

## 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah :

1. Tingkat kepuasan konsumen Dr.koffie dengan menggunakan metode IPA menunjukkan hasil bahwa :

### A. Kuadran A

Variabel-variabel pada kuadran A perlu mendapat prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Keluhan dan saran pelanggan (agen ) ditanggapi dengan baik.
- b. Penampilan karyawan selalu diutamakan.
- c. Banyak varian rasa yang ditawarkan.
- d. Kecepatan kinerja karyawan tidak mengurangi kualitas rasa.

### B. Kuadran B

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini harus bisa dipertahankan oleh Dr.koffie. Atribut yang masuk dalam kuadrat ini adalah sebagai berikut :

- a. Harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang didapat.
- b. Pegawai menyambut pelanggan dengan ramah.
- c. Menu yang disajikan selalu rapih dan bersih.
- d. Menu yang disajikan selalu tepat dengan pemesanan.
- e. Pelanggan menunggu kurang lebih 5 menit untuk menikmati kopi.

### C. Kuadran C

Menunjukkan bahwa atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai kurang penting atau berprioritas rendah oleh Dr.koffie Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Ketersediaan anda untuk Merekomendasikan kopi di Dr.koffie.
- b. Kemampuan pelayan dalam memberikan pelayanan dengan baik.
- c. Merasa puas dengan kebersihan yang di berikan.
- d. Pegawai Dr.Koffie cepat tanggap dalam kebersihan.
- e. Fasilitas yang diberikan sesuai dengan harapan.

#### D. Kuadran D

Atribut atau indikator yang berada di kuadran ini dinilai tidak penting oleh Dr.koffie. Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah sebagai berikut :

- a. Terpenuhinya keinginan dan harapan anda pada kopi di Dr.koffie.
- b. Fasilitas parkir yang ada di Dr. Koffie.

2. Tingkat kepuasan konsumen Dr.koffie dengan menggunakan metode CSI menunjukkan angka sebesar 80,5% yang artinya berdasarkan tabel nilai termasuk dalam rentang nilai CSI diantara 0,81-1,00 yang berarti bahwa konsumen Dr.koffie sangat puas atas kinerja perusahaan.

#### c. **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, dalam usaha meningkatkan kepuasan pelanggan Dr.koffie, maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Meningkatkan kinerja karyawan dalam pelayanan.
2. Mempertahankan rasa khas dari Dr.koffie.
3. Memperhatikan tempat parkir bagi pelanggan Dr.koffie
4. Memperhatian kebersihan dan fasilitas dari Dr.koffie itu sendiri.
5. Mempertahankan Keramahan pada pelanggan Dr.koffie
6. Berdasarkan hasil uji IPA dan CSI tingkat harapan dan tingkat kenyataan dengan menggunakan diagram kartesius bahwa kepuasan tingkat kenyataan responden sudah menyatakan sangat puas dan harus dipertahankan dan ditingkatkan lagi produk yang akan diberikan pada konsumen agar puas dengan produk dan pelayanan Dr.koffie.
7. Mengembangkan penelitian kedalam penelitian kualitatif agar dapat melihat kepuasan pelanggan lebih mendetail.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Febrini, I. Y., Widowati, R., & Anwar, M. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Warung Kopi Klotok, Kaliurang, Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis*,
- JUFRIYANTO, Moh. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter. *MATRIK (Manajemen dan Teknik Industri-Produksi)*, 2020, 20.2: 79-90.
- Morrisan, M. A. (2015). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Elin Setiawan dan Sri Ayu Andayani (2016) Analisis Kepuasan Konsumen (Study Kasus pada kedai Kopi di wilayah Majalengka)
- Angipora. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Elen Diwanggoro (2016) Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap kualitas kopi dan kualitas pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 15 th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14 th Edition, Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Kurdi, M. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Rengginang Lorjuk Cap Jempol Kecamatan Pragaan Sumenep. *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 7(01), 27-33.

Lupiyoadi, Rambat. Ikhsan, Ridho Bramulya. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*.  
Jakarta: Salemba Empat.

Mulyadi. 2013. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat, Jakarta.

Peter, P a u l. J., Jerry C. Olson 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*.  
Salemba Empat, Jakarta.

Sugiyono. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.