

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan multiatribut Fishebin hasil analisis sikap tiap atribut, didapatkan atribut yang memiliki skor tertinggi yaitu Layanan Pelengkap sebesar 19,13 yang mana ini tergolong sangat positif. Sedangkan skor terendah terdapat pada atribut Merek produk sebesar 17,21. Meskipun merek produk tergolong skor yang paling rendah namun 17,21 tetap masuk ke dalam kategori positif. Berdasarkan hasil analisis sikap konsumen terhadap Kopi Starbucks di dapatkan skor sikap sebesar 124,13. Hal ini berarti konsumen memiliki sikap yang positif terhadap Kopi Starbucks
2. Dari hasil *Semantic Differential* antara lain kualitas produk, fitur produk, merek, kemasan, layanan pelengkap dan Harga. Memiliki jarak dari garis kontinum antara kepercayaan dan evaluasi dimana Harapan konsumen lebih ke kiri dan kinerja lebih ke kanan yang artinya Starbucks masih belum bisa memenuhi atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Namun ada atribut Harga yang tidak memiliki Jarak yang artinya Starbucks berhasil memenuhi atribut Harga yang dianggap penting oleh Konsumen.

5.2 Saran

Berdasarkan pengolahan data di atas adapun saran yang dapat penulis kemukakan, yaitu :

1. Dari hasil olah data multiatribut Fishbein, sikap konsumen terhadap Kopi Starbucks adalah positif. Saran penulis untuk Kopi Starbucks adalah dipertahankan dan ditingkatkan.
2. Dari hasil *Semantic Differential* tiap atribut gaya dan design produk dari Kopi starbucks harus ditingkatkan untuk memenuhi apa yang dianggap penting oleh konsumen.

