

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kedai Dongeng Kopi didirikan pada tanggal 7 Oktober 2012 dengan visi yaitu menjadi pemimpin pasar regional kopi yang terintegrasi dari kebun sampai ke konsumen. Fasilitas yang ada di kedai Dongeng Kopi antara lain ruang bacaan, kelas seduh kopi dan meja bar. Struktur organisasi di Kedai Dongeng Kopi antara lain pemilik kedai, manajer keuangan, manajer operasional, karyawan dapur, karyawan bar dan pramusaji. Menu minuman di Kedai Dongeng Kopi dibedakan menjadi tiga kategori antara lain *espresso based*, *manual brew* dan *non coffee*.

Sebagian besar konsumen di Kedai Dongeng Kopi berada pada rentang usia antara 22 hingga 26 tahun dengan jenis kelamin terbanyak yaitu laki-laki dengan persentase 66 %. Pekerjaan konsumen sebagian besar yaitu sebagai mahasiswa dan wiraswasta. Sebagian besar pendapatan konsumen berkisar antara Rp 1.500.000 hingga Rp 3.000.000 setiap bulannya.

Secara keseluruhan, tingkat loyalitas konsumen di Kedai Dongeng Kopi terbagi menjadi lima tingkatan dari tertinggi hingga terendah yaitu *likes the brand* dengan persentase 83 %, *habitual buyer* dengan persentase 79 %, *committed buyer* dengan persentase 77 %, *switcher* dengan persentase 72 %, *satisfied buyer* dengan persentase 53 %.

Pada evaluasi produk yang dilakukan konsumen terhadap kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi, konsumen memberikan nilai setuju dan sangat setuju dalam setiap atribut produk. Atribut produk yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitas, rasa, kemasan, menu, penyajian, pelayanan, sarana edukasi dan

kenyamanan tempat. Atribut produk kualitas memiliki nilai rata-rata skor tertinggi yaitu sebesar 3,85 diikuti oleh atribut produk menu dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,74 dan atribut produk pelayanan dengan nilai rata-rata skor sebesar 3,66.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tingkat loyalitas tertinggi konsumen kopi arabika di Kedai Dongeng Kopi yaitu berada pada tingkat *likes the brand* dengan persentase sebesar 84 %. Maka dari itu pihak Kedai Dongeng Kopi diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas, pelayanan maupun atribut produk lain yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Selain itu pihak Kedai Dongeng Kopi juga harus memperhatikan konsumen yang berada pada tingkat *switcher* agar tidak bertambah. Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu dengan memberikan diskon, membuat harga yang lebih murah dan memperbanyak ketersediaan produk.