

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam pembelian minuman kopi di Kedai Kopi X.
  - Variabel 1: Variasi jenis minuman kopi yang ditawarkan (Rata-rata: 2.58)
  - Variabel 2: Kualitas kopi yang digunakan (Rata-rata: 3.60)
  - Variabel 3: Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan (Rata-rata: 3.57)
  - Variabel 4: Kemenarikan cara penyajian minuman kopi (Rata-rata: 2.57)
  - Variabel 5: Kebersihan minuman kopi yang disajikan (Rata-rata: 3.08)
  - Variabel 6: Kesesuaian harga minuman kopi dengan kualitas yang disajikan (Rata-rata: 2.83)
  - Variabel 7: Kewajaran harga kopi jika dibandingkan dengan pesaing (Rata-rata: 2.78)
  - Variabel 8: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan aplikasi *Google Map* atau *Waze* (Rata-rata: 2.97)
  - Variabel 9: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan kendaraan umum (Rata-rata: 2.19)
  - Variabel 10: Kemenarikan promosi yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*) (Rata-rata: 3.51)
  - Variabel 11: Kemenarikan iklan yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*) (Rata-rata: 2.55)
  - Variabel 12: Frekuensi iklan pada media sosial (Rata-rata: 2.58)
  - Variabel 13: Keunikan desain kedai kopi (*Instagramable*) (Rata-rata: 2.60)

- Variabel 14: Kemenarikan papan nama di depan kedai kopi (Rata-rata: 2.59)
- Variabel 15: Kelengkapan fasilitas dengan adanya AC, Wi-Fi, dan toilet (Rata-rata: 3.11)
- Variabel 16: Kebersihan di dalam kedai kopi (Rata-rata: 2.95)
- Variabel 17: Kebersihan toilet untuk konsumen (Rata-rata: 2.94)
- Variabel 18: Kebersihan peralatan untuk menyajikan minuman kopi (Rata-rata: 3.18)
- Variabel 19: Kenyamanan pencahayaan di dalam kedai kopi (Rata-rata: 3.56)
- Variabel 20: Sirkulasi udara di dalam kedai kopi (Rata-rata: 3.62)
- Variabel 21: Kenyamanan kursi dan meja kedai kopi (Rata-rata: 2.93)
- Variabel 22: Kecukupan jumlah kursi dan meja (Rata-rata: 2.84)
- Variabel 23: Kelengkapan plug listrik untuk mengisi ulang baterai HP dan laptop (Rata-rata: 3.66)
- Variabel 24: Kualitas Wi-Fi yang disediakan (Rata-rata: 3.70)
- Variabel 25: Kecukupan tempat parkir (Rata-rata: 3.59)
- Variabel 26: Kemampuan barista menyampaikan informasi mengenai jenis kopi (Rata-rata: 3.65)
- Variabel 27: Kemampuan barista menjelaskan tiap menu minuman kopi (Rata-rata: 3.67)
- Variabel 28: Kesigapan barista melayani konsumen (Rata-rata: 3.53)
- Variabel 29: Keramahan barista melayani konsumen (Rata-rata: 3.57)
- Variabel 30: Kesesuaian pesanan minuman kopi oleh konsumen dengan yang disajikan oleh barista (Rata-rata: 3.67)
- Variabel 31: Kesesuaian penerapan protokol kesehatan pada barista saat melayani konsumen (Menggunakan masker, sarung tangan, dll) (Rata-rata: 3.65)
- Variabel 32: Kecepatan waktu pelayanan dari proses awal (konsumen pesan sampai minuman disajikan) (Rata-rata: 3.53)

- Variabel 33: Kecepatan proses pembayaran (Rata-rata: 3.56)
- Variabel 34: Variasi cara pembayaran (*Cash*, debit, OVO, *Go Pay*, dll) (Rata-rata: 3.05)
- Variabel 35: Ketepatan perhitungan total pembayaran konsumen (Rata-rata: 3.08)

