BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk (barang yang menjadi unggulan dan pelayanan) pada Rimbun Espresso & Brew Bar di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Barang yang ditawarkan di *coffee shop* Rimbun Espresso & Brew Bar yaitu berbagai minuman kopi, berbagai minuman teh dan juga makanan ringan. Barang yang menjadi unggulan dari Rimbun yaitu Kopi Lokal Minang Solok. Bahan bakunya diambil dari Koperasi Solok Rajo di Kecamatan Lembah Gumanti Kabupaten Solok. Kopi yang disediakan di Rimbun ada dua macam yaitu Basic Espresso dan Single Origin Coffee. Basic Espresso adalah kopi yang berbahan dasar espresso yang mana kopi ini diolah menggunakan mesin peracik kopi (*coffee maker*). Single Origin Coffe merupakan kopi yang diolah tanpa menggunakan mesin (*hand made*). Selain kopi Rimbun juga menawarkan minuman teh. Teh yang ditawarkan di Rimbun, bahan bakunya dipasok dari Bandung. Bahan baku yang didatangkan berupa teh yang telah selesai diolah dan Rimbun hanya tinggal menyajikannya saja kepada konsumen yang memesan teh tersebut. Rimbun Espresso & Brew Bar juga menjual berbagai makanan ringan seperti *fast food*.

   Rimbun juga memberikan pelayanan kepada konsumen yang mana pelayanan ini merupakan sebuah jasa yang melekat pada produk yang ditawarkan oleh Rimbun itu sendiri. Konsep pelayanan yang dipakai sama dengan konsep kedai kopi tradisional, dimana terjadi kedekatan antara pembuat kopi dengan orang yang datang ke kedai kopi tersebut dan terjadi interaksi yang bagus antara keduanya.
2. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa indikator dari kualitas produk Rimbun Espresso & Brew Bar yang tingkat kepentingan tinggi bagi konsumen dan kinerjanya sudah dinilai maksimal terlihat pada kuadran II (cita rasa kopi, keramahan dan kesopanan pelayanan, kenyaman dan kebersihan tempat, lokasi, kecepatan penyajian, dan penjelasan atau interaksi pelayan). Indikator yang dianggap konsumen memiliki kinerja berlebihan karena tingkat

kepentingannya rendah bagi konsumen terlihat pada kuadran IV yaitu dekorasi atau desain tempat, kopi yang tersedia dalam bentuk panas atau dingin, aroma kopi, dan kesan terhadap reputasi merk/perusahaan. Sedangkan indikator dengan tingkat kepentingan yang tinggi bagi konsumen dan kinerjanya masih kurang dimaksimalkan oleh Rimbun terlihat pada kuadran I, yaitu kebersihan dan kenyamanan toilet, kesesuaian kopi dengan selera konsumen, harga kopi, kesigapan pelayan, dan kehigienisan kopi. Dan atribut yang memiliki tingkat kepentingan rendah dan kinerjanya dinilai biasa saja terletak pada kuadran III yaitu wadah penyajian, ketersediaan/kenyamanan tempat parkir, kecepatan transaksi, penampilan kopi, dan iklan atau promosi.

3. Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Rimbun Espresso & Brew Bar menggunakan model CSI, berada pada kriteria puas. Nilai CSI yang didapatkan adalah 0,80. Dari hasil CSI ini dapat ditarik kesimpulan bahwa secara keseluruhan konsumen sudah merasa puas atas kualitas produk yang ditawarkan Rimbun Espresso & Brew Bar.

B. Saran

Setelah penelitian dilakukan penulis menyarankan agar pihak Rimbun Espresso & Brew Bar melakukan perbaikan pada indikator-indikator yang terletak di kuadran I yang mana tingkat kinerjanya rendah tetapi tingkat kepentingannya tinggi bagi konsumen. Rimbun juga harus dapat mempertahankan kinerja dari indikator yang nilainya sudah tinggi. Pada atribut yang kinerjanya dianggap berlebihan karena tingkat kepentingannya rendah bagi konsumen, sebaiknya sumber daya pada yang digunakan pada atribut tersebut dialihkan kepada indikator yang kinerjanya masih rendah sehingga pemakaian sumber daya perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien.