji kopi yang tersedia (variabel 7)
- Rasa minuman yang disajikan (variabel 9)
- Kemenarikan penyajian makanan (variabel 12)
- Kemenarikan penyajian minuman (variabel 13)
- Kesuaian harga dengan minuman yang disajikan (variabel 16)
- Kemudahan dalam mencari lokasi *coffee shop* (variabel 17)
- Kemudahan akses menuju lokasi *coffee shop* (variabel 18)
- Kejelasan papan nama *coffee shop* (variabel 19)
- Kemudahan dalam menemukan papan nama *coffee shop* (variabel 20)
- Keharuman aroma kopi diruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 22)
- Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk (variabel 23)
- Frekuensi promo pada media sosial (variabel 27)
- Kerapihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 28)
- Kebersihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian (variabel 29)
- Alternatif jenis pembayaran (debit/kredit) (variabel 37)
- Ketepatan antara penyajian makanan dan minuman yang dipesan dengan yang disajikan (variabel 38)
- Ketersediaan menu makanan yang dipesan (variabel 39)
- Kemenarikan *design interior* pada *coffee shop* (variabel 44)
- Kualitas pencahayaan di dalam *coffee shop* (variabel 45)
- Ketersediaan spot foto pada *coffee shop* (variabel 47)

- Kesejukan ruangan *non-smoking* pada *coffee shop* (variabel 50)

Pengujian IPA, CA, dan Uji hipotesis juga mendapatkan hasil ketidakpuasan responden. Variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- Kebersihan makanan yang disajikan (Variabel 1)
- Kebersihan minuman yang disajikan (Variabel 2)
- Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap minuman yang disajikan (Variabel 4)
- Variasi makanan yang tersedia (variabel 5)
- Rasa makanan yang disajikan (variabel 8)
- Kesegaran bahan makanan yang disajikan (variabel 10)
- Kesegaran bahan minuman yang disajikan (variabel 11)
- Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan (variabel 15)
- Kemudahan dalam mencari lahan parkir (variabel 21)
- Kemenarikan berbagai *event*/promo/diskon (variabel 24)
- Kemenarikan berbagai promo pada media sosial (variabel 25)
- Ketersediaan pelayan *coffee shop* yang membantu proses pembelian (variabel 30)
- Keramahan pelayan *coffee shop* (variabel 31)
- Ketanggapan pelayan *coffee shop* (variabel 32)
- Kesopanan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen (variabel 33)
- Pengetahuan pekerja *coffee shop* terhadap produk yang dijual (variabel 34)
- Kecepatan pelayanan konsumen (variabel 35)
- Kemudahan proses pembayaran (variabel 36)
- Ketersediaan menu minuman yang dipesan (variabel 40)
- Kelengkapan fasilitas *coffee shop* (variabel 41)
- Kebersihan ruangan *non-smoking coffee shop* (variabel 42)
- Kebersihan ruangan *smoking coffee shop* (variabel 43)
- Keamanan tempat parkir yang tersedia (variabel 46)
- Kecukupan tempat duduk untuk *waiting list* (variabel 48)

- Kebersihan toilet yang tersedia di *coffee shop* (variabel 51)

#### 4. Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja dari Kopilogi *Coffee Shop*

Berdasarkan hasil pengolahan IPA didapatkan hasil bahwa:

Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diatas rata-rata dari Kopilogi *coffee shop* terdapat pada variabel:

- ✓ Variabel 1  
Kebersihan makanan yang disajikan
- ✓ Variabel 2  
Kebersihan minuman yang disajikan
- ✓ Variabel 3  
Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap makanan yang disajikan
- ✓ Variabel 5  
Kejelasan papan nama rumah makan
- ✓ Variabel 6  
Variasi minuman yang tersedia
- ✓ Variabel 9  
Rasa minuman yang disajikan
- ✓ Variabel 11  
Kesegaran bahan minuman yang digunakan
- ✓ Variabel 12  
Kemenarikan penyajian makanan
- ✓ Variabel 13  
Kemenarikan penyajian minuman
- ✓ Variabel 15  
Kesesuaian harga dengan makanan yang disajikan
- ✓ Variabel 16  
Kesesuaian harga dengan minuman yang disajikan
- ✓ Variabel 17  
Kemudahan dalam mencari lokasi *coffee shop*

