

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan, maka pada tahap akhir penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan yang disesuaikan dengan perumusan masalah yang ada. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *Café Z*.

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis, diperoleh hasil rata-rata tingkat kepentingan menurut konsumen *Café Z* dari setiap variabel yang digunakan penulis, berikut adalah hasil rata-rata tingkat kepentingannya :

- ❖ Berikut adalah variabel-variabel dengan tingkat kepentingan tinggi (rata-rata diatas 3) :
 - Variabel 1 : Variasi menu makanan yang tersedia (3,209)
 - Variabel 2 : Kelezatan rasa makanan yang disajikan (3,173)
 - Variabel 3 : Kebersihan makanan yang disajikan (3,182)
 - Variabel 6 : Kesegaran bahan baku yang digunakan (3,182)
 - Variabel 7 : Variasi menu minuman yang tersedia (3,173)
 - Variabel 8 : Kelezatan rasa minuman yang disajikan (3,209)
 - Variabel 9 : Kebersihan minuman yang disajikan (3,218)
 - Variabel 12 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan (3,173)
 - Variabel 13 : Kesesuaian harga dengan porsi makanan (3,182)
 - Variabel 14 : Harga makanan yang kompetitif (3,164)
 - Variabel 15 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman (3,173)
 - Variabel 17 : Harga minuman yang kompetitif (3,191)

- Variabel 18 : Kemudahan menjangkau lokasi (dilalui oleh angkutan umum, grab, dll) (3,218)
- Variabel 19 : Kemudahan dalam menemukan lokasi *Cafe* (terletak dipinggir jalan) (3,182)
- Variabel 20 : Kejelasan papan nama *Cafe* yang terpasang (3,182)
- Variabel 21 : Kemenarikan isi promosi melalui media sosial (3,200)
- Variabel 24 : Frekuensi promosi melalui media sosial (3,209)
- Variabel 29 : Frekuensi diskon yang diberikan (3,218)
- Variabel 30 : Keramahan pelayan dalam menerima konsumen (3,209)
- Variabel 31 : Ketanggapan pelayan saat melayani konsumen (3,227)
- Variabel 32 : Pengetahuan pelayan terhadap menu (3,236)
- Variabel 35 : Kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu (3,218)
- Variabel 37 : Ketanggapan kasir saat melayani konsumen (3,182)
- Variabel 40 : Kecepatan waktu penyajian makanan (3,227)
- Variabel 41 : Kecepatan waktu penyajian minuman (3,018)
- Variabel 42 : Ketepatan kasir dalam menghitung tagihan (3,164)
- Variabel 44 : Keragaman jenis pembayaran (*cash, credit card, debit, uang elektronik*) (3,191)
- Variabel 46 : Kemudahan proses reservasi (telepon, *Whatsapp*, dll) (3,255)
- Variabel 48 : Pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi *online* (GoFood, GrabFood, dll) (3,218)
- Variabel 49 : Kemenarikan *design interior Cafe* (3,236)
- Variabel 51 : Luas area parkir (3,245)
- Variabel 52 : Keamanan area parkir (3,255)
- Variabel 55 : Kebersihan toilet (3,200)
- Variabel 57 : Kebersihan *Cafe* (3,209)
- Variabel 58 : Kebersihan alat makan dan minum (3,164)

- Variabel 59 : Kecepatan internet *wifi* (3,173)
 - Variabel 60 : Kelancaran sirkulasi udara di *Cafe* (3,191)
- ❖ Berikut adalah variabel-variabel dengan tingkat kepentingan rendah (rata-rata dibawah 3):
- Variabel 28 : Besar persentase diskon yang diberikan (2,945)
 - Variabel 36 : Keramahan kasir dalam melayani konsumen (2,936)
 - Variabel 45 : Kejelasan rincian harga dalam nota pembelian (2,936)
 - Variabel 47 : Kerapihan proses *packing* untuk *take away* dan *delivery* (2,991)
 - Variabel 56 : Kebersihan wastafel (2,973)
 - Variabel 62 : Kualitas penerangan di *Cafe* (2,900)
 - Variabel 63 : Kualitas *sound system* di dalam *Cafe* (2,945)