## 2. Kinerja Kedai Kopi X menurut konsumen.

- Variabel 1: Variasi jenis minuman kopi yang ditawarkan (Rata-rata: 2.82)
- Variabel 2: Kualitas kopi yang digunakan (Rata-rata: 2.94)
- Variabel 3: Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan (Rata-rata: 2.76)
- Variabel 4: Kemenarikan cara penyajian minuman kopi (Rata-rata: 2.82)
- Variabel 5: Kebersihan minuman kopi yang disajikan (Rata-rata: 3.30)
- Variabel 6: Kesesuaian harga minuman kopi dengan kualitas yang disajikan (Rata-rata: 3.03)
- Variabel 7: Kewajaran harga kopi jika dibandingkan dengan pesaing (Rata-rata: 2.93)
- Variabel 8: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan aplikasi *Google Map* atau *Waze* (Rata-rata: 3.28)
- Variabel 9: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan kendaraan umum (Rata-rata: 2.20)
- Variabel 10: Kemenarikan promosi yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*) (Rata-rata: 2.83)
- Variabel 11: Kemenarikan iklan yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*) (Rata-rata: 2.58)
- Variabel 12: Frekuensi iklan pada media sosial (Rata-rata: 2.65)
- Variabel 13: Keunikan desain kedai kopi (*Instagramable*) (Rata-rata: 2.88)
- Variabel 14: Kemenarikan papan nama di depan kedai kopi (Rata-rata: 2.85)

- Variabel 15: Kelengkapan fasilitas dengan adanya AC, Wi-Fi, dan toilet (Rata-rata: 3.22)
- Variabel 16: Kebersihan di dalam kedai kopi (Rata-rata: 3.23)
- Variabel 17: Kebersihan toilet untuk konsumen (Rata-rata: 3.22)
- Variabel 18: Kebersihan peralatan untuk menyajikan minuman kopi (Rata-rata: 3.37)
- Variabel 19: Kenyamanan pencahayaan di dalam kedai kopi (Rata-rata: 3.16)
- Variabel 20: Sirkulasi udara di dalam kedai kopi (Rata-rata: 3.28)
- Variabel 21: Kenyamanan kursi dan meja kedai kopi (Rata-rata: 3.11)
- Variabel 22: Kecukupan jumlah kursi dan meja (Rata-rata: 2.78)
- Variabel 23: Kelengkapan plug listrik untuk mengisi ulang baterai HP dan laptop (Rata-rata: 3.01)
- Variabel 24: Kualitas Wi-Fi yang disediakan (Rata-rata: 3.08)
- Variabel 25: Kecukupan tempat parkir (Rata-rata: 2.56)
- Variabel 26: Kemampuan barista menyampaikan informasi mengenai jenis kopi (Rata-rata: 2.92)
- Variabel 27: Kemampuan barista menjelaskan tiap menu minuman kopi (Rata-rata: 2.98)
- Variabel 28: Kesigapan barista melayani konsumen (Rata-rata: 2.83)
- Variabel 29: Keramahan barista melayani konsumen (Rata-rata: 2.92)
- Variabel 30: Kesesuaian pesanan minuman kopi oleh konsumen dengan yang disajikan oleh barista (Rata-rata: 3.29)
- Variabel 31: Kesesuaian penerapan protokol kesehatan pada barista saat melayani konsumen (Menggunakan masker, sarung tangan, dll) (Rata-rata: 3.35)
- Variabel 32: Kecepatan waktu pelayanan dari proses awal (konsumen pesan sampai minuman disajikan) (Rata-rata: 3.06)
- Variabel 33: Kecepatan proses pembayaran (Rata-rata: 2.96)

- Variabel 34: Variasi cara pembayaran (*Cash*, debit, OVO, *Go Pay*, dll) (Rata-rata: 3.38)
- Variabel 35: Ketepatan perhitungan total pembayaran konsumen (Rata-rata: 3.43)

3. Kepuasan konsumen terhadap minuman kopi Kedai Kopi X.

Berdasarkan pengolahan data dengan uji hipotesis, didapatkan variabel dengan keputusan memuaskan dan tidak memuaskan konsumen. Berikut merupakan variabel-variabel dengan keputusan puas dan tidak puas:

