

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti, diperoleh kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu:

1. *Segmentation, Targeting dan Positioning* Untuk Kedai Kopi “X”

Hasil *segmentation* dapat dilihat pada Tabel 5.5 dan Tabel 5.6, dari hasil segmentasi dicari target pasar dengan memperhatikan persentase dari setiap segmen yang ada.

Target pasar untuk kedai kopi “x” adalah usia 16-25 tahun (60%) dan usia 26 – 35 tahun (24.35%), Siswa Sekolah (20.87%), Mahasiswa (36.52%), dan Pegawai Negeri/Swasta (13.04%). Penghasilan yang dipilih adalah penghasilan <Rp. 3.100.000 (22.45%) dan Rp. 3.100.000 - Rp. 5.600.000 (51.02%). Uang saku pelajar atau mahasiswa yang dipilih adalah Rp 500.000 sampai Rp. 1.500.000 (27.27%) dan Rp. 1.500.000 sampai Rp. 2.500.000 (33.33%). Lokasi tempat tinggal berada di Cimahi Utara (42.61%) atau daerah Cimahi Tengah (23.48%), dengan tujuan utama untuk berkumpul dengan teman/keluarga (58.26%).

Berdasarkan hal-hal diatas peneliti mengusulkan *positioning* untuk kedai kopi “x” adalah sebagai kedai kopi yang dapat menyediakan tempat berkumpul dan bersantai yang nyaman dengan tetap memberikan pelayanan dan kualitas produk kopi yang baik bagi konsumennya dengan harga yang bersahabat dengan slogan “*Make a good memory at a cozy place with good coffee*”.

2. Variabel-variabel yang Dipentingkan Oleh Konsumen Dalam Memilih Kafe

Variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen diperoleh dari hasil kuesioner penelitian bagian II, seluruh variabel memiliki nilai rata-rata diatas angka 3. Sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh variabel adalah penting bagi konsumen dalam memilih kedai kopi.

3. Variabel-variabel yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen

Variabel-variabel yang mempengaruhi konsumen dalam memilih kedai kopi diperoleh dari persamaan regresi yang merupakan hasil *Multiple Regression Analysis* yang telah diuji dengan menggunakan Uji F dan Uji T.

Berikut adalah variabel-variabel (X) yang memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Y):

- Variabel 38 : Kenyamanan Meja Yang Tersedia
- Variabel 21 : Keramahan Karyawan
- Variabel 34 : Jumlah Stopkontak Di Setiap Meja
- Variabel 2 : Rasa Produk Kopi Yang Dijual
- Variabel 3 : Rasa Produk Non Kopi Yang Dijual
- Variabel 27 : Promosi Saat *Event-event* tertentu
- Variabel 24 : Frekuensi Promosi Yang Dilakukan Di Media Sosial
- Variabel 10 : Kemenarikan *Packaging* Produk Untuk *Take Away*

4. Tingkat Loyalitas Konsumen Terhadap Kedai Kopi “X”

Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai rata-rata loyalitas adalah 3.591 (> 3), maka dapat dikatakan konsumen kedai kopi “x” sudah loyal.

5. Kelemahan dan Kelebihan yang Dimiliki Kedai Kopi “X” Dibanding Kedai Kopi Lain yang Sejenis

Kekurangan dan kelebihan yang dimiliki kedai kopi “x” dibandingkan dengan pesaing (Cenghar Coffee), diperoleh dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis*.

Berikut adalah Kelemahan yang dimiliki oleh Kedai Kopi “X”:

- Variabel 42 : Kecukupan Jumlah Kursi dan Meja
- Variabel 33 : Ketelitian Pegawai Kasir saat Melakukan Pembayaran
- Variabel 6 : Konsistensi Rasa Produk Non Kopi
- Variabel 45 : Keberadaan Atap Pada Parkiran

Berikut adalah keunggulan yang dimiliki oleh Kedai Kopi “X”:

- Variabel 1 : Variasi Produk Kopi
- Variabel 2 : Rasa Produk Kopi Yang Dijual
- Variabel 3 : Rasa Produk Non Kopi Yang Dijual
- Variabel 4 : Rasa makanan dan snack yang dijual
- Variabel 5 : Konsistensi rasa produk kopi
- Variabel 7 : Konsistensi rasa makanan dan snack yang dijual
- Variabel 8 : Kemenarikan tampilan produk kopi dan non kopi yang dijual
- Variabel 9 : Kemenarikan tampilan makanan dan snack yang dijual
- Variabel 10 : Kemenarikan packaging produk untuk take away
- Variabel 11 : Kualitas ruangan smoking dan non-smoking yang ada saat ini
- Variabel 12 : Kemudahan konsumen menjangkau kedai
- Variabel 13 : Kemudahan konsumen dalam memarkirkan kendaraan
- Variabel 14 : Kesejukan kedai kopi
- Variabel 15 : Kemenarikan desain kedai kopi secara keseluruhan (eksterior dan interior)
- Variabel 16 : Kapasitas tempat parkir
- Variabel 17 : Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Variabel 18 : Kesesuaian harga dengan porsi produk