2. Tingkat kinerja dari *Café Z*.

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis, diperoleh hasil rata-rata tingkat kinerja menurut konsumen *Café Z* dari setiap variabel yang digunakan penulis, berikut adalah hasil rata-rata tingkat kinerjanya :

- ❖ Berikut adalah variabel-variabel dengan tingkat kinerja tinggi (rata-rata diatas 3):
- Variabel 2 : Kelezatan rasa makanan yang disajikan (3,055)
 - Variabel 3 : Kebersihan makanan yang disajikan (3,164)
 - Variabel 6 : Kemenarikan *design interior Cafe* (3,236)
 - Variabel 8 : Kelezatan rasa minuman yang disajikan (3,127)
 - Variabel 9 : Kebersihan minuman yang disajikan (3,064)
 - Variabel 12 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan (3,245)
 - Variabel 15 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman (3,145)
 - Variabel 18 : Kemudahan menjangkau lokasi (dilalui oleh angkutan umum, grab, dll) (3,009)

- Variabel 19 : Kemudahan dalam menemukan lokasi *Cafe* (terletak dipinggir jalan) (3,118)
 - Variabel 28 : Besar persentase diskon yang diberikan (3,027)
 - Variabel 29 : Frekuensi diskon yang diberikan (3,100)
 - Variabel 30 : Keramahan pelayan dalam menerima konsumen (3,027)
 - Variabel 31 : Ketanggapan pelayan saat melayani konsumen (3,082)
 - Variabel 36 : Keramahan kasir dalam melayani konsumen (3,136)
 - Variabel 37 : Ketanggapan kasir saat melayani konsumen (3,136)
 - Variabel 41 : Kecepatan waktu penyajian minuman (3,245)
 - Variabel 42 : Ketepatan kasir dalam menghitung tagihan (3,018)
 - Variabel 44 : Keragaman jenis pembayaran (*cash, credit card, debit, uang elektronik*) (3,127)
 - Variabel 45 : Kejelasan rincian harga dalam nota pembelian (3,091)
 - Variabel 49 : Kemenarikan *design interior Cafe* (3,045)
 - Variabel 51 : Luas area parkir (3,145)
 - Variabel 55 : Kebersihan toilet (3,036)
 - Variabel 57 : Kebersihan *Cafe* (3,073)
 - Variabel 58 : Kebersihan alat makan dan minum (3,064)
 - Variabel 60 : Kelancaran sirkulasi udara di *Cafe* (3,073)
 - Variabel 62 : Kualitas penerangan di *Cafe* (3,055)
 - Variabel 63 : Kualitas *sound system* di dalam *Cafe* (3,064)
- ❖ Berikut adalah variabel-variabel dengan tingkat kinerja rendah (rata-rata dibawah 3):
- Variabel 1 : Variasi menu makanan yang tersedia (2,791)
 - Variabel 7 : Variasi menu makanan yang tersedia (2,800)
 - Variabel 13 : Kesesuaian harga dengan porsi makanan (2,727)
 - Variabel 14 : Harga makanan yang kompetitif (2,945)
 - Variabel 17 : Harga minuman yang kompetitif (2,691)
 - Variabel 20 : Kejelasan papan nama *Cafe* yang terpasang (2,855)

- Variabel 21 : Kemenarikan isi promosi melalui media sosial (2,845)
- Variabel 24 : Frekuensi promosi melalui media sosial (2,791)
- Variabel 32 : Pengetahuan pelayan terhadap menu (2,882)
- Variabel 35 : Kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu (2,900)
- Variabel 40 : Kecepatan waktu penyajian makanan (2,873)
- Variabel 52 : Keamanan area parkir (2,936)
- Variabel 56 : Kebersihan wastafel (2,900)
- Variabel 59 : Kecepatan internet *Wifi* (2,891)

3. Tingkat kepuasan konsumen terhadap *Café Z*.

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis, diperoleh hasil variabel-variabel tentang tingkat kepuasan menurut konsumen *Café Z* dari setiap variabel yang digunakan penulis, berikut adalah hasilnya :

❖ Berikut adalah variabel-variabel yang dianggap puas oleh konsumen *Café Z* :

