

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hal-Hal yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Kedai Kopi :

Product :

Produk yang konsumen inginkan untuk bisa memenuhi kebutuhannya dalam hal ini adalah makanan.

- Keragaman jenis minuman kopi yang ditawarkan
- Keragaman jenis minuman selain minuman kopi yang ditawarkan
- Keragaman jenis makanan ringan yang ditawarkan
- Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan
- Konsistensi rasa minuman selain minuman kopi yang disajikan
- Konsistensi rasa makanan ringan yang disajikan
- Kualitas rasa pada minuman kopi yang disajikan
- Kualitas rasa pada minuman selain minuman kopi yang disajikan
- Kualitas rasa pada makanan ringan yang disajikan
- Kemenarikan tampilan minuman kopi yang disajikan
- Kemenarikan tampilan minuman selain minuman kopi yang disajikan

Price :

Harga yang ditawarkan ke konsumen.

- Kesesuaian harga minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
- Kesesuaian harga minuman selain minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
- Kesesuaian harga makanan ringan yang ditawarkan dengan kualitasnya

- Harga minuman dan makanan ringan dapat bersaing dengan kompetitornya

Place :

Letak lokasi dimana Kedai Kopi tersebut berada.

- Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan aplikasi (*Google Map* dan *Waze*)
- Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan kendaraan umum
- Kemenarikan tata letak meja kursi terhadap mesin kopi dalam memikat konsumen
- Kemenarikan dekorasi eksterior dalam memikat konsumen
- Keamanan lahan parkir
- Luas lahan parkir

Promotion :

Cara yang dilakukan oleh pihak Kedai Kopi untuk menarik perhatian konsumen kepada produk yang ditawarkan oleh pihak Kedai Kopi itu sendiri.

- Kemenarikan banner/spanduk di depan kedai kopi
- Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media sosial (*Instagram* dan *Facebook*)
- Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media cetak (sebaran/brosur)
- Frekuensi iklan di media sosial (*Instagram*)

People :

Sekelompok orang yang ditugaskan untuk melayani konsumen yang datang agar dapat terlayani dengan baik.

- Keramahan pelayan dalam melayani konsumen
- Kerapihan pakaian karyawan (pelayan dan barista)
- Kesigapan pelayan dalam melayani pembeli
- Kesigapan barista dalam menanggapi keinginan konsumen
- Kehandalan barista dalam mengetahui semua jenis kopi dan rasa kopi
- Kemampuan barista dalam menyampaikan informasi tentang jenis dan tipe kopi

- Kemampuan barista dalam memberikan solusi terbaik untuk konsumen yang baru mengenal kopi
- Kemampuan kasir dalam melayani proses pembayaran

Physical Evidence :

Suatu bentuk fisik yang dapat mendukung dan mempengaruhi penilaian konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

- Kejelasan nama dan spanduk di depan kedai kopi
- Sirkulasi udara di dalam kedai kopi
- Kebersihan di dalam kedai kopi
- Kebersihan toilet untuk konsumen
- Kebersihan peralatan yang digunakan untuk menghadirkan minuman dan makanan ringan
- Kenyaman kursi dan meja yang digunakan
- Kualitas fasilitas wifi yang disediakan

Process :

Interaksi yang terjadi antara penjual dan konsumen dalam menyediakan produk yang ditawarkan.

- Kemudahan dalam proses pembayaran
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan minuman kopi
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan dan minuman kopi untuk dibawa pulang

2. Kelebihan dan kekurangan yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Arabintara dibandingkan dengan pesaingnya :

➤ Variabel yang merupakan kelebihan Kedai Kopi Arabintara menurut konsumen:

- Keragaman jenis minuman kopi yang ditawarkan
- Keragaman jenis minuman selain minuman kopi yang ditawarkan
- Keragaman jenis makanan ringan yang ditawarkan
- Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan
- Konsistensi rasa minuman selain minuman kopi yang disajikan

- Konsistensi rasa makanan ringan yang disajikan
 - Kualitas rasa pada minuman kopi yang disajikan
 - Kualitas rasa pada minuman selain minuman kopi yang disajikan
 - Kualitas rasa pada makanan ringan yang disajikan
 - Kemenarikan tampilan minuman kopi yang disajikan
 - Kemenarikan tampilan minuman selain minuman kopi yang disajikan
 - Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan aplikasi (*Google Map* dan *Waze*)
 - Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan kendaraan umum
 - Luas lahan parkir
 - Keramahan pelayan dalam melayani konsumen
 - Kerapihan pakaian karyawan (pelayan dan barista)
 - Kesigapan pelayan dalam melayani pembeli
 - Kesigapan barista dalam menanggapi keinginan konsumen
 - Kehandalan barista dalam mengetahui semua jenis kopi dan rasa kopi
 - Kemampuan barista dalam menyampaikan informasi tentang jenis dan tipe kopi
 - Kemampuan barista dalam memberikan solusi terbaik untuk konsumen yang baru mengenal kopi
 - Kebersihan peralatan yang digunakan untuk menghadirkan minuman dan makanan ringan
- Variabel yang merupakan kekurangan Kedai Kopi Arabintara menurut konsumen:
- Kesesuaian harga minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
 - Kesesuaian harga minuman selain minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya

- Kesesuaian harga makanan ringan yang ditawarkan dengan kualitasnya
 - Harga minuman dan makanan ringan dapat bersaing dengan kompetitornya
 - Kemenarikan tata letak meja kursi terhadap mesin kopi dalam memikat konsumen
 - Kemenarikan dekorasi eksterior dalam memikat konsumen
 - Keamanan lahan parkir
 - Kemenarikan banner/spanduk di depan kedai kopi
 - Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media sosial (*Instagram* dan *Facebook*)
 - Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media cetak (sebaran/brosur)
 - Frekuensi iklan di media sosial (*Instagram*)
 - Kemampuan kasir dalam melayani proses pembayaran
 - Kejelasan nama dan spanduk di depan kedai kopi
 - Sirkulasi udara di dalam kedai kopi
 - Kebersihan di dalam kedai kopi
 - Kebersihan toilet untuk konsumen
 - Kenyamanan kursi dan meja yang digunakan
 - Kualitas fasilitas wifi yang disediakan
 - Kemudahan dalam proses pembayaran secara manual
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan minuman kopi
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan dan minuman kopi untuk dibawa pulang
3. Kinerja dari pihak Kedai Kopi Arabintara
- Kinerja dari pihak Kedai Kopi Arabintara sudah dirasa unggul dibandingkan dengan pesaingnya yaitu Kedai Kopi ST. Akan tetapi masih terdapat beberapa bagian dari Kedai Kopi Arabintara yang perlu diperbaiki

dan ditingkatkan kembali, agar dapat membuat konsumen merasa puas dengan kinerja dari Kedai Kopi Arabintara. Dimana sebelum membuka Kedai Kopi adanya penjelasan dari pemilik kedai kopi untuk memberikan arahan terhadap barista dan pelayan, agar dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Hal ini bertujuan agar dapat memberikan citra yang baik kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan pendapatan Kedai Kopi Arabintara dan dapat mencapai target yang diinginkan oleh pemilik Kedai Kopi. Tingkat kinerja dari pelayanan Kedai Kopi Arabintara memiliki rata-rata 2.997 dan tingkat kepentingan 3.098 untuk 44 variabel.

Berikut ini merupakan hasil pengolahan IPA kedalam 4 kuadran :

➤ Kuadran 1

Variabel pada kuadran ini merupakan prioritas utama yang perlu diperbaiki oleh Kedai Kopi Arabintara :

- Kesesuaian harga minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
- Kesesuaian harga makanan ringan yang ditawarkan dengan kualitasnya
- Harga minuman dan makanan ringan dapat bersaing dengan kompetitornya
- Kemenarikan tata letak meja kursi terhadap mesin kopi dalam memikat konsumen
- Keamanan lahan parkir
- Kemenarikan banner/spanduk di depan kedai kopi
- Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media cetak (sebaran/brosur)
- Frekuensi iklan di media sosial (*Instagram*)
- Kebersihan toilet untuk konsumen
- Kemudahan dalam proses pembayaran
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan minuman kopi
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan

➤ Kuadran 2

Variabel pada kuadran ini dapat diperbaiki dan ditingkatkan kembali oleh Kedai Kopi Arabintara :

- Keragaman jenis minuman selain minuman kopi yang ditawarkan
- Keragaman jenis makanan ringan yang ditawarkan
- Konsistensi rasa minuman selain minuman kopi yang disajikan
- Konsistensi rasa makanan ringan yang disajikan
- Kualitas rasa pada minuman kopi yang disajikan
- Kualitas rasa pada minuman selain minuman kopi yang disajikan
- Kemenarikan tampilan minuman kopi yang disajikan
- Kemenarikan tampilan minuman selain minuman kopi yang disajikan
- Keramahan pelayan dalam melayani konsumen
- Kerapihan pakaian karyawan (pelayan dan barista)
- Kemampuan barista dalam memberikan solusi terbaik untuk konsumen yang baru mengenal kopi
- Kebersihan peralatan yang digunakan untuk menghadirkan minuman dan makanan ringan
- Kualitas fasilitas wifi yang disediakan

➤ Kuadran 3

Variabel ini dalam kuadran ini perlu diperbaiki dan ditingkatkan oleh Kedai Kopi Arabintara :

- Kesesuaian harga minuman selain minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
- Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan kendaraan umum
- Kemenarikan dekorasi eksterior dalam memikat konsumen
- Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media sosial (*Instagram* dan *Facebook*)
- Kejelasan nama dan spanduk di depan kedai kopi
- Sirkulasi udara di dalam kedai kopi

- Kebersihan di dalam kedai kopi
- Kenyaman kursi dan meja yang digunakan
- Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan dan minuman kopi untuk dibawa pulang

➤ Kuadran 4

Variabel pada kuadran ini dapat diperbaiki dan ditingkatkan kembali oleh Kedai Kopi Arabintara :

- Keragaman jenis minuman kopi yang ditawarkan
- Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan
- Kualitas rasa pada makanan ringan yang disajikan
- Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan aplikasi (*Google Map* dan *Waze*)
- Luas lahan parkir
- Kesigapan pelayan dalam melayani pembeli
- Kesigapan barista dalam menanggapi keinginan konsumen
- Kehandalan barista dalam mengetahui semua jenis kopi dan rasa kopi
- Kemampuan barista dalam menyampaikan informasi tentang jenis dan tipe kopi
- Kemampuan kasir dalam melayani proses pembayaran

4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Kedai Kopi Arabintara.

Dengan mengundang *food blogger* untuk membantu pemasaran Kedai Kopi Arabintara, agar Kedai Kopi Arabintara dapat diketahui orang lebih banyak, dengan cara menampilkan foto-foto di media sosial agar dapat menarik minat konsumen terhadap Kedai Kopi Arabintara, dimana sebagian besar konsumen menggunakan media sosial seperti *Instagram*. Berikut ini adalah variabel-variabel yang dipuaskan dan tidak dipuaskan oleh konsumen :

- Variabel yang dipuaskan oleh responden :
- Keragaman jenis minuman kopi yang ditawarkan
 - Keragaman jenis minuman selain minuman kopi yang ditawarkan
 - Keragaman jenis makanan ringan yang ditawarkan
 - Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan
 - Konsistensi rasa minuman selain minuman kopi yang disajikan
 - Konsistensi rasa makanan ringan yang disajikan
 - Kualitas rasa pada minuman kopi yang disajikan
 - Kualitas rasa pada minuman selain minuman kopi yang disajikan
 - Kualitas rasa pada makanan ringan yang disajikan
 - Kemenarikan tampilan minuman kopi yang disajikan
 - Kemenarikan tampilan minuman selain minuman kopi yang disajikan
 - Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan aplikasi (*Google Map* dan *Waze*)
 - Luas lahan parkir
 - Keramahan pelayan dalam melayani konsumen
 - Kerapihan pakaian karyawan (pelayan dan barista)
 - Kesigapan pelayan dalam melayani pembeli
 - Kesigapan barista dalam menanggapi keinginan konsumen
 - Kehandalan barista dalam mengetahui semua jenis kopi dan rasa kopi
 - Kemampuan barista dalam menyampaikan informasi tentang jenis dan tipe kopi
 - Kemampuan barista dalam memberikan solusi terbaik untuk konsumen yang baru mengenal kopi
 - Kemampuan kasir dalam melayani proses pembayaran
 - Kebersihan peralatan yang digunakan untuk menghidangkan minuman dan makanan ringan
 - Kualitas fasilitas wifi yang disediakan

