

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada usaha minuman usaha minuman Kocok Indonesia di Sumatera Barat, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen usaha minuman Kocok Indonesia yaitu mayoritas berjenis kelamin perempuan sebanyak 73%, dengan kelompok usia terbanyak adalah usia 17-24 tahun sebanyak 91%, serta dominasi domosili konsumen adalah di Kota Padang Panjang sebanyak 84%, status pernikahan konsumen didominasi oleh konsumen berstatus belum menikah sebesar 93%, tingkat pendidikan SMA sebanyak 65%, sebagai pelajar atau mahasiswa sebesar 84%, memiliki pendapatan per bulan sebesar \leq Rp500.000 sebanyak 62%.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa kinerja bauran pemasaran secara keseluruhan berada pada kategori baik, di mana konsumen memberikan penilaian kepuasan dengan hasil dalam kategori sangat puas. Dengan kekuatan pada kemasan aman dan tidak mudah tumpah serta kemampuan karyawan menjelaskan produk secara detail. Namun demikian, terdapat atribut yang memerlukan prioritas perbaikan, meliputi ketersediaan seluruh varian menu sesuai yang tercantum di daftar menu, efektivitas materi iklan dalam menarik minat pelanggan, keragaman program diskon yang ditawarkan, kenyamanan *furniture* untuk pelanggan, kebersihan area tempat duduk pelanggan, dan ketersediaan tempat parkir yang memadai. Kelemahan pada aspek-aspek tersebut berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan, mengurangi daya saing, serta memperbesar risiko terulangnya penutupan outlet di masa mendatang. Dengan demikian, peningkatan kinerja pada atribut yang belum optimal menjadi langkah penting untuk mempertahankan outlet yang masih beroperasi, memperkuat posisi di pasar, serta menjaga keberlangsungan usaha.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, beberapa hal yang dapat dijadikan saran adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis IPA, disarankan agar usaha minuman Kocok Indonesia memberikan perhatian lebih pada atribut-atribut Kuadran I yang penting namun berkinerja rendah yaitu untuk mengatasi masalah ketersediaan varian menu, perusahaan dapat menambah SDM gudang, membuat laporan stok harian, menyediakan *safety stock*, diversifikasi pemasok, serta menyiapkan komponen substitusi. Dalam meningkatkan efektivitas materi iklan, strategi yang dapat diterapkan meliputi penambahan tim kreatif atau kerja sama eksternal, desain stiker mencolok, *booth sponsorship* interaktif, *cup sleeve* informatif, dan media visual seperti poster 3D serta *pop-up display*. Keragaman program diskon dapat diperbaiki melalui diskon pelajar, *bundling* hemat, *stamp card* loyalitas, promo berkala, kode rahasia pada materi iklan, dan tim kreatif outlet. Untuk meningkatkan kenyamanan *furniture* outlet, disarankan penggantian material *furniture*, penataan area duduk, dekorasi tambahan, serta pemeriksaan berkala. Kebersihan dapat dijaga melalui jadwal pembersihan rutin, tempat sampah menarik, dan tanda pengingat berbahasa santai. Sementara untuk area parkir, perusahaan dapat menata ulang *layout*, memasang petunjuk parkir strategis, dan menambahkan pesan persuasif agar konsumen lebih tertib.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai loyalitas konsumen Kocok Indonesia, serta strategi pengembangan usaha ke wilayah lainnya di Sumatera Barat, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai keberlangsungan bisnis usaha minuman Kocok Indonesia di tengah persaingan usaha minuman kekinian.