- Variabel 2 : Kelezatan rasa makanan yang disajikan
- Variabel 3 : Kebersihan makanan yang disajikan
- Variabel 6 : Kesegaran bahan baku yang digunakan
- Variabel 8 : Kelezatan rasa minuman yang disajikan
- Variabel 9 : Kebersihan minuman yang disajikan
- Variabel 12 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
- Variabel 15 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
- Variabel 19 : Kemudahan dalam menemukan lokasi *Cafe* (terletak dipinggir jalan)
- Variabel 28 : Besar persentase diskon yang diberikan
- Variabel 29 : Frekuensi diskon yang diberikan
- Variabel 36 : Keramahan kasir dalam melayani konsumen
- Variabel 37 : Ketanggapan kasir saat melayani konsumen
- Variabel 41 : Kecepatan waktu penyajian minuman

- Variabel 44 : Keragaman jenis pembayaran (*cash, credit card, debit, uang elektronik*)
 - Variabel 45 : Kejelasan rincian harga dalam nota pembelian
 - Variabel 51 : Luas area parkir
 - Variabel 56 : Kebersihan wastafel
 - Variabel 58 : Kebersihan alat makan dan minum
 - Variabel 60 : Kelancaran sirkulasi udara di *Cafe*
 - Variabel 62 : Kualitas penerangan di *Cafe*
 - Variabel 63 : Kualitas *sound system* di dalam *Cafe*
- ❖ Berikut adalah variabel-variabel yang dianggap belum puas oleh konsumen *Café Z*:
- Variabel 1 : Variasi menu makanan yang tersedia
 - Variabel 7 : Variasi menu minuman yang tersedia
 - Variabel 13 : Kesesuaian harga dengan porsi makanan
 - Variabel 14 : Harga makanan yang kompetitif
 - Variabel 17 : Harga minuman yang kompetitif
 - Variabel 18 : Kemudahan menjangkau lokasi (dilalui oleh angkutan umum, grab, dll)
 - Variabel 20 : Kejelasan papan nama *Cafe* yang terpasang
 - Variabel 21 : Kemenarikan isi promosi melalui media sosial
 - Variabel 24 : Frekuensi promosi melalui media sosial
 - Variabel 30 : Keramahan pelayan dalam menerima konsumen
 - Variabel 31 : Ketanggapan pelayan saat melayani konsumen
 - Variabel 32 : Pengetahuan pelayan terhadap menu
 - Variabel 35 : Kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu
 - Variabel 40 : Kecepatan waktu penyajian makanan
 - Variabel 42 : Ketepatan kasir dalam menghitung tagihan
 - Variabel 49 : Kemenarikan *design interior Cafe*
 - Variabel 52 : Keamanan area parkir

- Variabel 55 : Kebersihan toilet
 - Variabel 57 : Kebersihan *Cafe*
 - Variabel 59 : Kecepatan internet *Wifi*
4. Posisi *Café Z* dibandingkan dengan pesaing yaitu *Café Tafso Barn* dan *Café Lereng Anteng*.
- ❖ Berikut adalah variabel – variabel peringkat 1 yang dimiliki *Café Z* berdasarkan posisi dari pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis:
- Variabel 2 : Kelezatan rasa makanan yang disajikan
 - Variabel 3 : Kebersihan makanan yang disajikan
 - Variabel 8 : Kelezatan rasa minuman yang disajikan
 - Variabel 9 : Kebersihan minuman yang disajikan
 - Variabel 15 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa minuman
 - Variabel 24 : Frekuensi promosi melalui media sosial
 - Variabel 29 : Frekuensi diskon yang diberikan
 - Variabel 30 : Keramahan pelayan dalam menerima konsumen
 - Variabel 31 : Ketanggapan pelayan saat melayani konsumen
 - Variabel 40 : Kecepatan waktu penyajian makanan
 - Variabel 41 : Kecepatan waktu penyajian minuman
 - Variabel 44 : Keragaman jenis pembayaran (*cash, credit card, debit, uang elektronik*)
 - Variabel 51 : Luas area parkir
 - Variabel 55 : Kebersihan toilet
 - Variabel 56 : Kebersihan wastafel
 - Variabel 59 : Kecepatan internet *wifi*
 - Variabel 63 : Kualitas *sound system* di dalam *Café*
- ❖ Berikut adalah variabel – variabel peringkat 2 yang dimiliki *Café Z* berdasarkan posisi dari pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis:
- Variabel 1 : Variasi menu makanan yang tersedia
 - Variabel 7 : Variasi menu minuman yang tersedia

