

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan di V-Coffee di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik konsumen V-Coffee yaitu didominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan, hal ini dikarenakan konsumen perempuan lebih banyak mengisi waktu luang bersama teman-temannya. Konsumen dominan berada dalam rentang usia 17 – 25 tahun dan usia 26-34 tahun. Rentang usia tersebut yang memiliki mobilitas tinggi, aktif dalam interaksi dan suka bersosialisasi sehingga cenderung lebih menyukai tempat yang nyaman. Konsumen dengan pendidikan dominan yaitu SMA/ sederajat dan mahasiswa, hal ini dikarenakan konsumen merupakan kalangan anak muda yang datang bersama teman-temannya. Konsumen dengan pekerjaan dominan yaitu pegawai swasta dan pelajar/mahasiswa, yang mengkonsumsi kopi karena pekerjaannya dominan diluar kantor dan sering mengadakan rapat kerja di coffee shop.
2. Diidentifikasi empat faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli minuman kopi pada V-Coffee di Kota Padang yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Diketahui bahwa faktor pribadi merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dengan nilai sebesar 119, dengan pernyataan yang memiliki tiga nilai tertinggi yaitu kepribadian, usia, dan pekerjaan yang mempengaruhi pengunjung untuk memilih minum kopi di V-Coffee dengan nilai sebesar 123 dan 120. Kemudian diikuti oleh faktor sosial dengan nilai sebesar 118, dengan pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu gaya hidup bersama kawan mempengaruhi saya untuk menikmati minum kopi di V-Coffee. Kemudian diikuti oleh faktor psikologi dengan nilai sebesar 116, dengan pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu keinginan saya untuk meminum kopi mempengaruhi saya untuk memilih V-Coffee dengan nilai sebesar 122. Yang terakhir yaitu faktor kebudayaan dengan nilai sebesar 108, dengan pernyataan yang memiliki nilai tertinggi yaitu kebiasaan saya

sehari-hari menjadi pertimbangan dalam membeli kopi di V-Cossee dengan nilai sebesar 116.

## **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini. V-Coffee dapat mempelajari karakteristik konsumen yang memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda dan hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu banyak hal dalam melakukan pengembangan ide-ide, memperbaiki pelayanan, serta memperbaharui pandangan dalam penyajian produk yang sesuai dengan karakteristik konsumen yang telah didapatkan, diharapkan V Coffee dapat menjadi salah satu tempat pilihan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian minuman kopi.
2. Dari identifikasi faktor yang telah di dapatkan, pihak V-Coffee dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk lebih meningkatkan kualitas dan kinerjanya dari hasil- hasil yang sudah didata tersebut dan memudahkan dalam memahami dan mendalami pengaruh dalam menjalankan usaha kepada para pengunjung dan pelanggan yang dapat dikembangkan melalui faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi.