- a. Variabel yang dianggap puas menurut konsumen
- Variasi jenis minuman kopi yang ditawarkan
  - Kemenarikan cara penyajian minuman kopi
  - Kebersihan minuman kopi yang disajikan
  - Kesesuaian harga minuman kopi dengan kualitas yang disajikan
  - Kewajaran harga kopi jika dibandingkan dengan pesaing
  - Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan aplikasi *Google Map* atau *Waze*
  - Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan kendaraan umum
  - Kemenarikan iklan yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*)
  - Frekuensi iklan pada media sosial
  - Keunikan desain kedai kopi (*Instagramable*)
  - Kemenarikan papan nama di depan kedai kopi
  - Kelengkapan fasilitas dengan adanya AC, Wi-Fi, dan toilet.
  - Kebersihan di dalam kedai kopi
  - Kebersihan toilet untuk konsumen
  - Kebersihan peralatan untuk menyajikan minuman kopi
  - Kenyamanan kursi dan meja kedai kopi
  - Kecukupan jumlah kursi dan meja
  - Variasi cara pembayaran (*Cash*, debit, OVO, *Go Pay*, dll)
  - Ketepatan perhitungan total pembayaran konsumen

- b. Variabel yang dianggap tidak puas menurut konsumen
- Kualitas kopi yang digunakan
  - Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan
  - Kemenarikan promosi yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*)
  - Kenyamanan pencahayaan di dalam kedai kopi
  - Sirkulasi udara di dalam kedai kopi
  - Kelengkapan plug listrik untuk mengisi ulang baterai HP dan laptop
  - Kualitas Wi-Fi yang disediakan
  - Kecukupan tempat parkir
  - Kemampuan barista menyampaikan informasi mengenai jenis kopi
  - Kemampuan barista menjelaskan tiap menu minuman kopi
  - Kesigapan barista melayani konsumen
  - Keramahan barista melayani konsumen
  - Kesesuaian pesanan minuman kopi oleh konsumen dengan yang disajikan oleh barista
  - Kesesuaian penerapan protokol kesehatan pada barista saat melayani konsumen (Menggunakan masker, sarung tangan, dll)
  - Kecepatan waktu pelayanan dari proses awal (konsumen pesan sampai minuman disajikan)
  - Kecepatan proses pembayaran

4. Variabel kinerja apa yang mempengaruhi dan membedakan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi yang dijual Kedai Kopi X.

Berdasarkan pengolahan data menggunakan *Discriminant Analysis*, didapatkan variabel yang mempengaruhi dan membedakan keputusan konsumen dengan tingkat kinerja, yaitu:

- Variabel 24: Kualitas Wi-Fi yang disediakan
- Variabel 32: Kecepatan waktu pelayanan dari proses awal (Konsumen pesan sampai minuman disajikan).

Sedangkan pengolahan data menggunakan *Cross Tabulations* didapatkan variabel faktor utama pembelian berulang (Faktor kultur, psikologis, pribadi, dan sosial) yang memiliki hubungan dengan keputusan pembelian konsumen, yaitu:

- Variabel 5: Selama saya membeli minuman kopi di kedai kopi X, barista kedai kopi X melayani saya dengan ramah (Nilai Signifikansi  $0.034 < 0.05$ ) pada faktor psikologis.
- Variabel 7: Selama saya membeli minuman kopi di kedai kopi X, barista kedai kopi X selalu memberikan pesanan dengan waktu yang cepat (Nilai Signifikansi  $0.017 < 0.05$ ) pada faktor psikologis.
- Variabel 27: Saya senang dengan hal-hal yang baru (Nilai Signifikansi  $0.003 < 0.05$ ) pada faktor pribadi.
- Variabel 28: Saya tertarik dengan tantangan dalam memilih produk (Nilai Signifikansi  $0.008 < 0.05$ ) pada faktor pribadi.
- Variabel 29: Saya sering mencari kegembiraan dalam hidup (Nilai Signifikansi  $0.048 < 0.05$ ) pada faktor pribadi.
- Variabel 36: Saya mempercayai saran dari keluarga apabila saya dalam mengambil keputusan pembelian (Nilai Signifikansi  $0.025 < 0.05$ ) pada faktor sosial.

#### 5. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* untuk Kedai Kopi X.

##### a. *Segmentation*

- Geografis: Wilayah tempat tinggal responden.
- Demografis: Jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan/uang saku responden.
- Prikografis: *Budget* untuk minum kopi, datang bersama siapa, media sosial yang digunakan, radio yang didengar, dan media cetak yang dibaca responden.
- Perilaku: Sumber informasi, frekuensi kedatangan, jenis minuman yang disukai, penyajian kopi yang disukai, *topping* minuman yang disukai, cara pembayaran yang disukai, kartu kredit yang digunakan, uang

elektronik yang digunakan, dan aplikasi pembelian *online* yang digunakan responden.