- Variabel 21 : Kemenarikan isi promosi melalui media sosial
 - Variabel 28 : Besar persentase diskon yang diberikan
 - Variabel 36 : Keramahan kasir dalam melayani konsumen
 - Variabel 37 : Ketanggapan kasir saat melayani konsumen
 - Variabel 42 : Ketepatan kasir dalam menghitung tagihan
 - Variabel 58 : Kebersihan alat makan dan minum
 - Variabel 60 : Kelancaran sirkulasi udara di *Cafe*
 - Variabel 62 : Kualitas penerangan di *Cafe*
- ❖ Berikut adalah variabel – variabel peringkat 3 yang dimiliki *Café Z* berdasarkan posisi dari pengolahan data yang telah dilakukan oleh penulis:
- Variabel 6 : Kesegaran bahan baku yang digunakan
 - Variabel 12 : Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan
 - Variabel 13 : Kesesuaian harga dengan porsi makanan
 - Variabel 14 : Harga makanan yang kompetitif
 - Variabel 17 : Harga minuman yang kompetitif
 - Variabel 18 : Kemudahan menjangkau lokasi (dilalui oleh angkutan umum, grab, dll)
 - Variabel 19 : Kemudahan dalam menemukan lokasi *Cafe* (terletak dipinggir jalan)
 - Variabel 20 : Kejelasan papan nama *Cafe* yang terpasang
 - Variabel 32 : Pengetahuan pelayan terhadap menu
 - Variabel 35 : Kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu
 - Variabel 45 : Kejelasan rincian harga dalam nota pembelian
 - Variabel 49 : Kemenarikan *design interior Cafe*
 - Variabel 52 : Keamanan area parkir
 - Variabel 57 : Kebersihan *Café*

5. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh *Café Z*, yaitu :

❖ *Segmentation*

- Demografis : Usia dan pekerjaan konsumen *Café Z*.
- Geografis : Wilayah tempat tinggal konsumen *Café Z*.
- Psikografis : Alasan utama pemilihan *Café Z*, tujuan saat datang ke *Café Z* dan sumber informasi *Café Z*.
- Perilaku : Pengeluaran konsumen sekali datang ke *Cafe Z*, makanan favorit di *Cafe Z*, minuman favorit di *Cafe Z*, datang bersama siapa ke *Cafe Z*, seberapa sering datang ke *Cafe Z*, hari kedatangan ke *Cafe Z*, jam kedatangan yang disukai ke *Cafe Z*, waktu yang dibutuhkan untuk berada di *Cafe Z*, media sosial yang digunakan, pengganti nasi putih yang disukai, cara Pembayaran yang disukai, kartu debit yang digunakan, kartu kredit yang digunakan dan uang elektronik yang digunakan.

❖ *Targeting*

Berdasarkan hasil kuesioner penelitian bagian I yang menggambarkan profil responden, maka dapat diketahui persentase jawaban yang berpotensi besar untuk menjadi target perusahaan adalah sebagai berikut :

- Usia konsumen : 17-30 tahun
- Pekerjaan konsumen : pelajar/mahasiswa, karyawan swasta dan wiraswasta.
- Wilayah tempat tinggal : Bandung Utara dan lainnya (Jakarta, Bekasi, Cimahi)
- Pengeluaran sekali datang ke *Café* : Rp. 50.000 s/d Rp.100.000
- Alasan pemilihan *Café* : *view* pemandangan dan *design Café*
- Tujuan saat datang ke *Café* : nongkrong/*hangout*, makan dan *meeting/event*
- Memperoleh informasi *Café Z* melalui istagram, spanduk, Radio Ardan dan Radio Prambors.

