

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

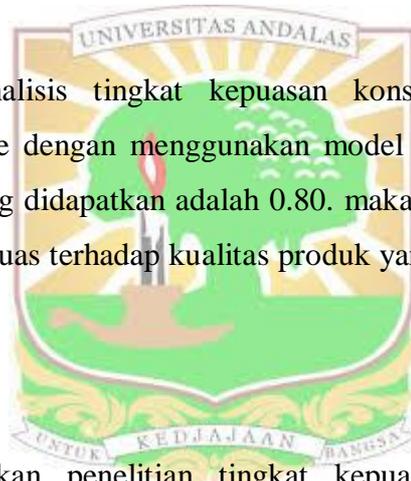
### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kepuasan konsumen terhadap minuman kopi pada Kubik Koffie, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Profil karakteristik konsumen berdasarkan karakteristik demografi adalah konsumen yang mendominasi berjenis kelamin laki-laki, yang mayoritas berumur 17 - 25 tahun, belum menikah, pendidikan terakhir yaitu SMA dan sarjana, bekerja sebagai mahasiswa dan pegawai swasta serta memiliki penghasilan antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000. Konsumen berkunjung tergantung situasi pada jam pulang sekolah atau pulang kerja antara pukul 16.00 – 19.00. Pengeluaran untuk satu kali pembelian minuman kopi adalah antara Rp 50.000 – Rp 100.000, dengan frekuensi pembelian dalam satu bulan adalah dalam 2 – 3 kali sebulan. Perasaan konsumen bila tidak berkunjung pada waktu tertentu adalah biasa saja.
2. Sedangkan untuk tahapan proses pengambilan keputusan konsumen, pada tahap pengenalan kebutuhan, alasan konsumen berkunjung adalah untuk berkumpul bersama keluarga, teman atau rekan bisnis. Pada tahap pencarian informasi adalah sebagian besar konsumen mendapatkan informasi mengenai Kubik Koffie berasal dari teman atau rekan kerja, konsumen melakukan pembelian sebagai makanan dan minuman selingan. Sumber informasi yang diketahui konsumen adalah Kubik Koffie merupakan *coffee shop* yang memiliki suasana tempat yang nyaman dan memiliki variasi dan cita rasa makanan dan minumannya. Pada tahap pembelian, konsumen berkunjung mayoritas bersama teman-teman. Ditahap evaluasi alternatif, dibandingkan dengan pelayanan *coffee shop* sejenis lainnya, secara umum Kubik Koffie mempunyai kualitas yang sama baik dengan *coffee shop* sejenis lainnya. Pada tahap pasca pembelian secara umum konsumen merasa puas, jadi apabila terjadi kenaikan harga, konsumen memilih untuk tetap mengonsumsi produk Kubik Koffie

3. a. Kepuasan konsumen yang telah diberikan Kubik Koffie yang menurut konsumen kinerjanya dianggap sangat memuaskan yaitu cita rasa kopi, penampilan kopi, varian kopi, kecepatan transaksi, lokasi yang mudah diakses, kenyamanan tempat, kebersihan tempat, ketersediaan toilet. Lalu yang dianggap memiliki kinerja berlebihan karena tingkat kinerjanya sangat baik sedangkan pada tingkat kepentingannya rendah adalah keramahan dan kesopanan pramusaji, lokasi yang mudah dilihat, ketersediaan wifi. Sedangkan yang dianggap kurang penting dan tingkat kinerjanya biasa saja yaitu kesesuaian harga dengan pelayanan, penampilan pramusaji, interaksi pramusaji, menerapkan 5S, program loyalitas. Sedangkan untuk kinerja yang penting namun belum dilaksanakan dengan baik yaitu packaging kopi, kepuasan harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan pelayanan, lokasi yang aman.

b. Untuk hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Kubik Koffie dengan menggunakan model CSI berada pada kriteria puas. Nilai CSI yang didapatkan adalah 0.80. maka dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan oleh Kubik Koffie.



## B. Saran

Setelah melakukan penelitian tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Kubik Koffie, penulis menyarankan agar pihak Kubik Koffie melakukan perbaikan peningkatan pada atribut-atribut yang terdapat di kuadran I yang mana tingkat kinerja yang masih rendah sedangkan tingkat kepentingan yang dibutuhkan oleh konsumen tinggi. Pihak Kubik Koffie juga harus mempertahankan atribut-atribut yang sudah dianggap cukup memuaskan konsumen sehingga dapat mempertahankan kelayakannya konsumen tersebut. Dan untuk atribut yang dianggap berlebihan, sebaiknya pihak Kubik Koffie memanfaatkan sumber daya yang ada pada atribut yang berlebihan tersebut dan dialihkan ke atribut yang tingkat kinerjanya kurang dan yang tingkat kepentingan yang tinggi untuk konsumen sehingga penggunaan sumber daya menjadi lebih efektif dan efisien.