

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan dari pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Pengalaman pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian di kedai kopi ini. Pengalaman pelanggan menjadi hal yang dibutuhkan tidak hanya untuk perusahaan demi kemajuan usahanya tetapi juga untuk pelanggan karena konsumen merasa waktu, biaya yang dimiliki oleh konsumen dihargai oleh pemilik usaha. Pengalaman pelanggan yang baik tersebut terjadi karena terdapat keterlibatan yang baik antara perusahaan dengan konsumen. Pengalaman yang diterima oleh konsumen kedai kopi diantaranya rasa dan kualitas minuman olahan kopi ini sesuai dengan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen, pelayanan yang baik dan cepat, kemudahan yang diberikan oleh kedai kopi kepada konsumen untuk mendapatkan produk minuman kopi dengan cepat, lokasi kedai kopi dengan desain yang menarik membuat konsumen ingin selalu berkunjung baik berkunjung sendiri maupun mengajak kerabatnya, pelayanan yang baik serta kemudahan memperoleh informasi mengenai kedai kopi dapat diperoleh konsumen dengan mudah dan cepat. Berbagai pengalaman pelanggan tersebut sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian hingga pembelian berulang.
- b. Ekuitas merek mempengaruhi keputusan pembelian di kedai kopi JOKOPI karena adanya komitmen pelanggan melakukan suatu pembelian berulang dan merekomendasikan produk ini ke orang lain. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan tersebut hal yang dilakukan oleh perusahaan adalah selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan. Selain itu kedekatan antara kedai kopi dengan konsumennya terjadi

dikarenakan adanya sebutan “Warga JOKOPI” yang membuat konsumen merasa dihargai atas keberadaanya.

- c. Upaya yang dilakukan oleh kedai kopi agar tetap bertahan dimasa pandemi Covid-19 ini adalah mengikuti dan mentaati peraturan pemerintah mengenai pemulihan aktivitas perdagangan dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat, mengeluarkan produk baru, dan melakukan promosi dengan bekerja sama dengan pihak lain.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian diatas maka ada beberapa saran yang dapat dijadikan acuan sebagai berikut :

- a. Terdapat nilai yang terendah pada pengalaman pelanggan yaitu standar kualitas minuman di JOKOPI varian dingin atau yang menggunakan *ice cube* sebaiknya saat konsumen melakukan pembelian online maupun konsumen yang akan menikmati diwaktu yang berbeda minuman tersebut disajikan terpisah dengan *ice cube* sehingga kualitas minuman tetap terjaga .
- b. Pada penilaian ekuitas merek diketahui ingatan konsumen dalam mengenali produk ini masih berada pada tingkatan *brand recall* yang berarti konsumen masih mengingat kembali terhadap merek ini ketika seseorang meminta untuk menyebutkan suatu merek. Hal yang dapat dilakukan kedai kopi ini adalah melakukan branding yang lebih sering lagi dengan konsep mobil blusukan diberbagai wilayah Surabaya, membuat *content creator contest* mengenai kedai kopi JOKOPI baik berupa visual maupun tulisan, dalam menyebarkannya dapat menggunakan media sosial yang ada saat ini diantaranya Instagram, Youtube, dan blog. Hal ini dapat membantu kedai kopi semakin dikenal oleh khalayak ramai.