- Radio yang sering didengarkan adalah Radio Ardan dan Radio Prambors.
- Koran yang sering dibaca adalah Kompas, dan Tribun.
- Media sosial yang sering digunakan adalah Instagram dan Line/WhatsApp.
- Majalah yang sering dibaca adalah majalah Gaul, majalah Kuliner dan lain-lain (Majalah Nova, majalah Bintang, majalah Kartini, majalah Tempo dan majalah Selera)
- Makanan favorit adalah nasi goreng, pasta dan paket nasi.
- Minuman favorit adalah kopi dan coklat
- Orang yang akan datang bersama ke *Café* adalah teman/sahabat, pacar, dan rekan kerja.
- Frekuensi datang ke *Café* dalam sebulan adalah 1-3 kali dan tidak tentu.
- Hari kedatangan yang disukai adalah hari Sabtu, hari Minggu dan hari libur nasional.
- Jam kedatangan yang disukai adalah dari pukul 16.00 WIB s/d pukul 22.00 WIB.
- Waktu yang dibutuhkan selama berada di *Café* adalah 1-3 jam.
- Menu pengganti nasi putih yang disukai adalah pasta dan kentang.
- Cara pembayaran yang disukai adalah tunai dan debit.
- Kartu debit yang digunakan adalah kartu debit BCA.
- Kartu kredit yang digunakan adalah kartu kredit BCA dan CIMB Niaga.
- Uang elektronik yang digunakan adalah OVO dan Go-Pay.

❖ *Positioning*

Berdasarkan tingkat kepentingan, pengolahan data menggunakan metode CA, IPA dan Uji Hipotesis, hasil *segmentation* dan *targeting*, maka penulis memberikan usulan strategi *positioning* yaitu “*Naturally Satisfy You*”. Slogan yang diberikan memiliki tujuan bahwa dengan konsep *design* yang diusung dari *Café Z*, suasana

yang dimiliki dari *Cafe Z*, pelayanan yang diberikan, makanan dan minuman yang disajikan dan pemandangan dari *Café Z* sendiri maka dengan secara tidak sadar akan memberikan efek terpuaskan bagi konsumen.

6. Usulan strategi pemasaran yang dapat diberikan kepada *Café Z* agar dapat meningkatkan omset penjualan dan menjadikan *Café Z* lebih unggul dibandingkan pesaing, yaitu :
 - ❖ Usulan berdasarkan hasil pengolahan data CA, IPA dan Uji Hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis, didapatkan usulan dari setiap variabel sesuai dengan prioritas perbaikannya, berikut adalah hasil usulannya :
 - Usulan 1 : Variabel 13 (Kesesuaian harga dengan porsi makanan)
Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* adalah *Café Z* perlu menambahkan kuantitas dari makanan yang disajikan dengan tanpa mengurangi kenikmatan rasa makanan dan juga dapat menyiasatinya dengan mengganti penggunaan piring/mangkok yang lebih kecil atau menggunakan piring/mangkok dari bahan-bahan selain keramik yang dapat membuat makanan yang disajikan terlihat lebih banyak.
 - Usulan 2 : Variabel 32 (Pengetahuan pelayan terhadap menu)
Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dengan memberikan pelatihan dan pembekalan kepada pegawai mengenai jenis-jenis menu, bahan-bahan yang digunakan, rasa dari menu-menu yang ditawarkan. Dan juga *Café Z* dapat menggunakan android tab untuk dijadikan panduan oleh pelayan pada saat proses pemesanan menu sehingga dapat memudahkan pelayan dalam menjelaskan menu makana dan minuman.
 - Usulan 3 : Variabel 20 (Kejelasan papan nama *Cafe* yang terpasang)
Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah perlu adanya perubahan posisi pemasangan papan nama yang tidak terlalu masuk dari jalan utama, papan nama yang dibuat bolak-balik agar dapat dilihat dari segala arah kedatangan.

- Usulan 4 : Variabel 35 (Kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* terkait dengan kemampuan komunikasi pelayan saat menjelaskan menu adalah dengan memberikan pelatihan komunikasi kepada pelayan dan melatih bahasa tubuh untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen.

