

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *Coffee Shop* diperoleh dari hasil pengolahan kuesioner pendahuluan sebagai berikut:

Tabel 6.1
Faktor-Faktor Yang Dianggap Penting

No	Variabel
1	Variasi rasa minuman kopi yang disediakan
2	Variasi makanan kecil yang disediakan
3	Ciri khas dari rasa kopi yang disediakan
4	Kesesuaian harga dengan gengsi (prestise) yang diberikan
5	Kesesuaian harga dengan interior Kafe
6	Kenyamanan meja-kursi yang disediakan
7	Kecepatan penyajian makanan ringan
8	Merk (<i>Brand</i>) dari <i>Coffe shop</i>
9	Kebersihan Kafe
10	Ketersediaan Majalah, Koran dll
11	Kualitas akses WiFi yang disediakan
12	Keramahan pelayanan karyawan dalam menyambut konsumen
13	Kemudahan menjangkau pelengkap minuman (gula, krim dll)
14	Promosi melalui media cetak dan elektronik
15	Kecukupan jumlah meja-kursi yang disediakan
16	Ketanggapan karyawan dalam hal melayani
17	Kejelasan item minuman pada daftar menu pembelian (dlm bentuk gambar)
18	Kemampuan yang dimiliki karyawan (berkomunikasi dengan konsumen)
19	Kecepatan proses penyajian kopi
20	Pengetahuan yang dimiliki karyawan (tentang Kopi)
21	Kerapian seragam karyawan
22	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
23	Kemudahan lokasi dilihat konsumen
24	Kemenarikan penyajian kopi
25	Kesesuaian rasa kopi dengan harga yang diberikan
26	Gengsi (prestis) dari <i>Coffe shop</i>
27	Kemenarikan papan reklame
28	Ketersediaan program paket promosi (paket hemat)
29	Kecepatan dalam hal pembayaran
30	Alternatif cara pembayaran (Kartu kredit, debit)

Tabel 6.1
Faktor-Faktor Yang Dianggap Penting (Lanjutan)

No	Variabel
31	Kemenarikan interior
32	Ketepatan campuran kopi
33	Kejelasan harga makanan ringan
34	Kesejukan suhu udara
35	Kejelasan harga kopi yang disediakan

2. Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan Starbucks Coffee dalam memenuhi kebutuhan konsumen diperoleh dari pengolahan IPA dan signifikansi sebagai berikut :

Tabel 6.2
Variabel Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan Starbucks Coffee

No	Variabel
1	Variasi makanan kecil yang disediakan
2	Kenyamanan meja-kursi yang disediakan
3	Kualitas akses WiFi yang disediakan
4	Kejelasan item minuman pada daftar menu pembelian (dlm bentuk gambar)
5	Kecepatan proses penyajian kopi
6	Ketersediaan program paket promosi (paket hemat)
7	Kejelasan harga makanan ringan

3. Layanan yang diberikan Starbucks Coffee dibandingkan dengan *Coffee shop* lainnya diperoleh dari pengolahan *Correspondence Analysis*.
- a. Layanan yang diberikan Starbucks Coffee unggul dibandingkan dengan *Coffee shop* lainnya di Bandung Super Mall adalah:

Tabel 6.3
Layanan yang unggul

No	Variabel
1	Variasi rasa minuman kopi yang disediakan
2	Ciri khas dari rasa kopi yang disediakan
3	Kesesuaian harga dengan gengsi (prestise) yang diberikan
4	Kemudahan menjangkau pelengkap minuman (gula, krim dll)
5	Merk (<i>Brand</i>) dari <i>Coffe shop</i>
6	Kualitas akses WiFi yang disediakan
7	Kejelasan item minuman pada daftar menu pembelian (dml bentuk gambar)
8	Kerapian seragam karyawan

Tabel 6.3
Layanan yang unggul (Lanjutan)

No	Variabel
9	Kemudahan lokasi dilihat konsumen
10	Gengsi (prestis) dari <i>Coffe shop</i>
11	Kecepatan dalam hal pembayaran
12	Kemenarikan interior
13	Ketepatan campuran kopi

