

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Profil usaha Pavilon Coffee ditemukan antara lain Pavilon Coffee menawarkan berbagai macam minuman seperti minuman kopi, berbagai macam minuman teh, berbagai macam minuman chocolate dan juga makanan ringan. Produk yang menjadi unggulan dari Pavilon Coffee yaitu produk minuman kopi, dengan biji Kopi Solok Rajo. Kopi yang disediakan di Pavilon 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 Coffee* merupakan kopi yang langsung diolah atau tanpa menggunakan mesin (*hand made*). Selain minuman kopi, Pavilon Coffee itu sendiri juga menawarkan produk minuman seperti teh dan chocolate yang mana bahan bakunya dipasok dari Jakarta. Bukan hanya produk minuman yang ditawarkan akan tetapi Pavilon Coffee juga menjual berbagai makanan ringan seperti makanan cepat saji.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor produk dan faktor harga produk minuman kopi di Pavilon Coffee menunjukkan hasil bahwa indikator dari kualitas produk minuman kopi di Pavilon Coffee yang tingkat kepentingan tinggi bagi konsumen dan kinerjanya sudah dinilai maksimal terlihat pada kuadran II yaitu cita rasa kopi, memiliki mutu yang baik, aroma kopi khas dan harum, ke higienisan atau kebersihan kopi, kesesuaian kopi dengan selera konsumen, aroma kopi, kesesuaian harga produk minuman kopi dengan kualitas produk. Indikator yang dianggap konsumen memiliki kinerja berlebihan karena tingkat kepentingannya rendah bagi konsumen terlihat pada kuadran IV yaitu wadah penyajian kopi, ketersediaan kopi dalam bentuk panas atau dingin, kesesuaian harga produk minuman kopi dengan kualitas yang diberikan, reputasi merek/perusahaan, kesesuaian harga produk minuman kopi dengan hasil yang diinginkan. Pada indikator atribut dengan tingkat

kepentingan yang tinggi bagi konsumen dan kinerjanya masih kurang maksimal oleh Pavilon Coffee terlihat pada kuadran I yaitu kecepatan penyajian. Indikator atribut yang memiliki kepentingan sangat rendah dan kinerjanya dinilai biasa saja terletak pada kuadran III, yaitu penampilan kopi yang menarik, penjelasan dan interaksi dari pelayanan Pavilon Coffee, penampilan kopi, iklan dan promosi yang dilakukan lewat media sosial, event atau acara-acara yang dilakukan oleh suatu *coffee shop*, harga produk minuman kopi bersaing dengan tempat lain yang sejenis, harga produk minuman kopi yang terjangkau, harga produk minuman kopi yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan, harga produk minuman kopi yang memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan menu produk minuman kopi yang lain. Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk minuman kopi di Pavilon Coffee menggunakan model CSI, berada pada kriteria puas. Nilai CSI yang didapatkan adalah 0,770. Dari hasil CSI ini dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan konsumen sudah merasa puas atas kualitas produk yang ditawarkan oleh Pavilon Coffee.

B. Saran

Setelah penelitian ini dilaksanakan penulis menyarankan agar pihak Pavilon Coffee melakukan perbaikan pada atribut indikator-indikator yang terletak di kuadran I yang mana tingkat kinerjanya rendah tetapi tingkat kepentingannya tinggi bagi konsumen. Pavilon juga harus mampu mempertahankan kinerja dari atribut indikator yang dinilai sudah tinggi. Pada atribut yang kinerjanya dianggap berlebihan karena tingkat kepentingannya rendah bagi konsumen, sebaiknya sumber daya pada atribut indikator yang digunakan pada atribut indikator tersebut dialihkan kepada indikator yang kinerjanya masih rendah sehingga pemakaian sumber daya perusahaan menjadi lebih efektif dan efisien. Bagi Pavilon Coffee lebih mempertimbangkan lagi harga produk yang ditawarkan untuk konsumen, agar mendapatkan hasil indikator atribut yang baik.