- Variabel yang dipuaskan oleh responden :
- Kesesuaian harga minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
 - Kesesuaian harga minuman selain minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan porsinya
 - Kesesuaian harga makanan ringan yang ditawarkan dengan kualitasnya
 - Harga minuman dan makanan ringan dapat bersaing dengan kompetitornya
 - Kemudahan dalam mengakses kedai kopi dengan kendaraan umum
 - Kemenarikan tata letak meja kursi terhadap mesin kopi dalam memikat konsumen
 - Kemenarikan dekorasi eksterior dalam memikat konsumen
 - Keamanan lahan parkir
 - Kemenarikan banner/spanduk di depan kedai kopi
 - Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media sosial (*Instagram* dan *Facebook*)
 - Kemenarikan promosi dalam pemasangan iklan di media cetak (sebaran/brosur)
 - Frekuensi iklan di media sosial (*Instagram*)
 - Kejelasan nama dan spanduk di depan kedai kopi
 - Sirkulasi udara di dalam kedai kopi
 - Kebersihan di dalam kedai kopi
 - Kebersihan toilet untuk konsumen
 - Kenyamanan kursi dan meja yang digunakan
 - Kemudahan dalam proses pembayaran
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan minuman kopi
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan
 - Kecepatan waktu dalam mengolah pesanan makanan ringan dan minuman kopi untuk dibawa pulang

5. *Segmentation, targeting, dan positioning* yang sesuai dengan kondisi Kedai Kopi Arabintara :

➤ *Segmentation:*

Variabel-variabel dalam aspek demografis :

- Usia : 18-23, 24-29, 30-35, > 35 Tahun
- Pekerjaan : Mahasiswa/I, Wiraswasta, Pegawai Negeri, Karyawan Swasta.
- Penghasilan: \leq Rp 3.000.000, Rp 3.000.000 – Rp 8.000.000, Rp 8.000.000 – Rp 13.000.000,
- Uang saku : \leq Rp 1.000.000, Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000, > Rp 3.000.000

Variabel-variabel dalam aspek geografis

- Tempat tinggal : Bandung Timur, Bandung Barat, Bandung Utara, Bandung Selatan, Lainnya (Tangerang, Palembang, Aceh dan Bali)

Variabel-variabel dalam aspek psikografis :

- Anggaran yang dikeluarkan perorang saat berkunjung ke Kedai Kopi Arabintara : \leq Rp 35.000, Rp 35.000 – Rp 50.000, Rp 55.000 – Rp 75.000, > Rp 75.000
- Alasan Memilih Kedai Kopi Arabintara : Harganya murah, Tempatnya nyaman, Terdapat fasilitas wifi, Rasa kopi, Dekat dengan tempat tinggal .
- Frekuensi kedatangan dalam 1 bulan : 1 kali, 2 kali, 3 kali, 4 kali, Tidak Tentu.
- Sumber informasi : Media Sosial (*Instagram*), Internet (*Google*), Kerabat (teman/sahabat), Keluarga, Lainnya (keluarga,teman dekat)
- Berapa Penting Media Sosial Bagi Anda : Sangat Berpengaruh, Berpengaruh, Kurang Berpengaruh.
- Media sosial yang digunakan : *Instagram, Facebook, Path, Twitter*, Lainnya (Line, Tumblr, LinkedIn)

- Kartu provider yang digunakan : Indosat (IM3), Telkomsel (As, Simpati), XL , Lainnya (Smartfren, Axis, Tree)
- Voucher yang pernah digunakan : Tidak Pernah, Fave, Deoloka, Lainnya.
- Faktor utama dalam memilih Kedai Kopi : Harganya Murah, Tempatnya Nyaman, Terdapat Fasilitas Wifi, Rasa Kopi.
- Minuman Yang Sering dipesan : Redvelvet, Taro, Coklat, Green Tea, Caramel Mocha Latte, Afogato, Cappucinno Viennesse, V-60, Aeropes.
- Makanan Yang Sering dipesan : Dim-Sum, Kentang Goreng, Cheese Burger, Nochos.

