

## BAB 6

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1 Kesimpulan

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

- Kesesuaian deskripsi minuman dengan menu.
- Kesesuaian tingkat gula yang digunakan dengan selera.
- Kemenarikan penyajian dine in & take away untuk diunggah di media sosial.
- Keragaman menu *non coffee*.
- Keragaman menu kopi.
- Variasi biji kopi yang tersedia dengan tingkat keasaman yang berbeda.
- Persaingan harga dengan kompetitor.
- Kesesuaian harga dengan kualitas minuman yang disajikan.
- Kesesuaian harga dengan kuantitas minuman yang disajikan.
- Kemenarikan tema kedai.
- Kecukupan lahan parkir.
- Kejelasan papan nama kedai dari jalan raya.
- Kemudahan lokasi kedai untuk ditemukan.
- Kenyamanan dari *smoking area*.
- Besarnya diskon di hari libur nasional.
- Pemberian diskon menarik untuk konsumen yang loyal.
- Kemenarikan iklan produk lewat media sosial.
- Besarnya diskon/promo kerjasama pihak ketiga seperti OVO dan Gopay
- Keramahan barista.
- Kebersihan area kerja/produksi.
- Kesopanan barista.
- Kerapihan seragam/apron yang digunakan barista.

- Ketanggapan terhadap keluhan konsumen.
- Wawasan barista tentang kopi.
- Kecepatan waktu pelayanan.
- Konsistensi kualitas produk yang dihasilkan.
- Kemudahan sistem pemesanan.
- Variasi alat pembayaran non tunai seperti debit, kredit, dan uang elektronik.
- Kebersihan toilet.
- Kecanggihan mesin dan peralatan kopi yang digunakan.
- Kelengkapan peralatan kopi yang dimiliki.
- Kebersihan peralatan yang digunakan.
- Kesejukan suhu udara.
- Kecepatan Wifi.
- Kualitas suara musik.
- Tingkat pencahayaan kedai.
- Kenyamanan meja kursi yang digunakan.
- Kelengkapan peralatan hiburan (tv, layar, dsb.)

## 2. **Tingkat Kinerja yang Diberikan Kopi Sajati.**

Rata-rata dari keseluruhan kinerja yang diberikan Kopi Sajati yaitu 3.241 yang artinya sudah cukup baik namun perlu ditingkatkan, terutama diutamakan untuk variabel tempat/*place*.

Tabel 6.1  
Rata-rata Kinerja Kopi Sajati

7P	Rata-rata
<i>Product</i>	3.241
<i>Price</i>	3.600
<i>Place</i>	2.498
<i>Promotion</i>	3.368
<i>People</i>	3.455
<i>Process</i>	3.505
<i>Physical Evidence</i>	3.221

### 3. Kinerja Setiap Variabel Kopi Sajati

Berdasarkan hasil pengolahan IPA didapatkan hasil bahwa ada 13 variabel yang masuk kedalam kuadran I, 7 variabel yang masuk kedalam kuadran II, 6 variabel yang masuk kedalam kuadran III, dan 12 variabel yang masuk kedalam kuadran IV.

### 4. Persaingan Kopi Sajati Dibandingkan Pesaing

Berdasarkan hasil pengujian CA didapatkan hasil bahwa terdapat 22 variabel yang menjadi keunggulan Kopi Sajati dan 16 variabel yang tertinggal dibandingkan pesaing. Dapat disimpulkan Kopi Sajati unggul 57.8% dibandingkan Kedai Kopi Kulo.

### 5. Tingkat Kepuasan Konsumen Kopi Sajati

Berdasarkan hasil Uji Hipotesis didapatkan hasil bahwa terdapat 12 variabel konsumen sudah puas dengan kinerja yang diberikan oleh Kopi Sajati dan terdapat 26 variabel konsumen tidak puas dengan kinerja yang diberikan Kopi Sajati, Sehingga dapat disimpulkan bahwa hanya 31.5% konsumen puas dengan dengan kinerja Kopi Sajati.

## 6. Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning* dari Kopi Sajati

- Segmentasi dan *Targeting*

- Usia 18 – 23 tahun (37%) dan 24 - 30 tahun (44%)
- Memiliki pekerjaan sebagai Dokter/Pekerja Rumah Sakit (33%), Mahasiswa (terutama kedokteran (22%)) dan Pegawai Swasta (21%).
- Memiliki uang saku (belum bekerja) Rp. 1.000.000 – Rp. 4.000.000.
- Memiliki penghasilan Rp. 3.400.000 – Rp. 5.000.000.
- Sering berkunjung ke coffee shop 2 – 5 kali (49%) dan 6 – 10 kali (32%) dalam satu bulan.
- Sering berkunjung ke coffee shop pada waktu weekdays (Senin – Jumat).
- Berkunjung pada siang hari dan malam hari.
- Berkunjung bersama teman.
- Senang berkumpul bersama teman/mengerjakan tugas sambil menikmati kopi.
- Menu kopi paling disukai Es Kopi Susu Sajati.
- Mengutamakan kenyamanan tempat dan fasilitas yang lengkap.
- Menggunakan media sosial Instagram.
- Menggunakan kartu debit BCA.
- Menggunakan uang elektronik Gopay.
- Tidak terlalu mempertimbangkan perkembangan kopi *specialty* (*specialty* yang dimaksud merupakan kopi dengan tingkat perhatian yang tinggi dari hulu(petani) hingga hilir(peracik kopi)).