- Usulan 5 : Variabel 52 (Keamanan area parkir)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dengan meningkatkan keamanan fasilitas parkir dengan menyediakan petugas parkir, atau juga dengan melakukan kerjasama dengan pihak ketiga seperti *secure parking* agar setiap kendaraan yang masuk mendapatkan tiket parkir dan keamanan kendaraan terjamin.

- Usulan 6 : Variabel 14 (Harga makanan yang kompetitif)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah melakukan perbandingan harga dengan pesaing agar mengetahui kelebihan dan kelemahan *Café Z* saat ini. *Café Z* juga dapat menurunkan harga makanan tetapi tidak mengurangi cita rasanya sesuai.

- Usulan 7 : Variabel 18 (Kemudahan menjangkau lokasi (dilalui oleh angkutan umum, grab, dll))

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dapat menyewa lahan parkir tambahan dan tempat titik kumpul disekitar Puncak Ciumbuleuit yang hanya dibuka pada saat-saat tertentu saja, karena didaerah bawah *Café Z* masih terdapat banyak lahan kosong yang dapat disewa untuk dijadikan lahan parkir dan juga menyediakan titik kumpul di kawasan Puncak Ciumbuleuit bagi konsumen yang menggunakan kendaraan *online*, untuk memudahkan mendapatkan kendaraan untuk pulang dari *Café Z*.

- Usulan 8 : Variabel 17 (Harga minuman yang kompetitif)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah melakukan perbandingan harga dengan pesaing agar mengetahui kelebihan dan kelemahan *Café Z* saat ini. *Café Z* juga dapat menurunkan harga

minuman agar mendekati pesaing atau sama dengan harga minuman di *Café* pesaing tetapi tidak mengurangi cita rasanya.

- Usulan 9 : Variabel 49 (Kemenarikan *design interior Café*)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* yaitu dengan mengubah *design Café Z* agar lebih *Instagramable* dan lebih menarik pandangan, perubahan *design* dapat dilakukan dengan tetap mempertahankan *design* yang sekarang hanya saja perlu perubahan-perubahan pada sisi-sisi tertentu sehingga tidak terlihat membosankan.

- Usulan 10 : Variabel 57 (Kebersihan *Café*)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dengan meningkatkan kinerjanya dalam hal kebersihan didalam *Café Z*, hal tersebut dapat dilakukan dengan memberikan arahan kepada pegawai agar selalu membersihkan lokasi ketika sebelum buka, melakukan pembersihan lokasi secara tanggap ketika sudah kotor dan ketika pegawai sedang tidak melakukan pekerjaan apapun maka dapat melakukan pengecekan terhadap kebersihan *Café*.

- Usulan 11 : Variabel 6 (Kesegaran bahan baku yang digunakan)

Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* yaitu mengurangi pembelian bahan baku harian untuk hari-hari yang dimana pengunjung lebih sedikit, sehingga kesegaran bahan baku akan tetap terjaga tidak perlu disimpan terlalu lama di lemari pendingin.

- Usulan 12 : Variabel 19 (Kemudahan dalam menemukan lokasi *Café* (terletak dipinggir jalan))

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* untuk meningkatkan kemudahan dalam menemukan lokasi yaitu dengan membuat spanduk-spanduk sebagai penunjuk jalan dan promosi *Café*, melakukan kerja sama dengan pemerintah untuk mencantumkan nama *Café* dalam rambu-rambu petunjuk jalan.

- Usulan 13 : Variabel 12 (Kesesuaian harga dengan kualitas rasa makanan)

Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* adalah terkait kesesuaian harga makanan dengan kualitas rasa makanan yaitu dengan melakukan perbandingan rasa makanan dengan *Café* pesaing agar mengetahui kelemahan dari *Café Z*, memperhatikan kualitas penggunaan bahan baku terhadap makanan yang disajikan agar kenikmatan rasa tetap terjaga.

- Usulan 14 : Variabel 45 (Kejelasan rincian harga dalam nota)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* untuk meningkatkan kejelasan rincian harga dalam nota pembelian adalah penambahan penggunaan mesin kasir yang terintegrasi dengan mesin printer sehingga nota pembelian akan terlihat lebih jelas.