- Variabel 19 : Pengetahuan karyawan tentang produk yang dijual
- Variabel 20 : Kesopanan karyawan
- Variabel 21 : Keramahan karyawan
- Variabel 22 : Kebersihan karyawan
- Variabel 23 : Ketanggapan karyawan dalam melayani pelanggan
- Variabel 24 : Frekuensi promosi yang dilakukan di media sosial (8-10 kali posting per minggu)
- Variabel 25 : Kemenarikan bentuk promosi yang dilakukan.
- Variabel 26 : Penggunaan berbagai media dalam promosi (instagram dan facebook)
- Variabel 27 : Promosi saat event-event tertentu. (Hari raya, libur nasional)
- Variabel 28 : Kemudahan dalam melakukan pembayaran (tunai, debi, e-money)
- Variabel 29 : Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan
- Variabel 30 : Kecepatan karyawan dalam pembuatan produk
- Variabel 31 : Ketepatan karyawan saat memenuhi pesanan
- Variabel 32 : Kemampuan pegawai kasir dalam melakukan variasi
- Variabel 34 : Jumlah stopkontak di setiap meja
- Variabel 35 : Kejelasan papan nama kedai
- Variabel 36 : Kejelasan dan kelengkapan daftar menu di kedai
- Variabel 37 : Kenyamanan tempat duduk yang tersedia
- Variabel 38 : Kenyamanan meja yang tersedia
- Variabel 39 : Kebersihan kedai
- Variabel 40 : Kebersihan toilet
- Variabel 41 : Kebersihan wastafel
- Variabel 43 : Kemudahan dalam mengakses jaringan Wi-Fi
- Variabel 44 : Kecepatan dan stabilnya jaringan Wi-Fi

6. Variabel-variabel yang Membuat Konsumen Tidak Puas

Variabel-variabel yang membuat konsumen tidak puas diperoleh dari hasil Uji Hipotesis. Ketidakpuasan terjadi karena tingkat kinerja yang lebih rendah daripada tingkat kepentingan. Berikut adalah variabel-variabel yang membuat konsumen tidak puas di kedai kopi “x”:

Tabel 6.1
Variabel-variabel yang tidak memuaskan bagi konsumen.

Nomor	Variabel	Kesimpulan
2	Rasa produk kopi yang dijual (V60, <i>cappuccino</i> , <i>moccaccino</i> , dll)	Tidak Puas
4	Rasa makanan dan <i>snack</i> yang dijual	Tidak Puas
5	Konsistensi rasa produk kopi	Tidak Puas
6	Konsistensi rasa produk non kopi	Tidak Puas
7	Konsistensi rasa makanan dan <i>snack</i> yang dijual	Tidak Puas
8	Kemenaarikan tampilan produk kopi dan non kopi yang dijual	Tidak Puas
9	Kemenaarikan tampilan makanan dan <i>snack</i> yang dijual	Tidak Puas
15	Kemenaarikan desain kedai kopi secara keseluruhan (eksterior dan interior)	Tidak Puas
16	Kapasitas tempat parkir	Tidak Puas
18	Kesesuaian harga dengan porsi produk	Tidak Puas
19	Pengetahuan karyawan tentang produk yang dijual	Tidak Puas
20	Kesopanan karyawan	Tidak Puas
27	Promosi saat event-event tertentu. (Hari raya, libur nasional)	Tidak Puas
28	Kemudahan dalam melakukan pembayaran (tunai, debi, <i>e-money</i>)	Tidak Puas
29	Kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan	Tidak Puas
31	Ketepatan karyawan saat memenuhi pesanan	Tidak Puas
33	Ketelitian pegawai kasir saat melakukan pembayaran	Tidak Puas
34	Jumlah stopkontak di setiap meja	Tidak Puas
35	Kejelasan papan nama kedai	Tidak Puas
36	Kejelasan dan kelengkapan daftar menu di kedai	Tidak Puas
37	Kenyamanan tempat duduk yang tersedia	Tidak Puas
38	Kenyamanan meja yang tersedia	Tidak Puas
39	Kebersihan kedai	Tidak Puas
40	Kebersihan toilet	Tidak Puas
41	Kebersihan wastafel	Tidak Puas
42	Kecukupan jumlah kursi dan meja	Tidak Puas
43	Kemudahan dalam mengakses jaringan <i>Wi-Fi</i>	Tidak Puas