➤ *Targeting:*

Berdasarkan hasil kuesioner segmentasi yang telah disebarkan kepada 120 responden, hasilnya dikelompokkan menjadi beberapa segmen seperti yang telah dijelaskan diatas, maka target yang dituju adalah sebagai berikut:

- Usia 18 sampai dengan 29 tahun sebesar 89%
- Pekerjaan : Mahasiswa/i dan karyawan swasta sebesar 92%
- Penghasilan : \leq Rp 3.000.000 sampai dengan Rp 8.000.000 sebesar 97%.
- Uang saku : \leq Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000 sebesar 83%
- Tempat tinggal : Bandung Timur dan Bandung Utara sebesar 78%
- Anggaran : \leq Rp. 35.000 sampai Rp.55.000 sebesar 93%
- Alasan Memilih Kedai Kopi Arabintara : Rasa kopi, tempat dekat dengan tempat tinggal fasilitas wifi sebesar 83%
- Sumber informasi : Kerabat dan Media sosial sebesar 88%
- Kepentingan media sosial : Sangat berpengaruh sebesar 68%
- Media sosial yang digunakan : *instagram* dan *facebook* sebesar 81%

- Faktor memilih kedai kopi : Rasa kopi dan tempat nyaman sebesar 80%

Targetting untuk Kedai Kopi Arabintara adalah usia 18 sampai 29 tahun, mahasiswa/i dan karyawan swasta, dengan penghasilan \leq Rp 3.000.000 sampai dengan Rp 8.000.000 dan uang saku perbulan \leq Rp. 1.000.000- Rp. 2.000.000, bertempat tinggal di daerah Bandung Timur dan Bandung Utara, dengan anggaran \leq Rp. 35.000 sampai Rp.55.000, alasan memilih Kedai Kopi Arabintara yaitu rasa kopi, tempat tinggal dan fasilitas wifi, sumber informasi yaitu kerabat dan media sosial, kepentingan media sosial sangat berpengaruh, media sosial yang digunakan *instagram* dan *facebook*, faktor memilih Kedai Kopi yaitu rasa kopi dan kenyamanan tempat.

➤ *Positioning*

Berdasarkan target Kedai Kopi Arabintara yang telah diusulkan dapat diberikan dan juga memperhitungkan hasil dari analisa gabungan maka variabel yang menjadi *positioning* untuk kedai kopi ini adalah sebagai berikut :

- Keragaman jenis dan konsistensi rasa pada minuman kopi, minuman selain kopi, serta makanan ringan.
- Kemenarikan tampilan minuman kopi dan selain minuman kopi.
- Kemudahan dalam mengakses kedai ini dengan *Waze* dan *Google*.

Sehingga *tagline* yang dapat dimunculkan oleh Kedai Kopi Arabintara adalah "***Kopinya Enak dan Lokasinya Strategis***".

6. Strategi dan upaya yang dapat dilakukan Kedai Kopi Arabintara untuk dapat meningkatkan omzetnya yaitu sedikit merubah konsep eksterior dan interior serta meningkatkan kembali fasilitas dan pelayanannya agar konsumen merasa lebih nyaman berada di Kedai Kopi Arabintara. Usulan yang diberikan berdasarkan data analisis gabungan, strategi *Targeting* dan *Positioning*. Usulan yang diberikan dengan cara memperhatikan prioritas

perbaikan utama yang diantaranya adalah kemudahan konsumen pada proses pembayaran, kemenarikan tata letak meja dan kursi, kebersihan toilet dan sebagainya.

6.2 Saran

Usulan dan saran yang diberikan bertujuan untuk dilakukan agar dapat lebih baik lagi dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk Kedai Kopi Arabintara, usulan dan saran diantaranya adalah :

- Sebaiknya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen terhadap Kedai Kopi Arabintara.

