

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan sesuai dengan rumusan masalah, maka dapat disimpulkan:

1. Karakteristik konsumen Cafe Alooha Tropical Kota Padang didominasi oleh kelompok usia 12-25 tahun, dengan jenis kelamin perempuan sebagai pengunjung terbanyak. Dari segi pekerjaan, mayoritas konsumen merupakan pelajar/mahasiswa, dengan uang saku per bulan <Rp1.500.000. Selain itu, sebagian besar responden memiliki frekuensi pembelian lebih dari tiga kali, yang menunjukkan adanya minat kunjungan ulang serta keterikatan konsumen terhadap Cafe Alooha Tropical.
2. Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, kepuasan konsumen Cafe Alooha Tropical secara signifikan dipengaruhi oleh variabel laten *assurance*, *empathy*, dan *product quality*. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen lebih menyukai pelayanan yang mampu memberikan rasa aman dan kepercayaan, yang tercermin dari sikap karyawan yang sopan, profesional, dan memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk. Selain itu, perhatian personal, kepedulian terhadap kebutuhan konsumen, serta kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang ramah dan komunikatif juga menjadi kriteria penting yang membentuk kepuasan konsumen. Serta, *product quality* menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan konsumen, terutama terkait cita rasa, konsistensi kualitas, serta penyajian produk. Konsumen Cafe Alooha Tropical cenderung menyukai produk yang memiliki rasa yang konsisten dan memberikan pengalaman konsumsi yang menyenangkan. Kepuasan yang dirasakan konsumen tersebut terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, di mana konsumen yang puas cenderung melakukan kunjungan ulang, memilih Cafe Alooha Tropical dibandingkan kafe lain, serta merekomendasikannya kepada orang lain.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Berdasarkan karakteristik konsumen, Cafe Alooha Tropical disarankan untuk mulai mempertimbangkan segmen yang tidak dominan, seperti konsumen usia di atas 25 tahun, laki-laki, dan berpendapatan lebih tinggi, sebagai upaya perluasan pasar agar tidak hanya bergantung pada satu segmen utama. Pengembangan segmen pasar berdasarkan pendekatan psikografis, khususnya pada konsumen dengan gaya hidup yang mengutamakan kualitas, kenyamanan, dan pengalaman dalam mengonsumsi produk. Segmen ini umumnya berasal dari kelompok usia yang lebih dewasa dan berpendapatan lebih tinggi, yang cenderung memiliki preferensi terhadap produk premium serta suasana kafe yang mendukung aktivitas seperti bersantai maupun pertemuan. Hal ini dapat dilakukan melalui penambahan variasi menu yang lebih beragam dan premium, penyesuaian suasana kafe agar lebih fleksibel untuk berbagai kebutuhan, serta pengembangan strategi promosi yang menasar segmen tersebut. Dengan demikian, kafe dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa mengabaikan segmen utamanya.
2. Cafe Alooha Tropical disarankan untuk terus meningkatkan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yaitu *assurance*, *empathy*, dan *product quality*. Upaya ini dapat dilakukan melalui pelatihan karyawan untuk meningkatkan profesionalisme dan kualitas pelayanan, serta menjaga konsistensi rasa dan mengembangkan variasi produk tanpa menghilangkan ciri khas utama guna meningkatkan daya tarik bagi konsumen.
3. Pada variabel laten *tangible*, *reliability*, *Responsiveness*, dan *store atmosphere*, yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, disarankan untuk melakukan perbaikan. Pada *tangible*, perlu dilakukan pembaruan fasilitas, menjaga kebersihan, serta meningkatkan tampilan interior agar lebih menarik dan nyaman. Pada *reliability*, penting untuk meningkatkan konsistensi dan ketepatan pelayanan melalui penerapan SOP dan evaluasi kinerja secara rutin. Variabel *Responsiveness* dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani serta

menangani keluhan konsumen. Sementara itu, pada *store atmosphere*, perlu diciptakan suasana yang lebih nyaman dan menarik melalui pengaturan musik, pencahayaan, serta konsep ruang yang lebih unik. Perbaikan pada aspek-aspek ini diharapkan dapat mendukung peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen.