- b. Layanan yang diberikan Starbucks Coffee tertinggal dibandingkan dengan *Coffee shop* lainnya di Bandung Super Mall adalah:

Tabel 6.4
Layanan yang Tertinggal

No	Variabel
1	Variasi makanan kecil yang disediakan
2	Kecepatan penyajian makanan ringan
3	Ketersediaan Majalah, Koran dll
4	Kecukupan jumlah meja-kursi yang disediakan
5	Ketanggapan karyawan dalam hal melayani
6	Kemampuan yang dimiliki karyawan (berkomunikasi dengan konsumen)
7	Kemenarikan penyajian kopi
8	Kesejukan suhu udara
9	Kenyamanan meja-kursi yang disediakan
10	Kebersihan Kafe
11	Kecepatan proses penyajian kopi
12	Pengetahuan yang dimiliki karyawan (tentang Kopi)
13	Ketersediaan program paket promosi (paket hemat)
14	Kejelasan harga kopi yang disediakan

- c. Layanan yang diberikan Starbucks Coffee sama dengan *Coffee shop* lainnya di Bandung Super Mall adalah:

Tabel 6.5
Layanan yang Sama

No	Variabel
1	Kesesuaian harga dengan interior Kafe
2	Keramahan pelayanan karyawan dalam menyambut konsumen
3	Promosi melalui media cetak dan elektronik
4	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
5	Kesesuaian rasa kopi dengan harga yang diberikan
6	Kemenarikan papan reklame
7	Alternatif cara pembayaran (Kartu kredit, debit)
8	Kejelasan harga makanan ringan

4. Usulan perbaikan pelayanan Starbucks untuk meningkatkan penjualan
 - a. Dalam hal *Product*, yang diusulkan adalah bekerja sama dengan perusahaan– perusahaan yang bergerak dibidang makanan. Karena variasi makanan kecil merupakan hal yang penting bagi konsumen Starbucks Coffee.
 - b. Dalam hal *Promotion*, yang diusulkan adalah membuat daftar harga yang jelas makanan kecil sesuai variasi makanan kecil yang disediakan. Membuat design gambar makanan kecil yang akan disajikan sesuai dengan variasi yang diberikan. Membuat design gambar kopi yang akan disajikan dengan menarik sesuai dengan variasi yang diberikan. Bekerjasama dengan designer untuk membuat design gambar produk kopi yang menarik sesuai dengan variasi yang disediakan. Mengganti font size yang ada dengan yang lebih besar agar pengunjung dapat melihat dengan jelas.
 - c. Dalam hal *People*, yang diusulkan adalah Mengikuti Training yang dilakukan Pihak pusat Starbuck karena dalam hal ini Barista Store Starbuck BSM tidak memiliki kemampuan yang sama dengan Barista yang ada di Starbuck lainnya.
 - d. Dalam hal *Physical Evidence*, yang diusulkan adalah melanjutkan kerjasama dengan pihak Speedy untuk meningkatkan kualitas akses internet. Membuat design yang akan disajikan dengan menarik sesuai dengan variasi yang diberikan. Barista harus selalu mengontrol kesejukan ruangan. Barista harus selalu mengontrol kebersihan meja setelah ditinggal pelanggan. Mengganti meja-kursi yang ada dengan meja-kursi yang lebih ergonomis yang dapat meningkatkan kenyamanan konsumen untuk bersantai. Berlangganan majalah dan surat kabar baik lokal maupun nasional.
 - e. Dalam hal *Process*, yang diusulkan adalah Mengikuti Training yang dilakukan Pihak pusat Starbuck karena dalam hal ini Barista Store Starbuck BSM tidak memiliki kemampuan yang sama dengan Barista yang ada di Starbuck lainnya.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut

Beberapa saran yang peneliti ajukan untuk penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut :

- Penelitian mengenai Pemasaran untuk keseluruhan *Store* di Bandung

6.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Sebaiknya perusahaan mempertimbangkan upaya perbaikan pelayanan yang diusulkan dalam penelitian ini.