- *Positioning*

Usulan *Positioning* untuk Kopi Sajati berdasarkan kepentingan dari konsumen dan keunggulan yang dimiliki sebaiknya Kopi Sajati menempatkan diri sebagai *coffee shop* yang memiliki keragaman menu kopi yang variatif, memiliki kualitas bahan baku yang baik, memiliki harga yang murah sehingga tidak memberatkan untuk dikonsumsi setiap hari dan memiliki *service* yang baik. Oleh karena itu berdasarkan *targeting*

dan *positioning* Kopi Sajati harus membuat slogan “Kopi Sajati *your daily caffeine supply*”.

## 7. Usulan Prioritas Perbaikan

- Memasang *sign* untuk memberitahu konsumen untuk parkir di Rs.Immanuel untuk lahan parkir yang lebih luas.
- Mengganti *closet* jongsok ke *closet* duduk karena banyak responden wanita.
- Mengubah menu dengan menambahkan deskripsi komponen yang jelas/ menambahkan gambar katalog.
- Menambahkan tatakan kayu untuk penjajian *dine in* dan menambahkan variasi yang lebih menarik untuk *cup take away*.
- Mengganti papan nama dengan papan nama yang lebih panjang menuju ke arah jalan raya.
- Satu-satunya cara untuk memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi Kopi Sajati yaitu dengan mengganti papan nama.
- Menambahkan menu *non coffee* dengan bahan dasar buah-buahan karena banyaknya responden Dokter/Pekerja rumah sakit.
- Meningkatkan promosi melalui media sosial Instagram.
- Mencuci kain lap setiap hari agar terjaga higienisnya.
- Menetapkan untuk membayar langsung ketika memesan agar lebih tertib.
- Menggunakan gelas ukur yang sudah sesuai ukurannya untuk mempercepat waktu produksi.
- Mengharuskan pekerja untuk menggunakan sepatu.
- Meningkatkan penjualan/ mencari kerja sama agar mendapatkan promosi *cash back* yang lebih besar.
- Menetapkan jadwal beserta *jobdesk* yang jelas untuk pembuatan konten promosi.
- Meningkatkan kuantitas minuman.

- Menambah kerja sama dengan *brand* DANA untuk menambahkan variasi pembayaran.
- Mengganti tempat sampah dengan tempat sampah yang tertutup.
- Menambahkan 1 buah *speaker* di lantai 1 dan menambahkan 2 buah *speaker* di lantai 2.
- Menambahkan kecepatan wifi menjadi minimal 20mbps.
- Melakukan renovasi lantai 2 untuk *smoking area* dan lebih menjaga kebersihannya.
- Mengganti pencahayaan dengan lampu sorot.
- Menggunakan audio yang lebih baik dan mengganti antenna dengan tv kabel.
- Menambahkan AC yang lebih besar kapasitasnya dan menambahkan *hexos fan*.
- Menambahkan menu yang lebih menarik banyak konsumen umum seperti *caramel macchiato*.
- Memiliki stok lebih untuk bahan dasar kopi agar terjaga konsistensinya.
- Menetapkan SOP untuk *service* yang ingin diberikan kepada konsumen.
- Menetapkan SOP dan melakukan *training* kepada barista agar *service* yang diberikan lebih baik.
- Selalu meminta tanggapan konsumen agar Kopi Sajati mendapatkan kritik dan masukan.
- Mempertahankan konsistensi rasa untuk menjaga kepercayaan konsumen.
- Mempertahankan harga dan menjaga konsistensi.
- Mengalokasikan dana untuk renovasi lantai 2 karena perkembangan *design coffee shop* semakin menarik dari tahun ke tahun.
- Menambahkan bantal duduk untuk kursi kayu.
- Mempertahankan kartu member untuk konsumen yang loyal.
- Menambahkan peralatan kopi seperti *Vietnam drip* dan menjaga kebersihannya.
- Lebih memperhatikan keinginan konsumen dan melihat kondisi pasar.

- Menyediakan *station* khusus untuk konsumen yang ingin menambahkan gula sendiri.
- Memasang keterangan pilihan kopi yang tersedia agar memudahkan konsumen dalam memilih.
- Mengganti alat *sealer* manual menjadi otomatis untuk mempercepat waktu produksi.

## 6.2 Saran

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

1. Menyebarkan kuesioner di lingkungan lain yang bisa menjadi potensi pasar yang baru.
2. Melakukan cek ulang setelah menerima dari kuesioner dari responden.
3. Melakukan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.