b. *Targeting*

Target pasar yang dituju oleh Kedai Kopi X adalah konsumen berusia 16-35 tahun dengan status pekerjaan pelajar/mahasiswa yang memiliki uang saku per bulan Rp500.000 sampai Rp2.500.000 atau status pekerjaan sebagai pegawai swasta yang memiliki penghasilan per bulan Rp3.600.000 sampai Rp10.000.000.

c. *Positioning*

Penentuan *positioning* diusulkan berdasarkan respon dari konsumen dan hasil dari pengolahan data yang sudah dilakukan. Slogan yang diusulkan untuk Kedai Kopi X yaitu “*Cozy and comfort for all of us*” yang memberikan arti tenang dan nyaman untuk kita semua.

6. Usulan yang dapat dilakukan oleh Kedai Kopi X untuk dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli kembali minuman kopi.
- Skala Prioritas Perbaikan 1 (Variabel 24: Kualitas Wi-Fi yang digunakan)  
Dapat memperhatikan jaringan Wi-Fi dengan cara menaikkan kecepatan internet 100-300 Mbps dengan menggunakan *Indihome* agar mendapatkan kualitas kecepatan internet yang baik dan stabil.
  - Skala Prioritas Perbaikan 2 (Variabel 32: Kecepatan waktu pelayanan dari proses awal (komsumen pesan sampe minuman disajikan)  
Dapat melakukan pelatihan barista tentang cara melayani konsumen dengan baik, pelatihan yang bisa dijadikan referensi oleh Kedai Kopi X yaitu pelatihan di *5758 Coffee Lab* dan *Denny's Coffee*.

- Skala Prioritas Perbaikan 3 (Variabel 25: Kecukupan tempat parkir)  
Melakukan promo diskon untuk yang datang mengunjungi Kedai Kopi X dengan menggunakan kendaraan umum, misalnya promo diskon 10% pada hari senin dan kamis.
- Skala Prioritas Perbaikan 4 (Variabel 3: Konsistensi rasa minuman kopi yang disajikan)  
Menyediakan *checklist* yang akan diisi oleh barista. *Checklist* tersebut mengenai komposisi minuman kopi agar minuman yang disajikan sesuai dengan komposisi yang sudah ditulis pada masing-masing jenis minuman kopi.
- Skala Prioritas Perbaikan 5 dan 6 (Variabel 26 dan 27: Kemampuan barista menyampaikan informasi mengenai jenis kopi, kemampuan barista menjelaskan tiap menu minuman kopi)  
Dapat melakukan pelatihan barista mengenai pengetahuan jenis kopi yang digunakan agar jika ada konsumen yang bertanya mengenai jenis kopi dan minuman kopi barista akan tanggap *responsive* menjawab pertanyaan konsumen. Pelatihan yang dijadikan referensi seperti prioritas perbaikan 2.
- Skala Prioritas Perbaikan 7 (Variabel 10: Kemenarikan promosi yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*))  
Dapat memperbaiki postingan di *Instagram* dengan cara menampilkan foto minuman yang sedang promo diskon dan promo *buy 2 get 3* agar menarik perhatian konsumen.
- Skala Prioritas Perbaikan 8 (Variabel 2: Kualitas kopi yang digunakan)  
Kopi disimpan di wadah kedap udara, kopi disimpan ditempat yang kering, tidak menyimpan biji kopi yang sudah digiling terlalu lama karena akan mempengaruhi kopi yang disajikan. Cara lain yang dapat dilakukan mencari

*supplier* kopi dengan kualitas terbaik atau menambah *supplier* agar tidak terpatok hanya satu *supplier* kopi saja.

