

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Kopi Janji Jiwa menurut konsumen dipersepsikan sebagai kedai kopi yang tidak memiliki keunggulan apapun pada aspek *food quality* dan *product variety* dalam penelitian ini. Tetapi secara rata-rata *ranking* masih lebih baik dibandingkan dengan Kopi Kulo.
- Konsumen mempersepsikan Kopi Kulo sebagai kedai kopi yang tidak memiliki keunggulan apapun pada aspek *food quality*, tetapi dipersepsikan memiliki keunggulan pada salah satu aspek *product variety* yaitu variasi harga.
- Kopi Kenangan dipersepsikan oleh konsumen sebagai kedai kopi yang unggul pada salah satu aspek *food quality* yaitu tekstur. Sementara untuk aspek *product variety* Kopi Kenangan dipersepsikan tidak memiliki keunggulan.
- Fore Coffee dipersepsikan sebagai kedai kopi yang unggul pada 4 aspek *food quality* dan 2 aspek *product variety* dalam penelitian ini. Konsumen mempersepsikan Fore Coffee memiliki keunggulan dalam *food quality* yaitu pada aspek penampilan, konsistensi, aroma, dan rasa. Kemudian dalam *product variety* Fore Coffee dipersepsikan memiliki keunggulan yaitu pada aspek variasi tampilan dan variasi rasa.
- Berdasarkan persepsi konsumen terhadap aspek *food quality* dan *product variety* pada keempat kedai kopi dalam penelitian ini, secara *ranking* Fore Coffee berada di urutan pertama dan memiliki keunggulan pada 6 dari 8 aspek yang ada pada penelitian ini. Selanjutnya terdapat Kopi Kenangan yang berada di urutan kedua dan memiliki keunggulan pada salah satu aspek *food quality*. Lalu Kopi Janji Jiwa yang berada di urutan ketiga dan dipersepsikan tidak memiliki keunggulan apapun. Kemudian yang terakhir ada Kopi Kulo yang berada di urutan keempat dan memiliki keunggulan pada salah satu aspek *product variety*.
- Keempat kedai kopi dalam penelitian ini dapat melihat tingkat kepentingan aspek *food quality* dan *product variety* berdasarkan penelitian ini yang ditentukan oleh konsumen untuk dapat terus diterima di masyarakat.

5.2 Saran

1. Saran bagi para pelaku bisnis di industri kuliner yang baru akan memulai ataupun yang sudah berjalan terutama untuk kedai kopi untuk bisa melihat kelebihan dan kekurangan dari pesaing yang ada, dengan melihat kekurangan yang dimiliki pesaing diharapkan nantinya bisnis yang dijalankan bisa belajar dari kekurangan tersebut dan juga jika melihat dari kelebihan pesaing pelaku bisnis dapat mengembangkan keunggulan tersendiri.
2. Saran bagi Kopi Janji Jiwa dan Kopi Kulo:
 - Menyajikan penampilan minuman (kopi dan non-kopi) menjadi lebih menarik bagi konsumen baik dari komposisi warna dan *topping* minuman kemudian juga dari *design cup* dan *packaging*.
 - Menjaga konsistensi rasa minuman (kopi dan non-kopi) dari waktu ke waktu.
 - Menyesuaikan tingkat kekentalan kopi dan tekstur minuman non-kopi sesuai dengan selera konsumen.
 - Menggunakan beberapa jenis biji kopi untuk memberikan pilihan aroma dan rasa biji kopi yang sesuai dengan selera konsumen.
 - Menambahkan variasi tampilan *topping* minuman (kopi dan non-kopi).
 - Menambahkan variasi rasa minuman (kopi dan non-kopi) yang sesuai dengan selera konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W, Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya, Edisi IV*. Yogyakarta: Andi.
- Bougie, & Sekaran. (2013). *Edisi 5, Research Methods for Business: A skill Building Approach*. New York: John wiley Sons.
- Chandra, Pujiyanto. (2018). *Pengaruh Store Atmosphere dan Food Quality Terhadap Brand Preference (Suatu Studi Komparasi Pada The Coffee Bean and The Leaf dan Starbucks Coffee di Trans Studio Mall Bandung)*.
- Cant, M. C., Ricardo, M. & Melanie, G. (2014). *Are Customers Satisfied With Healthier Food Options At South African Fast-Food Outlets?*.
- Databoks. (2018, 31 Juli). *2021, Konsumsi Kopi Indonesia Diprediksi Mencapai 370 Ribu Ton*. Diperoleh 4 November 2019, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/07/31/2021-konsumsi-kopi-indonesia-diprediksi-mencapai-370-ribu-ton>
- DetikFood. (2019, 9 Januari). *Ahli Marketing Prediksi Bisnis Kuliner Online Makin Populer Tahun 2019*. Diperoleh 27 September 2019, dari <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4377298/ahli-marketing-prediksi-bisnis-kuliner-online-makin-populer-tahun-2019>
- EconomyOkezone. (2019, 6 Januari). *Gurahnya Industri Kuliner Bikin Ekonomi Nasional Menggeliat*. Diperoleh 27 September 2019 , dari <https://economy.okezone.com/read/2019/01/06/320/2000558/gurahnya-industri-kuliner-bikin-ekonomi-nasional-menggeliat>
- Fiani, Margaretha dan Japariyanto, Edwin. (2012). *Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo*.
- Finansialku. (2019, 13 Februari). *Negara mana sajakah yang merupakan negara produksi kopi? Bagaimana prospek kopi sebagai investasi di tahun 2019?*. Diperoleh 27 Februari 2019, dari <https://www.finansialku.com/produksi-kopi/>
- Hutama, Dwiputra, et.al. (2018). *Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention (Survei pada Pelanggan Malang Strudel di Kota Malang)*.
- Irviana, Astari. (2019). *Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Tentang Promosi dan Store Atmosphere Serta Pengaruhnya Terhadap Preferensi Konsumen Pada Caribou Coffee PVJ dan Starbucks Coffee PVJ*.
- Kementerian. (2019, 13 Maret). *Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan*. Diperoleh 28 September 2019, dari