- ✓ Variabel 19  
Kejelasan papan nama *coffee shop*
- ✓ Variabel 29  
Kebersihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian
- ✓ Variabel 34  
Pengetahuan pekerja *coffee shop* terhadap produk yang dijual
- ✓ Variabel 35  
Kecepatan pelayanan konsumen
- ✓ Variabel 39  
Ketersediaan menu makanan yang dipesan
- ✓ Variabel 42  
Kebersihan ruangan *non-smoking coffee shop*
- ✓ Variabel 45  
Kualitas pencahayaan di dalam *coffee shop*
- ✓ Variabel 50  
Kesejukan ruangan non smoking pada *coffee shop*

Tingkat kepentingan diatas rata-rata dan tingkat kinerja dibawah rata-rata dari Kopilogi *coffee shop* terdapat pada variabel:

- ✓ Variabel 4  
Kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap minuman yang disajikan
- ✓ Variabel 8  
Rasa makanan yang disajikan
- ✓ Variabel 10  
Kesegaran bahan makanan yang digunakan
- ✓ Variabel 21  
Kemudahan dalam mencari lahan parkir
- ✓ Variabel 30  
Ketersediaan pelayan *coffee shop* yang membantu proses pembelian.
- ✓ Variabel 31



Keramahan pelayan *coffee shop*

✓ Variabel 33

Kesopanan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen

✓ Variabel 40

Ketersediaan menu minuman yang dipesan

✓ Variabel 41

Kelengkapan fasilitas *coffee shop* (AC, TV, dll)

✓ Variabel 43

Kebersihan ruangan *smoking coffee shop*

✓ Variabel 46

Keamanan tempat parkir yang tersedia

✓ Variabel 51

Kebersihan toilet yang tersedia di *coffee shop*

Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dibawah rata-rata dari Kopilogi *coffee shop* terdapat pada variabel:

✓ Variabel 22

Keharuman aroma kopi diruangan non-smoking *coffee shop*

✓ Variabel 24

Kemenarikan berbagai event/promo/diskon

✓ Variabel 25

Kemenarikan promo pada media sosial (facebook, instagram, dll)

✓ Variabel 32

Ketanggapan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen

✓ Variabel 36

Kemudahan proses pembayaran

✓ Variabel 45

Kualitas pencahayaan di dalam *coffee shop*

✓ Variabel 47

Ketersediaan spot foto pada *coffee shop*

- ✓ Variabel 48  
Kecukupan meja dan kursi di *coffee shop*

Tingkat kepentingan rendah dan tingkat kinerja tinggi dari Kopilogi *coffee shop* terdapat pada variabel:

- ✓ Variabel 7  
Variasi biji kopi yang tersedia
- ✓ Variabel 18  
Kemudahan akses menuju ke lokasi *coffee shop*
- ✓ Variabel 20  
Kemudahan dalam menemukan papan nama *coffee shop*
- ✓ Variabel 23  
Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk
- ✓ Variabel 27  
Frekuensi promo pada media sosial
- ✓ Variabel 28  
Kerapihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian
- ✓ Variabel 37  
Alternatif jenis pembayaran (debit/kredit)
- ✓ Variabel 38  
Ketepatan antara penyajian makanan dan minuman yang dipesan dengan yang disajikan
- ✓ Variabel 44  
Kemenarikan design interior pada *coffee shop*

##### **5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari Kopilogi Coffee Shop**

- *Segmentation*

1. Berdasarkan segmentasi demografis yaitu usia, pekerjaan, dan penghasilan/uang saku.
2. Berdasarkan segmentasi psikografis yaitu tujuan ke Kopilogi *coffee shop*, pengeluaran per orang untuk membeli makanan dan minuman di

Kopilogi *coffee shop*, sumber informasi mengenai Kopilogi *coffee shop*, pendapat responden mengenai murah atau tidak nya harga makanan, pendapat responden mengenai murah atau tidak nya harga minuman, pendapat responden mengenai ketertarikan dodol yang dipadukan dengan kopi, pendapat responden mengenai ketertarikan dengan kopi yang disajikan dengan *cone* es krim, pendapat responden mengenai ketertarikan dengan asal-usul kopi, pendapat responden mengenai ketertarikan dengan manfaat dari kopi, pendapat responden mengenai ketertarikan dengan selfie pada latar belakang yang menarik, pendapat responden mengenai pembelian *voucher* makanan *online*.

3. Berdasarkan segmentasi perilaku yaitu menu makanan yang sering dipesan di Kopilogi *coffee shop*, menu minuman yang sering dipesan di Kopilogi *coffee shop*, alasan menyukai Kopilogi *coffee shop*, hari kunjungan ke Kopilogi *coffee shop*, jam kedatangan ke Kopilogi *coffee shop*, media sosial yang sering digunakan, radio yang sering didengarkan, lagu yang disukai saat berada di *coffee shop*, suka menggunakan Wi-Fi atau tidak.

