

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian pada konsumen kopi di kedai kopi janji jiwa Surabaya yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan antara lain :

1. Atribut kepuasan tertinggi pada produk kopi janji jiwa berdasarkan rangking / skor terdapat lima atribut tertinggi meliputi, rasa, keramahan, kesopanan, kebersihan dan harga. Atribut yang memiliki nilai 10 paling banyak menurut responden adalah rasa, karena rasa dinilai sesuai dengan selera konsumen yang perbandingan racikan kopinya pas dicampur bahan lainnya rasa yang dimaksud adalah es kopi susu (campuran espresso dan susu pakai gula aren). Sedangkan atribut dengan rangking / skor terendah paling banyak yaitu warna, karena dirasa responden warna produk tidak cocok dengan kopi yang dibuatnya. Warna disini tidak sesuai karena ada perpaduan antara kopi dan bahan lainnya sehingga terlihat berbeda adapun kesamaan itu jika hanya menggunakan kopi saja tanpa ada campuran lainnya.
2. Hasil tingkat kepuasan konsumen kopi janji jiwa menggunakan metode *customer satisfaction index* (CSI) menyatakan sangat puas terhadap atribut produk kopi di kedai kopi janji jiwa Surabaya dengan nilai sebesar 85,99%.
3. Analisis piramida loyalitas konsumen digambarkan dengan piramida terbalik yang artinya loyalitas konsumen yang kuat dengan persentase tertinggi 70% *liking the brand* yaitu pembeli yang menyukai merek produk kopi janji jiwa dan masuk kategori loyal. Namun belum mencapai tingkat *Committed Buyer* pembeli yang berkomitmen terhadap produk tersebut dikarenakan adanya persaingan bisnis kopi dengan merek lainnya di Surabaya.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian pada konsumen kopi di kedai kopi janji jiwa Surabaya yang telah dilakukan, maka dapat disarankan antara lain :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut yang dirasa kurang sesuai dengan konsumen adalah warna produk karena dirasa tidak sesuai dengan gambar menu yang tersedia. Agar warna produk ini sesuai dalam pembuatan kopi janji jiwa pada saat mencampur kopi robusta dengan bahan lain takaran harus sesuai tidak berubah-ubah sehingga warna produk tetap dan sesuai gambar menu alangkah lebih baiknya gambar menu yang dibuat diperbarui lagi sesuai menu yang dibuat dan terbaru. Rasa merupakan atribut tertinggi menurut responden dengan tingginya selera konsumen terhadap rasa kopi janji jiwa manajemen janji jiwa harus membuat inovasi rasa baru lagi untuk mempertahankan kualitas rasa dari produk kopi janji jiwa dan memunculkan campuran rasa baru agar selera konsumen tidak pindah ke merek lain. Hal tersebut perlu diperhatikan kembali dengan peningkatan kualitas masing - masing atribut, karena akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
2. Hasil tingkat kepuasan konsumen kopi janji jiwa sudah menunjukkan nilai yang baik akan tetapi masih perlu perbaikan karena tingkat kinerja belum sesuai dengan harapan konsumen seperti atribut harga yang harapan konsumennya tinggi namun kinerja perusahaan rendah. Hal tersebut bisa diperbaiki dengan menimbang kembali harga dari bahan baku yang digunakan sehingga harga bisa lebih dijangkau konsumen dan perusahaan masih tetap mendapatkan keuntungan lebih. Kebersihan tempat duduk dan meja harus diperhatikan karena janji jiwa ini kan menggunakan cup sebagai tempat kopinya, jadi jangan biarkan cup hasil minuman konsumen berserakan di atas meja karena sangat mengganggu keindahan tempat tersebut. Alangkah baiknya disediakan

tempat sampah didekat tempat duduk konsumen untuk mengurangi pekerjaan pelayan yang ada di kedai kopi janji jiwa.

3. Loyalitas konsumen yang kuat digambarkan dengan piramida terbalik dengan persentase terus meningkat tingkatannya namun pada tingkat *committed buyer* persentasenya menurun itu terjadi karena banyak responden yang menjawab kadang-kadang dimana konsumen tersebut mengkonsumsi lebih dari satu merek kopi. Jadi, pemilik janji jiwa harus memperbaiki kembali atribut produk kopi janji jiwa yang masih mendapatkan nilai rendah, karena konsumen sebelum melakukan pembelian pasti memperhatikan atribut produk, jika atribut tersebut dirasa baik oleh konsumen maka konsumen akan melakukan pembelian ulang yang artinya konsumen akan puas sehingga akan menciptakan konsumen yang loyal terhadap produk.