- Skala Prioritas Perbaikan 9 dan 10 (Variabel 28 dan 29: Kesigapan barista melayani konsumen dan keramahan barista melayani konsumen)  
Barista harus melakukan pelatihan seperti usulan prioritas perbaikan 2, selain itu juga barista harus lebih fokus dan mempertahankan keramahan seperti memberikan senyuman pada saat melayani konsumen.
- Skala Prioritas Perbaikan 11 (Variabel 33: Kecepatan proses pembayaran)  
Barista harus meningkatkan kecepatan penggunaan mesin kasir agar proses pembayaran lebih cepat sehingga konsumen tidak harus menunggu terlalu lama dengan cara pelatihan oleh pihak Kedai Kopi X pada saat sebelum atau sesudah Kedai Kopi X beroperasi.
- Skala Prioritas Perbaikan 12 (Variabel 23: Kelengkapan plug listrik untuk mengisi ulang baterai HP dan laptop)  
Dapat mempertahankan jumlah plug listrik yang tersedia, akan tetapi dapat lebih baik untuk menambah plug listrik agar konsumen yang mengunjungi Kedai Kopi X dengan waktu yang lama akan merasa nyaman, terutama pelajar/mahasiswa yang datang untuk mengerjakan tugas sambil minum kopi.
- Skala Prioritas Perbaikan 13 (Variabel 30: Kesesuaian pesanan minuman kopi oleh konsumen dengan yang disajikan oleh barista)  
Barista harus melakukan pengulangan dan order sebelum barista membuat minuman yang dipesan oleh konsumen, sehingga mencegah terjadinya kesalahan pesanan.

- Skala Prioritas Perbaikan 14 (Variabel 19: Kenyamanan pencahayaan di dalam kedai kopi)  
Dapat mengganti lampu khususnya toilet dengan menggunakan lampu neon agar konsumen merasa nyaman.
- Skala Prioritas Perbaikan 15 (Variabel 31: Kesesuaian penerapan protokol kesehatan pada barista saat melayani konsumen (Menggunakan masker, sarung tangan, dll).  
Selain menggunakan masker, barista dapat menggunakan sarung tangan, dan penutup kepala agar lebih aman dan higienis.
- Skala Prioritas Perbaikan 16 (Variabel 20: Sirkulasi udara didalam kedai kopi)  
AC didalam Kedai Kopi X harus dalam keadaan menyala pada saat konsumen *dine in* agar konsumen tetap merasa nyaman, tidak merasa kepanasan berada di Kedai Kopi X.
- Skala Prioritas Perbaikan 17 (Variabel 18: Kebersihan peralatan untuk menyajikan minuman kopi)  
Dapat meningkatkan kebersihan yang sudah diterapkan, memastikan kembali gelas dan sedotan *stainless* yang akan digunakan konsumen dalam keadaan bersih dan tidak bau.
- Skala Prioritas Perbaikan 18 (Variabel 22: Kecukupan jumlah kursi dan meja)  
Dapat mempertahankan kecukupan jumlah kursi dan meja yang tersedia di Kedai Kopi X untuk menampung banyak konsumen yang akan *dine in*.

- Skala Prioritas Perbaikan 19 (Variabel 9: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan kendaraan umum)  
Kedai Kopi X sudah berada di tengah Kota Bandung, sehingga akses menggunakan kendaraan umum untuk datang ke Kedai Kopi X dapat dengan mudah.
- Skala Prioritas Perbaikan 20 dan 21 (Variabel 11 dan 12: Kemenarikan iklan yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*), Frekuensi iklan pada media sosial)  
Dapat meningkatkan kemenarikan iklan yang dilakukan pada media sosial (*Instagram*) dan frekuensi iklan pada media sosial dengan cara sering melakukan *post* foto mengenai minuman yang dijual di Kedai Kopi X dan menentukan waktu *post* foto pada *Instagram* karena pada saat ini Kedai Kopi X melakukan *post* foto di *feeds* sangat jarang, hanya melakukan *update* pada *Instagram story*.
- Skala Prioritas Perbaikan 22 (Variabel 7: Kewajaran harga minuman kopi jika dibandingkan dengan pesaing)  
Dapat mempertahankan harga minuman kopi yang terjangkau oleh semua kalangan konsumen, dengan harga yang terjangkau Kedai Kopi X akan mudah mendapatkan konsumen yang loyal.
- Skala Prioritas Perbaikan 23 (Variabel 1: Variasi jenis minuman kopi yang ditawarkan)  
Dapat mempertahankan jenis-jenis minuman kopi yang di jual, akan tetapi sebaiknya mengubah tampilan menu, bila perlu menggunakan gambar minumannya agar lebih menarik dan konsumen bisa melihat perbedaan dari setiap minuman.

