

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen Gubuk Coffee Batang Kuranji sebagian besar berjenis kelamin laki-laki, berada pada rentang usia dewasa awal (19-24 tahun), pendidikan terakhir sekolah menengah atas (SMA), pekerjaan pelajar/mahasiswa, sebagian besar berpendapatan <2.500.000 rupiah per bulan dan berdomisili di Kota Padang. Berdasarkan aspek konsumen yang tampak dan tidak tampak, konsumen Gubuk Coffee Batang Kuranji menunjukkan karakteristik yang cenderung berbeda tergantung latar belakang, motivasi, persepsi dan tujuan konsumen itu sendiri yang mana sebagian besar dipengaruhi oleh teman dalam melakukan tindakan tersebut.
2. Tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja yang diberikan Gubuk Coffee Batang Kuranji secara keseluruhan sudah puas. Hal ini terbukti dari nilai *Customer Satisfaction Index* yang berada pada range 0,60-0,80. Jika dilihat secara lebih rinci ada sekitar 17 (tujuh belas) atribut yang dinilai sudah puas di mata konsumen yaitu cita rasa yang khas, variasi menu yang beragam, kebersihan makanan dan minuman, keramahan pelayan, penampilan pelayan, kecepatan transaksi, kenyamanan tempat, dekorasi atau desain tempat yang menarik, perbandingan harga dengan *coffee shop* lain, kemudahan menjangkau lokasi, Kemudahan akses lokasi, tersedianya papan nama dan pemilihan media iklan. Dan ada 1 (satu) atribut yang dinilai belum memuaskan konsumen yaitu kecepatan penyajian.

### B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan penelitian ini, penulis mengajukan beberapa saran untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen pada Gubuk Coffee Batang Kuranji yaitu dengan melakukan perbaikan kinerja perusahaan dalam aspek kecepatan penyajian. Perbaikan dapat dilakukan dengan melakukan pelatihan kepada karyawan agar lebih ulet dan sigap dalam bekerja

jika belum kompeten, menambah karyawan *part time* pada waktu sibuk yang diperkirakan konsumen ramai dan menyebabkan antrian pesanan, mengarahkan karyawan yang sedang santai untuk membantu karyawan yang sedang kerepotan, dan bisa juga menambah alat dan mesin untuk mempercepat proses produksi yang terhambat karena keterbatasan jumlahnya. selanjutnya untuk atribut yang sudah dinilai puas oleh konsumen harus dipertahankan kinerjanya.

Penulis juga menyarankan kepada pihak Gubuk Coffee Batang Kuranji untuk mempromosikan misi sosial terkait narkoba yang sedang perusahaan jalankan agar dapat menjadi nilai tambah dimata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik dan dapat lebih banyak mengajak konsumen lainnya untuk datang berkunjung. Misalnya dengan melakukan sosialisasi dan membagikan brosur terkait bahaya narkoba atau mengajak millineals untuk menjauhi narkoba. Membuat informasi mengenai misi sosial di laman yang kosong pada menu makanan dan minuman atau membuat *art* yang berkaitan dengan misi sosial di dinding *coffee shop*. Dapat juga mempromosikan di sosial media (*Facebook, Instagram, twitter, dll*). Sehingga konsumen dapat mengetahui bahwa setiap uang yang konsumen belanjakan ke Gubuk Coffee Batang Kuranji dipergunakan untuk kepentingan sosial yaitu untuk membantu sahabat kita yang sedang menjalani proses rehabilitas narkoba.