- Usulan 15 : Variabel 1 (Variasi menu makanan yang tersedia)

Usulan yang diberikan kepada *Café Z* adalah dengan menambahkan variasi dari menu-menu yang ada dan membuat menu-menu baru yang inovatif.

- Usulan 16 : Variabel 7 (Variasi menu minuman yang tersedia)

Usulan yang diberikan kepada *Café Z* adalah dengan menambahkan variasi dari menu-menu yang ada dan membuat menu-menu baru yang inovatif.

- Usulan 17 : Variabel 21 (Kemenarikan isi promosi melalui media sosial)

Usulan yang diberikan kepada *Café Z* adalah dengan melakukan inovasi dan meningkatkan promosi dengan memanfaatkan media sosial dalam melakukan promosi. Promosi tersebut dapat berupa memberikan potongan harga bagi konsumen yang mengunggah foto ke media sosial *instagram* ketika sedang berada *Café Z*, dengan begitu *Café Z* dapat memanfaatkan konsumen yang gemar menggunakan media sosial untuk melakukan promosi.

- Usulan 18 : Variabel 42 (Ketepatan kasir dalam menghitung tagihan)
Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* dengan menambahkan mesin kasir atau menggunakan aplikasi kasir pada komputer/tablet untuk memudahkan proses perhitungan tagihan dan mengurangi kecenderungan kesalahan dalam melakukan perhitungan tagihan.
- Usulan 19 : Variabel 60 (Kelancaran sirkulasi udara di *Café*)
Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* adalah dengan menambahkan bukaan atau *exhaust fan* pada ruangan *non smoking* agar sirkulasi udara lebih lancar, sebab di *Café Z* sendiri tidak diperlukan pendingin ruangan karena *Café Z* sendiri sudah berada di daerah tinggi.
- Usulan 20 : Variabel 58 (Kebersihan alat makan dan minuman)
Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dengan meningkatkan kembali kebersihan peralatan makan dan minum. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menambah pegawai khusus untuk melakukan pembersihan peralatan makan.
- Usulan 21 : Variabel 37 (Ketanggapan kasir saat melayani konsumen)
Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* untuk meningkatkan ketanggapan kasir saat melayani konsumen adalah dengan menambahkan mesin kasir atau menggunakan aplikasi kasir pada komputer/tablet untuk memudahkan kasir dalam bekerja sehingga kasir dapat merespon konsumen dengan cepat dan tidak terbagi fokusnya.
- Usulan 22 : Variabel 28 (Besarnya persentase yang diberikan)
Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah dengan mengadakan diskon potongan harga pada waktu-waktu tertentu. Waktu-waktu tertentu disesuaikan dengan jam-jam dimana *Café Z* sepi dari pengunjung. Diskon juga dapat diberikan pada saat musim liburan dan hari-hari besar, seperti natal, tahun baru, 17 agustus, idul fitri dan ketika bulan ramadhan.

- Usulan 23 : Variabel 62 (Kualitas penerangan di *Café*)

Usulan yang data diberikan kepada *Café Z* adalah dengan memperbaiki tingkat pencahayaan menjadi lebih terang dengan mengkombinasikan antara lampu *warm* dengan lampu LED dan menambahkan lampu-lampu hias agar suasana *Café* menjadi lebih hidup dan terang.

- Usulan 24 : Variabel 36 (Keramahan kasir dalam melayani konsumen)

Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* adalah dengan memberikan arahan kepada kasir untuk selalu menyapa konsumen yang datang dan mengucapkan terima kasih ketika konsumen pergi.

- Usulan 25 : Variabel 24 (Frekuensi promosi melalui media sosial)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* adalah meningkatkan frekuensi promosi melalui media sosial Usulan 26 : Variabel 40 (Kecepatan waktu penyajian makanan)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan dalam hal kecepatan waktu dari penyajian makanan adalah mengusulkan adanya penambahan pegawai agar pegawai dapat bekerja sesuai tugasnya tidak saling merangkap pekerjaan lain.

- Usulan 27 : Variabel 59 (Kecepatan internet *Wifi*)

Usulan yang dapat diberikan adalah dengan meningkatkan kecepatan *Wifi* dapat dengan mengganti server yang digunakan.

