

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian, pembahasan, dan juga analisis konjoin maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut ini:

1. Preferensi konsumen dalam memilih *coffee shop* di Kota Padang dengan dengan mayoritas responden dengan rentang usia 19-24 tahun dan di dominasi oleh pelajar dan mahasiswa adalah dengan kombinasi level atribut yang paling disukai konsumen yaitu produk dengan tampilan menu yang menarik, harga yang terjangkau, lokasi yang dekat dari tempat tinggal, promosi dengan potongan harga menarik, pelayanan dengan sopan, proses yang pemesanan digital melalui QR Code dan fasilitas yang paling disukai adalah fasilitas lengkap meliputi WiFi, stop kontak, toilet, musholla, dan smoking area.
2. Berdasarkan nilai kepentingan dari ketujuh atribut yang diteliti, atribut *Physical Evidence* atau Fasilitas menempati posisi pertama dengan nilai kepentingan tertinggi sebesar 26,952%, yang berarti fasilitas merupakan atribut yang paling dominan dan paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih *coffee shop* di Kota Padang. Urutan selanjutnya ditempati oleh atribut *Place* atau Tempat sebesar 20,777%, yang menunjukkan bahwa kedekatan tempat lokasi dengan tempat tinggal konsumen menjadi pertimbangan kedua yang sangat penting. Kemudian diikuti oleh atribut *Process* sebesar 12,996%, atribut *People* atau Pelayanan sebesar 11,534%, atribut *Promotion* sebesar 11,251%, atribut *Product* sebesar 10,003%, dan atribut *Price* atau Harga menempati posisi terakhir dengan nilai kepentingan terendah sebesar 6,488%. Dengan demikian pengelola *coffee shop* di Kota Padang sebaiknya memprioritaskan investasi pada kelengkapan fasilitas fisik dan pemilihan lokasi yang strategis sebagai dua faktor kunci utama dalam memenuhi preferensi konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut, maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Pelaku usaha *coffee shop* di Kota Padang disarankan untuk memprioritaskan penyediaan fasilitas yang lengkap, seperti WiFi dengan koneksi yang stabil,

stop kontak yang memadai, toilet yang bersih, musholla, dan area merokok (*smoking area*)

2. Pelaku usaha *coffee shop* disarankan tetap menawarkan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen yang mayoritas segmen 19-24 dan mempunyai uang saku < 1jt, tanpa mengurangi kualitas produk, pelayanan, dan fasilitas yang diberikan.

