

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang mendukung penelitian. Kesimpulan dan saran ini dibuat berdasarkan pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan. Untuk penjelasan lebih lengkapnya akan dijelaskan pada sub bab berikut.

V.1 Kesimpulan

Pada bagian ini akan dibahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan ini dibuat dengan tujuan untuk menjawab tujuan penelitian yang sudah ditentukan pada bab I. Berikut adalah kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan.

1. Atribut yang tepat untuk mengukur kepuasan konsumen pada Juji Coffee adalah atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Maka dari itu atribut yang tepat untuk mengukur kepuasan konsumen adalah atribut yang memiliki nilai standarisasi AESDQ yang positif, yaitu atribut A2, A3, A4, A5, A12, A13, A14, A20, A21, A24, dan A29.
2. Usulan perbaikan yang paling tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Juji Coffee adalah usulan yang telah dinyatakan diterima oleh pemilik Juji Coffee berdasar pada atribut yang berada pada kuadran I dan kuadran IV. Berikut adalah usulan perbaikan yang paling tepat untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Juji Coffee :
 - a. Melakukan pelatihan terhadap pelayan baru
 - b. Membuat rancangan SOP
 - c. Menyediakan kotak kritik & saran
 - d. Menginformasikan nomor telepon / email yang disampungkan kepada pemilik untuk mengetahui *feedback customer*
 - e. *Upgrade* Wi-Fi dengan kecepatan yang lebih baik dan kapasitas yang lebih besar
 - f. Penambahan jumlah stopkontak di setiap meja & menyediakan *terminal* tambahan

- g. Menyediakan fasilitas tambahan seperti kartu remi, UNO, Monopoly, ular tangga, dsb.
- h. Memperbaiki AC yang sedang rusak
- i. Menyediakan meja tambahan berukuran kecil bagi konsumen yang membutuhkan
- j. Menambahkan bantalan pada dudukan kursi

V.2 Saran

Pada bagian ini akan dibahas terkait saran yang dibuat berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Saran ini dapat ditujukan kepada pemilik Juji Coffee, pembaca, ataupun orang yang hendak melakukan penelitian serupa kedepannya. Berikut merupakan saran yang dapat diberikan.

1. Juji Coffee disarankan segera melakukan perbaikan dan mengaplikasikan usulan yang telah diajukan dengan tujuan untuk segera memperbaiki permasalahan yang ada, sehingga kepuasan konsumen dapat meningkat.
2. Atribut yang sudah baik performansinya disarankan tetap difokuskan untuk dipertahankan karena atribut tersebut merupakan atribut yang dianggap penting untuk kepuasan konsumen.
3. Bagi pembaca yang hendak melakukan penelitian serupa disarankan menggunakan metode lain yang mungkin dapat menghasilkan informasi baru yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mencoba melakukan penelitian lebih lanjut terkait atribut selain atribut prioritas, diharapkan peneliti selanjutnya memperoleh potensi perbaikan baru yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda. (2022, 20 September). Pengertian Generasi Milenial dan Tahun Berapa Generasi Milenial. Diunduh dari <https://www.gramedia.com/best-seller/milenial/>.
- Azwar, S. (2000). Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. Banten: Guepedia.
- Fajrin, P. A. M. (2016, 10 Maret). Menteri Saleh Husin: Promosi Kopi Bisa dengan Selfie. Diunduh dari <https://bisnis.tempo.co/read/752394/menteri-saleh-husin-promosi-kopi-bisa-dengan-selfie>.
- Ginting, N. V., Widodo, K. H., Purwadi, D. (2021). *Strategy Formulation for Increasing Customer Satisfaction Based on Service Quality Gap: A Case Study of Branding Coffee Shop in Yogyakarta*. Bristol: IOP Publishing.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective, 7th Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Management, Millenium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Martin, E. (2017, 6 Juni). *The top 10 things young people waste money on*. Diunduh dari <https://www.cnn.com/2017/06/06/72-percent-of-millennials-waste-money-on-dining-out.html>.
- Riswara, E. P., Wagiman, Purwadi, D. (2021). *The strategy of Increasing Customer Satisfaction of Coffee Shop in Yogyakarta through GAP Analysis*. Bristol: IOP Publishing.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business, 4th Edition*. Carbondale: Southern Illinois University.
- Sukmawati, R. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GARDEN CAFE

KOPERASI MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tontini, G., Picolo, J. D. (2010). *Improvement Gap Analysis (Vol. 20)*. Brazil: Regional University of Blumenau.

Tzanetos, G. (2021, 26 Juli). *New Survey Reveals Millennial Spending Habits – 69% Consider Cash Back Rewards ‘Essential’*. Diunduh dari <https://www.gobankingrates.com/credit-cards/rewards/citibank-survey-reveals-millennial-spending-habits-69-percent-consider-cash-back-rewards-essential/>.