- Skala Prioritas Perbaikan 24 (Variabel 4: Kemanarikan cara penyajian minuman kopi)  
Dapat mempertahankan keunggulan yaitu ramah lingkungan, mengurangi limbah plastik, dan hemat biaya karna dapat menggunakan gelas dan sedotan *stainless* berulang-ulang. Sebaiknya untuk penyajian minuman kopi *take away* dapat menggunakan sedotan kertas yang dapat mudai terurai sehingga tidak merusak lingkungan.
- Skala Prioritas Perbaikan 25 dan 26 (Variabel 14 dan 13: Keunikan desain kedai kopi (*Instagramable*), Kemanarikan papan nama di depan kedai kopi)  
Melihat hasil *targeting* konsumen terbanyak yaitu pelajar/mahasiswa dan pegawai yang berusia 16-35, konsumen akan merasa puas jika tempat yang dikunjungi mengalami perubahan sesuai dengan kebanyakan konsumen yang berkunjung, dapat diubah menjadi lebih *instagramable*, banyak spot foto yang menarik karena kebanyakan konsumen pada saat ini mengunjungi kedai kopi tidak hanya minum kopi saja akan tetapi foto atau *selfie* ditempat tersebut.
- Skala Prioritas Perbaikan 27 (Variabel 15: Kelengkapan AC, Wi-Fi, dan toilet)  
Dapat mempertahankan bagian *indoor* Kedai Kopi X yang dilengkapi oleh AC, tersedianya Wi-Fi, dan toilet untuk konsumen.
- Skala Prioritas Perbaikan 28 (Variabel 21: Kenyamanan kursi dan meja kedai kopi)  
Dapat mempertahankan kenyamanan kursi dan meja yang ada di Kedai Kopi X, sehingga jika konsumen datang untuk minum kopi ditempat dengan waktu yang cukup lama akan tetap merasa nyaman.

- Skala Prioritas Perbaikan 29 dan 30 (Variabel 6 dan 5: Kesesuaian harga minuman kopi dengan kualitas yang disajikan, kebersihan minuman kopi yang disajikan)

Dapat meningkatkan kesesuaian harga minuman kopi dengan kualitas yang disajikan dengan cara memperbaiki tampilan minuman kopi agar lebih menarik, sehingga konsumen tertarik untuk mencoba, serta meningkatkan *service* yang sudah ada agar lebih baik.

- Skala Prioritas Perbaikan 31 dan 32 (Variabel 17 dan 16: Kebersihan toilet untuk konsumen, Kebersihan di dalam kedai kopi)

Dapat meningkatkan kembali kebersihan toilet dan di dalam Kedai Kopi X, selain itu juga setelah konsumen meninggalkan Kedai Kopi X barista harus sigap langsung membersihkan Kedai Kopi X agar konsumen yang datang selanjutnya Kedai Kopi X dalam keadaan bersih, sehingga konsumen akan merasa nyaman.

- Skala Prioritas Perbaikan 33 (Variabel 8: Kemudahan mengakses lokasi dengan menggunakan aplikasi *Google Map* atau *Waze*)

Alamat Kedai Kopi X dapat diakses menggunakan *Google Map* atau sosial media (*Instagram*) yang dimiliki Kedai Kopi X sudah langsung terhubung *Google Map*, sehingga memudahkan konsumen untuk datang ke Kedai Kopi X.

- Skala Prioritas Perbaikan 34 (Variabel 34: Variasi cara pembayaran (*Cash*, debit, *OVO*, *Go Pay*, dll))

Dapat mempertahankan cara pembayaran dengan *cash*, debit, dan uang elektronik agar memudahkan konsumen untuk membayar jika konsumen tidak punya kartu debit dan uang elektronik dapat melakukan pembayaran dengan *cash*, sedangkan jika konsumen tidak punya *cash* dapat melakukan pembayaran dengan kartu debit atau uang elektronik dapat berupa *OVO* dan *Go Pay*

- Skala Prioritas Perbaikan 35 (Variabel 35: Ketepatan perhitungan total pembayaran konsumen)  
Barista memeriksa kembali total pembayaran pada saat sebelum diberikan kepada konsumen agar tidak terjadi kesalahan total pembayaran.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan pada penelitian ini, peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan Kedai Kopi X, yaitu:

- Dilakukan penelitian selanjutnya dengan membandingkan pesaing di sekitar Kedai Kopi X.
- Dilakukan penelitian selanjutnya dengan meneliti selain minuman kopi untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memutuskan pembelian minuman yang tersedia di Kedai Kopi X.
- Dilakukan penelitian selanjutnya dengan membahas bauran promosi untuk mengetahui strategi promosi dan alat promosi yang tepat pada Kedai Kopi X.