

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen minuman Mixue Ngagel dan Dharmawangsa dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan dengan rentang usia remaja yaitu 21 hingga 30 tahun. Tingkat Pendidikan terakhir yang ditempuh responden yaitu tingkat Pendidikan SMA yang merupakan pelajar atau mahasiswa dengan pendapatan atau uang saku per bulan yaitu kurang dari Rp. 1.000.000,-/per bulan.
2. Proses pengambilan keputusan pembelian produk minuman Mixue pada tahap pengenalan kebutuhan diketahui bahwa alasan atau motivasi dalam membeli minuman Mixue adalah karena hanya untuk sekedar mencoba. Manfaat yang dicari oleh konsumen adalah untuk mengembalikan suasana hati dan konsumen menganggap tingkat kepentingan untuk mengkonsumsi minuman Mixue adalah biasa saaja. Pada tahap pencarian informasi, sumber informasi utama konsumen adalah internet dan media sosial, dengan harga yang menjadi fokus utama promosi dan sebagian besar responden merasa terpengaruh dengan adanya promosi tersebut. Pada tahap evaluasi alternatif yang menjadi pertimbangan awal konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi minuman Mixue adalah harga dan mayoritas konsumen juga mengatakan bahwa ciri minuman yang berkualitas bisa dilihat dari harganya. Pada tahap pembelian, konsumen melakukan pembelian secara terencana dan sesuai dengan keinginan diri sendiri dengan frekuensi pembelian dua kali per bulan dan *milk tea* sebagai rasa yang paling disukai. Pada tahap pasca pembelian seluruh konsumen merasa puas dan

merasa minuman Mixue tidak mengecewakan dan akan merekomendasikan kepada orang lain. Menurut mayoritas konsumen, harga dari minuman Mixue sangat terjangkau sehingga apabila terjadi kenaikan harga konsumen masih akan tetap membeli, namun jika minuman Mixue tidak tersedia konsumen akan beralih ke merek lain.

3. Atribut Mixue yang memiliki skor tertinggi adalah harga dengan skor nilai sikap 19.21, dilanjutkan atribut ragam produk dengan skor 17.16 dan atribut peringkat ketiga adalah rasa dengan skor 17.01. Menurut konsumen harga minuman Mixue ini tergolong sangat murah dan karena harga yang murah ini membuat para konsumen tertarik dan memutuskan untuk membeli produk minuman Mixue. Selera konsumen terhadap minuman Mixue termasuk kedalam kategori suka terhadap minuman Mixue Ngagel dan Dharmawangsa.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada kedai minuman Mixue Ngagel dan Dharmawangsa untuk meningkatkan selera konsumen adalah sebagai berikut:

1. Mixue Ngagel dan Dharmawangsa Surabaya sebaiknya lebih mempertahankan harga minumannya karena atribut harga minuman merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli minuman Mixue. Selain harga minuman, mempertahankan ragam produk dengan memperhatikan kualitas yang ada sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Mengingat setiap variasi produk memiliki kesesuaian rasa tersendiri agar sesuai dengan selera konsumen.
2. Mixue Dharmawangsa dan Ngagel sebaiknya memperbaiki kinerja dari beberapa atribut produk yang kurang diperhatikan dan masih memiliki nilai

kepercayaan konsumen yang rendah seperti merek dan desain kemasan produk yang seharusnya memiliki daya Tarik tersendiri agar selera konsumen meningkat dan memutuskan untuk melakukan pembelian

3. Banyaknya pesaing maka produk minuman Mixue perlu menjaga kepuasan konsumen dan meningkatkan promosi agar merek Mixue melekat di benak konsumen. Promosi dapat menggunakan perlombaan berkaitan dengan aktivitas anak muda maupun menggunakan jejaring sosial yang marak digunakan seperti Instagram.