- *Targeting*

Berdasarkan hasil pengolahan segmentasi diatas, maka Kopilogi *coffee shop* dapat menentukan target pasar yang ditujunya. Target pasar dari Kopilogi *coffee shop* yaitu:

1. Usia 17-29 tahun
2. Pekerjaan sebagai wirausaha dan mahasiswa/pelajar
3. Uang saku  $\text{Rp } 1.000.000 \leq \text{uang saku} < \text{Rp } 2.000.000$
4. Datang ke *coffee shop* dengan tujuan untuk berkumpul teman-teman dan menikmati kopi.
5. Alasan memilih *coffee shop* karena tempat yang nyaman dan rasa yang enak.
6. Pengeluaran per orang yang dikeluarkan untuk makan dan minum sebesar  $\text{Rp } 20.000 \leq \text{pengeluaran} < \text{Rp } 40.000$

7. Sumber informasi yang diperoleh, didapatkan dari media sosial dan teman
  8. Media sosial yang sering digunakan adalah Instagram dan Line
  9. Hari kunjungan ke Kopilogi *coffee shop* adalah hari sabtu dan minggu
  10. Waktu kunjungan ke Kopilogi *coffee shop* adalah pukul  $18.00 \leq$  waktu kunjungan  $<$  pukul 22.00
  11. Menu makanan yang paling sering dipesan oleh konsumen adalah tahu cabe garam dan ketang
  12. Menu minuman yang paling sering dipesan oleh konsumen adalah green tea, cappuccino, dan Vietnam drip.
  13. Menyukai lagu yang sedang populer dan akustik
  14. Memiliki ketertarikan dengan perpaduan antara kopi dan dodol Garut
  15. Memiliki ketertarikan dengan kopi yang disajikan dengan *cone* es krim
  16. Memiliki ketertarikan dengan manfaat kopi
  17. Menyukai selfie
- *Positioning*

Berdasarkan hasil tingkat kepentingan konsumen, hasil *segmentation* dan *targeting*, hasil keunggulan yang dimiliki oleh Kopilogi *coffee shop*, dan hasil wawancara dengan pemilik Kopilogi *coffee shop*, dapat disimpulkan bahwa Kopilogi *coffee shop* menargetkan para kaum milenial maka Kopilogi *coffee shop* juga dapat menambahkan kata-kata yang sering digunakan oleh mereka yang berumur 17-29 tahun pada cup yang dimilikinya seperti “*Jomblo gak butuh quotes. Jomblo butuhnya Kopi*” karena kebanyakan dari *coffee shop* seringkali menyisipkan kata-kata Mutiara (*quotes*) pada cup mereka. Oleh karena itu, Kopilogi *coffee shop* ingin membuat sesuatu yang berbeda sehingga saat mereka yang membeli kopi akan terdapat tulisan seperti itu. Slogan yang pas untuk Kopilogi *coffee shop* adalah “*Jodoh boleh pilih-pilih, tapi urusan ngopi ke Kopilogi aja!*”

## 6. Usulan Kopilogi *coffee shop* agar penjualan dapat meningkat

- Usulan untuk kemudahan pencarian lahan parkir adalah menghadirkan *valet service* bagi mereka yang kesulitan mendapatkan parkir. (variabel 21)
- Usulan untuk kebersihan toilet adalah membeli pengharum ruangan di toilet agar bau-bau tidak sedap dapat diminimasi. Selain itu, sediakan tempat sampah di dalam toilet. (variabel 51)
- Usulan untuk keamanan tempat parkir adalah menghadirkan pegawai yang dapat menjaga keamanan kendaraan yang diparkirkan di halaman depan Kopilogi *coffee shop*. (variabel 46)
- Usulan untuk rasa makanan adalah menghadirkan seorang yang berpengalaman di dapur untuk menjadi *Head Chef* di dapur. (variabel 8)
- Usulan untuk kemenarikan promo pada media sosial adalah memperbanyak variasi-variasi promo yang ada karena dari segi tampilan foto untuk promo pihak Kopilogi *coffee shop* lebih baik. (variabel 25)
- Usulan untuk kebersihan ruangan *non-smoking coffee shop* adalah memberi arahan kepada para waiters untuk selalu memperhatikan kebersihan lantai. (variabel 42)
- Usulan untuk kesejukan ruangan *non smoking* pada *coffee shop* adalah mengganti AC yang tersedia di ruangan. (variabel 40)
- Usulan untuk kemenarikan penyajian makanan adalah menghadirkan seseorang yang berlatar belakang chef atau seseorang yang mengerti tentang pekerjaan tersebut. (variabel 12)
- Usulan untuk kemenarikan penyajian minuman adalah menghadirkan sesuai dengan foto yang tertera pada menu makanan sehingga kemenarikan yang terdapat di foto sama seperti aslinya.(variabel 13)
- Usulan untuk kemudahan dalam mencari lokasi *coffee shop* adalah mendaftarkan lokasi *coffee shop* di *google*. (variabel 17)
- Usulan untuk kerapihan pelayan *coffee shop* dalam berpakaian adalah pelayan Kopilogi *coffee shop* diberikan baju seragam. (variabel 28)

