

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Coffee shop* di Kota Jambi telah menerapkan kegiatan pemasaran yang dapat dianalisis melalui bauran pemasaran 7P yakni produk, harga, promosi, tempat, orang, proses, dan bukti fisik. Masing-masing bauran pemasaran memiliki kriteria sub bauran yang berbeda-beda. Keseluruhan sub bauran yang dijalankan diantaranya produk (kualitas, kuantitas, rasa, cara penyajian/kemasan, dan variasi); harga (berat kopi, jenis kopi, dan kemasan/penyajian); tempat (ketersediaan produk, akses lokasi, kebersihan dan kenyamanan); promosi (media sosial, bazar, diskusi, dan seminar); orang (*customer* dan *service people*); proses (kecepatan order, kecepatan distribusi dan respon terhadap komplain); dan bukti fisik (*lighting* dan Dekorasi *tata layout*).
2. Berdasarkan analisis penilaian konsumen yang diolah menggunakan Eviews versi 8.1 mendapatkan hasil bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,667 atau jika dipersentasekan sebesar 66,7% yang artinya pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen sebesar 66,7%, dan 33,3% dipengaruhi variabel lain diluar model. Atribut yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen yaitu *product* (0,0079), *price* (0,0077), *promotion* (0,0445), *people* (0,0475), dan *physical evidence* (0,0366), sedangkan dua atribut lainnya yaitu *place* (0,1303) dan *process* (0,3780) tidak pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

3. Berdasarkan hasil pembobotan faktor dengan metode AHP yang memiliki bobot tertinggi adalah *product* dengan bobot 0,282, diurutan kedua yaitu *process* dengan bobot 0,230. Selanjutnya diurutan ketiga dan keempat secara berurutan ditempati oleh faktor *price* 0,207 dan *people* 0,117. Faktor *promotion* dengan bobot 0,082 berada pada urutan kelima, dan faktor *place* dengan bobot 0,042 berada pada urutan keenam. Sedangkan faktor *physical evidence* menempati urutan terakhir dengan bobot 0,040. Berdasarkan penelitian dengan penyusunan alternatif strategi, yang mejadi prioritas utama adalah melakukan penambahan variasi dan inovasi produk yang ditawarkan dengan hasil skor sebesar 2,577. Prioritas kedua alternatif strategi yang digunakan ialah meningkatkan kualitas produk dan layanan dengan skor 1,463. Prioritas ketiga ialah memberikan harga khusus pada pelanggan dan hari tertentu dengan skor 0,930. Prioritas keempat adalah menambah fasilitas pada tempat untuk kenyamanan sebesar 0,663.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan uraian hasil penelitian, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Pelaku usaha diharapkan terus meningkatkan kualitas dan menjaga ciri produk untuk pengembangan usaha dan senantiasa mengontrol kegiatan pemasaran yang dilakukan agar berjalan sesuai yang diinginkan dan mendapat hasil yang maksimal.
2. Pihak *coffee shop* dapat lebih berambisi sebagai usaha berorientasi laba melalui peningkatan kreatifitas agar tercapainya penjualan melalui pemilihan bauran pemasaran.

3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut mengenai studi strategi bauran pemasaran *coffee shop* di Kota Jambi dengan mempertimbangkan faktor eksternal perusahaan untuk digunakan dalam penelitian mendatang.