<https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

Kontan. (2019, 12 April). *Segarnya Laba Es Kopi Susu*. Diperoleh 29 September 2019, dari <https://insight.kontan.co.id/news/segarnya-laba-es-kopi-susu>

KopiDewa. (2018, 28 Agustus). *Tren Es Kopi Susu Yang Digandrungi Generasi Milenial*. Diperoleh 28 September 2019, dari <http://kopidewa.com/cerita-kopi/tren-es-kopi-susu-yang-digandrungi-generasi-milenial/>

Kotler, Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.

Kumparan. (2018, 14 Desember). *Seperti Apa Prediksi Tren Gelombang Kopi di Indonesia pada Tahun 2019?*. Diperoleh 29 September 2019, dari <https://kumparan.com/@kumparanfood/seperti-apa-prediksi-tren-gelombang-kopi-di-indonesia-pada-tahun-2019-1544769205291774125>

Lovelock, C, dan John Wirtz. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta: Erlangga.

McWilliams. (2014). *Foods Experimental Perspectives 7ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Mehrjoo, M., & Pasek, Z.J. (2014). *Impact of Product Variety on Supply Chain in Fast Fashion Apparel Industry*. *Science Direct*, 296-301.

Merdeka. (2019, 2 Oktober). *CEO Kopi Kenangan Edward Tirtanata: Kopi Berkualitas Tak Harus Mahal*. Diperoleh 1 Maret 2020, dari <https://www.merdeka.com/khas/ceo-kopi-kenangan-edward-tirtanata-kopi-berkualitas-tak-harus-mahal.html>

Nafilah, Hasya. (2018). *Analisis Positioning dan Kualitas Pelayanan Pada Restoran/Kafe Please Please Please, Sejiwa, Hummingbird, dan Ambrogio*.

Nur, Fadilah. (2017). *Pengaruh Kepuasan Konsumen Pada Variasi Produk Terhadap Preferensi Merek Dessert Arromanis Corner Store*.

Nuryanti, B. Lena, & Rahman, Anisa Y. (2008). *Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultrajaya*.

OttenMagazine. (2019, 14 Februari). *Fore Coffee: The Next Generation of Coffeeshop*. Diperoleh 1 Maret 2020, dari <https://majalah.ottencoffee.co.id/fore-coffee-next-generation-coffee-shop/>

Putri, Devy Sintya, et.al. (2018). *Analisis Positioning dengan Menggunakan Multidimensional Scaling Nonmetrik (Studi Kasus: Data Persepsi dan Preferensi Konsumen Berdasarkan Merek Smartphone di Samarinda, Kalimantan Timur)*.

- Republika. (2019, 26 Juni). *Kopi Janji Jiwa, Bertahan dengan Racikan Robusta Sumatra*. Diperoleh 29 September 2019, dari <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/kuliner/19/06/26/ptois4414-kopi-janji-jiwa-bertahan-dengan-racikan-robusta-sumatra>
- Ryan, Glen. (2018). *Pengaruh Attribute Product dan Service Quality Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen Pada One Eighty Coffee Shop*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behavior. 10th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sudono, S. Rahmalia., Rohayati, Yati., Puspita, Arum. (2017). *Analisis Positioning Radio Zora Berdasarkan Perceptual Mapping Dengan Metode Multidimensional Scaling*.
- Suharyati, & Febri, Adrianus. (2013). *Analisis Perceptual Mapping Terhadap Produk Sepeda Motor Sport*. Bina Widya, Volume 24 Nomor 3, Edisi April 2013, 151-162.
- Sugianto, Jimmy dan Sugiharto, Sugiono. (2013). *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*.
- Stanton, William J. (2008). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Tirtoid. (2019, 3 Juli). *Dibantu oleh teknologi, kedai kopi menjadi target baru pendanaan dari modal ventura*. Diperoleh 28 September 2019, dari <https://tirto.id/kedai-kopi-sasaran-baru-investasi-venture-capital-edvi>
- Tirtoid. (2019, 3 Juli). *Kopi Susu Kekinian: Di Antara Dana Besar, Modal Ventura, dan Tren*. Diperoleh 29 September 2019, dari <https://tirto.id/kopi-susu-kekinian-di-antara-dana-besar-modal-ventura-dan-tren-edu8>
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.
- Trisnawati, Nova. (2018). *Pengaruh Food Quality Terhadap Brand Preference Chatime Dengan KOI The di Kota Bandung*.
- Wan, Xiang, et al. (2011). *Too Much of a Good Thing: The Impact of Product Variety on Operations and Sales Performance*.