- Usulan untuk frekuensi promo pada sosial media adalah lebih rutin untuk mengadakan promo-promo yang penyebarannya dibantu lewat sosial media dengan menentukan hari-hari dimana pada hari tersebut diharuskan *posting* promo pada sosial media. (variabel 27)
- Usulan untuk variasi biji kopi yang tersedia adalah menambahkan variasi biji kopi yang tersedia di *coffee shop* setidaknya terdapat 4 variasi biji kopi. (variabel 7)
- Usulan untuk kelengkapan fasilitas *coffee shop* adalah memperbanyak permainan-permainan *game board* yang tersedia agar menarik para konsumen. (variabel 41)
- Usulan untuk kesegaran bahan makanan yang digunakan adalah pemilik memberikan standarisasi untuk bahan-bahan makanan yang layak untuk digunakan dan selalu melakukan pengecekan untuk setiap bahan-bahan makanan sebelum digunakan. (variabel 10)
- Usulan untuk kesopanan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen adalah pelayan pada *coffee shop* diberikan edukasi dan pelatihan terlebih dahulu tentang cara melayani konsumen. (variabel 33)
- Usulan untuk keramahan pelayan *coffee shop* adalah memberikan edukasi dan pelatihan terlebih dahulu tentang cara melayani konsumen agar mereka memiliki dasar untuk melakukan pekerjaannya. (variabel 31)
- Usulan untuk kebersihan ruangan *smoking coffee shop* adalah memberi arahan kepada para waiters untuk selalu memperhatikan kebersihan lantai bukan. (variabel 43)
- Usulan untuk kesesuaian gambar pada menu yang tersedia terhadap minuman yang disajikan adalah menampilkan sesuai dengan foto yang tersedia pada menu. (variabel 27)
- Usulan untuk ketersediaan pelayan *coffee shop* yang membantu proses pembelian adalah membuat menu dimana terdapat penjelasan mengenai makanan yang dijual. Selain itu, menyediakan cara pemesanan di setiap

meja sehingga para konsumen mengetahui bahwa cara pemesanan perlu dilakukan sendiri di *counter* kasir. (variabel 30)

- Usulan untuk ketersediaan menu minuman yang dipesan adalah melakukan pemeriksaan *stock* bahan baku secara rutin. (variabel 40)
- Usulan untuk ketanggapan pelayan *coffee shop* dalam melayani konsumen adalah para pelayan *coffee shop* tidak diam bergerombol di satu tempat saja melainkan di beberapa titik. (variabel 32)
- Usulan untuk kemudahan proses pembayaran adalah membuat tahapan-tahapan pemesanan hingga pembayaran lalu di cetak dan diletakan di setiap meja konsumen. (variabel 36)
- Usulan untuk kemenarikan berbagai event/promo/diskon adalah membuat event/promo/diskon yang disesuaikan dengan target pasar agar lebih menarik. (variabel 24)
- Usulan untuk keharuman aroma kopi diruangan *non-smoking coffee shop* adalah menempatkan biji-biji kopi kedalam sebuah wadah dan menatanya di sudut-sudut meja agar lama kelamaan tercium aroma kopi tersebut. (variabel 22)
- Usulan untuk ketersediaan spot foto pada *coffee shop* adalah memperbanyak spot foto pada *coffee shop*. (variabel 47)

## 6.2 Saran

Adapun saran yang diajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

1. Adanya pembahasan mengenai tingkat loyalitas konsumen Kopilogi *coffee shop*.
2. Melakukan analisa SWOT kepada pemilik Kopilogi *coffee shop*.
3. Adanya pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.
4. Menambahkan pesaing agar lebih dari 1 pesaing.
5. Membuat lini baru untuk konsumen baru.