7. Tingkat Kinerja Pelayanan yang Diberikan Kedai Kopi “X”

Dari 45 variabel, terdapat dua variabel yang nilai rata-rata kinerjanya belum baik (dibawah nilai 3) yaitu variabel Konsistensi Rasa Produk Non Kopi dan variabel Kebersihan Toilet dan 43 variabel lainnya (95.6%) sudah baik. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai rata-rata keseluruhan tingkat kinerja didapatkan nilai rata-rata tingkat kinerja sebesar $3.358 > 3$ maka dapat dikatakan tingkat kinerja kedai kopi “x” sudah baik.

8. Strategi Pemasaran yang tepat untuk Kedai Kopi “X”

Berdasarkan faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen kedai kopi “x”, maka diberikan usulan yang dapat dilakukan oleh kedai kopi “x” sebagai berikut:

- **Menjadi tempat yang nyaman.**
 - **Variabel 38: Kenyamanan meja yang tersedia**
Usulan: mengganti meja yang ada dengan meja yang lebih tinggi. Agar konsumen yang sedang berkumpul lebih nyaman saat berada di kedai.
 - **Variabel 34: Jumlah stopkontak di setiap meja**
Usulan: : peneliti mengusulkan agar kedai kopi “x” tetap memperhatikan kondisi stopkontak atau menyediakan terminal tambahan di setiap meja
- **Pelayanan yang baik dan ramah.**
 - **Variabel 21: Keramahan karyawan**
Usulan: lebih memperhatikan keramahan karyawan dengan selalu menerapkan dan membiasakan 5S (senyum, sapa, salam, sopan santun)
- **Kualitas dan rasa setiap produknya**
 - **Variabel 2: Rasa produk kopi yang dijual (V60, cappuccino, moccaccino, dll)**
Usulan: tetap memperhatikan kebersihan peralatan, mengadakan survey rasa produk kopi yang dipesan pelanggan, dan menjaga detail proses pembuatan, serta memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan.

- **Variabel 3 : Rasa produk non kopi yang dijual**

Usulan: tetap menjaga kebersihan peralatan, mengadakan survey rasa produk non kopi yang dipesan pelanggan, dan menjaga detail proses pembuatan.

➤ **Eksistensi kedai kopi**

- **Variabel 27 : Promosi pada *event-event* tertentu**

Usulan : lebih sering mengadakan promo pada *event-event* tertentu seperti promosi pada hari raya atau libur nasional sehingga pelajar/mahasiswa dan pegawai negeri/swasta bisa berkunjung. Atau promosi seperti *buy 1 get 1* dengan pembelian lewat *gofood* atau *grabfood*

- **Variabel 24 : Frekuensi promosi yang dilakukan di media sosial**

Usulan: meningkatkan frekuensi promosi menjadi sekitar 8-10 kali/minggu terutama untuk hari Selasa dan Rabu karena konsumen yang datang di hari Selasa hanya 3% dan Rabu 8%.

- **Variabel 10 : Kemerarikan *packaging* produk untuk *take away***

Usulan: mempertahankan *packaging* produk untuk *take away* dan tetap memperhatikan fungsi dari *packaging* tersebut agar produk tidak mudah rusak atau tumpah terutama untuk pembelian lewat *gofood* dan *grabfood*.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran kepada kedai kopi “x” yang dapat berguna untuk mencapai target penjualan yang diinginkan dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen, berikut adalah saran dari peneliti:

- Kedai Kopi “X” perlu meningkatkan kinerja variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen yaitu Kenyamanan Meja yang Tersedia, Keramahan Karyawan, Jumlah Stopkontak di Setiap Meja, Rasa Produk Kopi yang Dijual, Rasa Produk Non Kopi yang Dijual, Promosi saat *event-event* Tertentu, Frekuensi Promosi yang Dilakukan di Medai Sosial, Kemerarikan *Packaging* Produk untuk *Take Away*.

Untuk saran yang diajukan kepada penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

- Membahas pengaruh daya beli konsumen terhadap perilaku konsumen dalam memilih sebuah kedai kopi.
- Membahas pengaruh *brand* kedai kopi yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen.