

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Karakteristik konsumen kedai kopi di Desa Condongcatur adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki dengan usia rata-rata 25 tahun dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa, dan jarak dari rumah kekedai kopi rata-rata sejauh 4,7 km dengan rata-rata frekuensi kedatangan sebanyak 2 kali dalam satu bulan.
2. Penerapan komponen bauran pemasaran yang dilakukan 3 kedai kopi di lokasi penelitian, didapatkan bahwa penerapan bauran pemasaran di Jempolan Coffee paling baik dengan perolehan skor paling tinggi yaitu 94,5 %. Hal ini dikarenakan Jempolan Coffe dalam penerapannya dari segi produk yang ditawarkan sangat berkualitas, harga dari produknya terjangkau, memiliki tempat yang strategis dan promosi yang dilakukan sangat promotif.
3. Pengaruh bauran pemasaran terhadap perilaku konsumen kopi menunjukkan bahwa variabel harga dan variabel promosi berpengaruh signifikan, sedangkan variabel produk dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen.

6.2 Saran

1. Semakin ketatnya persaingan dalam bisnis diharapkan pihak kedai kopi untuk selalu mempertahankan konsumen dengan menjaga produk yang baik, harga yang stabil, mempertahankan tempat dengan suasana yang nyaman, serta tetap mempromosikan kedai kopi agar lebih diketahui masyarakat luas.
2. Pihak manajemen kedai kopi dapat memperhatikan temuan dari peneliti, yaitu dengan memfokuskan pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen antara lain harga dan promosi, dari segi harga agar selalu menjaga harga yang stabil dan sebanding dengan kualitas rasa, dan dari segi promosi dapat menambahkan media promosi lain agar semakin menarik konsumen lebih luas.