- Usulan 28 : Variabel 56 (Kebersihan wastafel)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* untuk meningkatkan kebersihan wastafel adalah dengan membersihkan wastafel secara rutin agar terhindar dari adanya lumut dan kerak dilubang saluran wastafel, selain membersihkan wastafel secara rutin perlu juga pengecekan terhadap fasilitas pendukung seperti kran air, *tissue* dan juga sabun agar wastafel tetap terjaga kebersihannya.

- Usulan 29 : Variabel 30 (Keramahan pelayan dalam menerima

Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* adalah dengan memberikan arahan kepada pegawai untuk selalu menyapa konsumen yang datang dan mengucapkan terima kasih ketika konsumen pergi.

- Usulan 30 : Variabel 55 (Kebersihan toilet)

Usulan yang dapat diberikan kepada pihak *Café Z* untuk meningkatkan kinerja dan kepuasan dalam hal kebersihan toilet adalah dengan membersihkan lantai toilet dan closet secara rutin agar terhindar dari adanya lumut-lumut di lantai toilet, selain membersihkan lantai toilet dan closet secara rutin perlu juga pengecekan terhadap fasilitas pendukung seperti air, pengharum ruangan, *tissue* dan juga sabun agar toilet tetap terjaga kebersihannya dan keharumannya.

- Usulan 31 : Variabel 31 (Ketanggapan pelayan saat melayani konsumen)

Usulan yang dapat diberikan kepada *Café Z* untuk meningkatkan ketanggapan pelayan saat melayani konsumen adalah dengan menyediakan ruang untuk pelayan yang bersedia dibagian lantai 2 *Café*, sehingga konsumen dengan mudah memanggil pelayan, selain itu pelayan juga dapat mengontrol kebersihan meja.

- ❖ Usulan berdasarkan hasil tingkat kepentingan, karena variabel-variabel tersebut tidak dilakukan pengolahan data menggunakan metode CA, IPA dan Uji Hipotesis. Berikut adalah hasil usulannya :

- Usulan 1 : Variabel 39 (Kemudahan proses reservasi (telepon, *Whatsapp*, dll))

Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepentingan terhadap variabel nomor 39, yaitu kemudahan proses reservasi (telepon, *whatsapp*, dll) adalah penting, maka diharapkan *Café Z* menampilkan *contact person* didalam iklan atau promosi yang dilakukan *Café Z*. Selain dengan menampilkan *contact person*, *Café* dapat mendesign semacam foto

mengenai langkah-langkah resevasi, sehingga konsumen akan dengan mudah melakukan proses reservasi.

- Usulan 2 : Variabel 41 (Pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi *online* (GoFood, GrabFood))

Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepentingan terhadap variabel nomor 41, yaitu Pemesanan makanan dan minuman melalui aplikasi *online* (GoFood, GrabFood) adalah penting, maka diharapkan *Café Z* untuk mendaftarkan *Café* nya kedalam aplikasi pemesanan *online*, sehingga konsumen yang tidak perlu datang ke lokasi tetap dapat menikmati makanan dan minuman dari *Café Z*.

- Usulan 3 : variabel 40 (Kerapihan proses *packing* untuk *take away* dan *delivery*)

Berdasarkan hasil pengukuran tingkat kepentingan terhadap variabel nomor 40, yaitu kerapihan proses *packing* untuk *take away* dan *delivery* adalah penting, maka diharapkan *Café Z* membuat suatu kemasan yang *design* khusus untuk tempat makanan dan minuman apabila konsumen melakukan pemesanan *take away* ataupun *delivery* dengan tetap memperhatikan aspek keamanan bagi makanan.

6.2 Saran

Adapun saran yang diberikan untuk penelitian di masa yang akan datang yaitu:

1. Untuk penelitian terhadap *Café Z* berikutnya, sebaiknya mengamati loyalitas konsumen. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai seberapa besar loyalitas konsumen *Café Z* dan juga untuk mencari variabel yang mempengaruhi loyalitas.
2. Sebaiknya untuk penelitian selanjutnya penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan dengan lebih beragam untuk semua mahasiswa disegala Universitas yang termasuk kedalam tingkat sosial yang sama.