

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai inovasi *startup fore coffee* untuk kepuasan konsumen. Tujuan pertama yaitu untuk mengidentifikasi karakteristik konsumen pada *Fore coffee* di Surabaya. Tujuan kedua yaitu untuk mengeksplorasi implementasi serta penerapan metodologi *lean startup* pada *Fore Coffee* dalam memberikan kepuasan konsumen. Tujuan yang terakhir yaitu menganalisis pengaruh strategi inovasi *startup* (futuristik, ramah lingkungan, dan keunggulan kualitas) *Fore Coffee* terhadap kepuasan konsumen.

1. Konsumen tertinggi adalah laki-laki dengan 58%, rentang usia 25-29 sebagian besar masih lajang, sebagian besar merupakan lulusan S1, pekerjaan responden sebagian besar karyawan dan wirausaha/ freelancer, 57% responden memiliki pendapatan di atas Rp. 4.500.000. Berdasarkan hasil data psikografis, teman pelanggan merupakan faktor utama yang memotivasi konsumen membeli dan berkunjung ke *Fore Coffee*.
2. Penerapan metode *lean startup* yang dilakukan oleh *Fore coffee* masih belum maksimal. Dari ketiga metode *lean startup model*, (*build, measure, learn*) tahap *measure* (mengukur) merupakan proses yang masih belum dilakukan secara maksimal karena tidak adanya survey kepuasan kerja karyawan dan kepuasan konsumen yang dilakukan secara regular. Untuk tahap *learn* dan *build* dilihat dari pembaharuan aplikasi digital yang mereka buat sudah cukup cepat dan aktif dalam menerima komentar dari konsumen mereka. Namun jika tahap *measure* tidak dilakukan secara maksimal maka dapat dikatakan keseluruhan siklus *lean startup* masih belum dilakukan dengan baik.

3. Dari hasil Analisis PLS mengenai hubungan antara konsep futuristis, keunggulan kualitas, dan ramah lingkungan mampu menjelaskan variabel dependen kepuasan konsumen sebesar 83,1% sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh faktor-faktor diluar model. Untuk pengujian hipotesis hubungan variabel dapat disimpulkan bahwa:
 - a) Variabel Futuristis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen *Fore Coffee*
 - b) Variabel Keunggulan kualitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumen *Fore coffee*
 - c) Variabel ramah lingkungan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Fore coffee*

5.2 SARAN

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terutama pada manajemen *Fore coffee*. Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti untuk manajemen *Fore Coffee* adalah sebagai berikut:

1. Kesadaran akan aplikasi digital *Fore Coffee* perlu mendapat perhatian lebih. karena hasil menunjukkan hanya 33% pelanggan yang mengetahui aplikasi ini. Untuk meningkatkan transaksi online akibat situasi pandemi, manajemen *Fore Coffee* dan barista harus mendorong kesadaran Aplikasi Digital dan selalu menginformasikan serta membantu pelanggannya untuk menginstal aplikasi seluler ini setiap kali ada kesempatan dan melakukannya seefisien mungkin untuk meminimalkan biaya promosi.
2. *Consumer Relationship Management* (CRM) di sisi lain juga perlu mendapat perhatian karena niat pembelian ulang hanya 65%. Untuk melakukan ini manajemen *Fore coffee* harus meningkatkan kepuasan pelanggan mereka dan menguji indeks kepuasan pelanggan mereka secara berkala. Karena

Fore coffee sudah memiliki aplikasi seluler, harusnya survei ini lebih mudah diakses dan sekaligus meningkatkan penggunaan aplikasi seluler. Survei kepuasan pelanggan akan mampu menentukan apa yang benar-benar konsumen inginkan. Dengan begitu *Fore coffee* mampu memberikan apa yang diinginkan oleh pelanggan mereka.

Penelitian berikutnya patut mempertimbangkan keterbatasan penelitian ini untuk menguji kembali pengaruh konsep futuristis, keunggulan kualitas, dan ramah lingkungan terhadap kepuasan konsumen:

1. Memperluas variable futuristis yang masih belum umum digunakan sebagai variable penelitian, dan menyesuaikan Kembali variable terkait ramah lingkungan atau *green practice*.
2. Menganalisis faktor mengenai metode *lean startup* model dengan variable-variable yang lebih terukur dengan indikator yang didukung dengan teori yang terbaru. Karena *startup* merupakan ranah yang masih baru di bidang keilmuan
3. Menggunakan periode penelitian yang lebih panjang dengan tujuan memperoleh hasil yang lebih baik mengambil atau memilih variabel yang lain.
4. Keterbatasan penelitian yang dilakukan oleh peneliti karena tidak menggunakan metode IPA (*Index Performance Analysis*) dikarenakan pada penelitian ini ingin lebih memfokuskan pada hubungan yang di uji antar variabel inovasi startup dengan kepuasan konsumen menggunakan SEM-PLS. Untuk penelitian selanjutnya mungkin bisa menambahkan metode analisis IPA untuk memperdalam faktor yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen diantara strategi keunggulan kualitas, futuristis, dan ramah lingkungan.