

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan pada Mlaku *Coffee* diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik konsumen pada Mlaku *Coffee* sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebanyak 63% dengan mayoritas berusia 18-24 tahun sebanyak 71%. Sebanyak 65% konsumen memiliki pendidikan terakhir SMA/sederajat dan 71% berstatus pelajar/mahasiswa. Selain itu, 51% konsumen memiliki penghasilan atau uang saku perbulan sebesar \leq Rp 1.000.000.
2. Tingkat kepuasan konsumen pada Mlaku *Coffee* berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) secara keseluruhan adalah sebesar 76,79% yang termasuk dalam kategori puas.
3. Atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dan ditingkatkan kinerjanya berdasarkan hasil analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yaitu rasa kopi stabil setiap penyajian dan ketersediaan ragam jenis minuman (kopi dan non kopi).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh Mlaku *Coffee*, diantaranya :

1. Pihak Mlaku *Coffee* disarankan dapat meningkatkan kinerjanya pada beberapa variabel yang masih memperoleh nilai kepuasan pada kategori cukup puas seperti promosi dan cita rasa. Strategi promosi dapat diperkuat dengan menghadirkan konten yang lebih menarik, interaktif dan konsisten di media sosial. Selain itu perlu dilakukan standarisasi resep dan pelatihan rutin bagi barista untuk memastikan cita rasa kopi yang lebih kuat dan khas.

2. Fokus perbaikan sebaiknya diarahkan pada atribut-atribut yang berada dalam prioritas utama perbaikan. Pengawasan terhadap penerapan standar operasional prosedur (SOP) perlu ditingkatkan untuk memastikan rasa kopi stabil pada setiap penyajian. Selain itu, perlu menambah variasi menu minuman kopi dan non-kopi agar lebih menarik bagi berbagai segmen konsumen.
3. Perlu dilakukan evaluasi dan pengukuran kepuasan konsumen kembali secara berkala untuk mengetahui secara pasti perubahan tingkat kepuasan konsumen Mlaku *Coffee* sehingga kepuasan konsumen terjaga dengan baik. Perusahaan dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain dalam pengukuran untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh terkait kepuasan konsumen.

