

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa keputusan pelanggan dalam memilih SK Coffee Lab dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu kenyamanan dan lingkungan, fasilitas yang tersedia, lokasi yang strategis, pengaruh jejaring sosial dan nilai sentimental yang diciptakan. Faktor-faktor tersebut menunjukkan bahwa preferensi pelanggan tidak hanya didasarkan pada aspek fungsional tetapi juga melibatkan aspek emosional dan sosial.

1. Pilihan Rasional Pelanggan SK Coffee Lab

Pelanggan memilih untuk nongkrong di SK Coffee Lab Kediri karena menilai manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Berdasarkan teori pilihan rasional Coleman, keputusan ini merupakan bentuk tindakan rasional, di mana individu mempertimbangkan keuntungan yang paling menguntungkan bagi dirinya. Faktor-faktor seperti kenyamanan tempat, kelengkapan fasilitas, lokasi yang strategis, serta nilai emosional dan sosial menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan. Selain itu, pengalaman positif dan kenangan bersama teman atau keluarga juga memperkuat keterikatan pelanggan dengan SK Coffee Lab, sehingga tempat ini dipandang mampu memberikan kepuasan baik secara fungsional maupun emosional.

2. Bentuk Aktivitas Pelanggan

Aktivitas pelanggan di SK Coffee Lab sangat beragam, mulai dari bekerja, belajar, bersosialisasi, hingga bersantai. Fasilitas seperti Wi-Fi, ruang yang nyaman, dan suasana kondusif mendukung kegiatan produktif, sementara nuansa hangat

serta pengaruh media sosial menjadikannya ruang interaksi sosial yang menarik. Berdasarkan teori pilihan rasional Coleman, perilaku pelanggan ini mencerminkan keputusan yang mempertimbangkan manfaat terbesar dari fasilitas dan lingkungan yang ditawarkan. Dengan demikian, SK Coffee Lab dipilih karena mampu memberikan kenyamanan, efisiensi, serta pengalaman sosial dan emosional yang bernilai bagi pelanggan.

Secara umum, keputusan pelanggan memilih SK Coffee Lab tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi rasional, tetapi juga oleh faktor sosial dan emosional. Perpaduan faktor tersebut menunjukkan bahwa SK Coffee Lab mampu menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menawarkan pengalaman yang memuaskan secara fungsional sekaligus emosional.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran akan ditujukan kepada Kedai SK Coffee Lab, Pelanggan setia SK, dan peneliti lainnya.

1. Kepada Pihak Manajemen SK Coffee Lab

Pihak manajemen SK Coffee Lab disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, serta memperkuat identitas kedai sebagai tempat nongkrong yang rasional dipilih konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor seperti fasilitas, suasana, dan kualitas produk berpengaruh dalam keputusan konsumen. Oleh karena itu, manajemen dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai dasar dalam merumuskan strategi pemasaran maupun pengembangan layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen.

2. Kepada Konsumen SK Coffee Lab

Konsumen disarankan untuk lebih mempertimbangkan aspek rasionalitas dalam memilih tempat nongkrong, seperti kesesuaian harga dengan kualitas,

kenyamanan, serta manfaat sosial yang diperoleh. Dengan begitu, pengalaman mereka di SK Coffee Lab dapat lebih maksimal, baik untuk tujuan bersantai, bekerja, maupun berinteraksi sosial.

3. Kepada Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperluas lingkup penelitian dengan membandingkan rasionalitas konsumen di SK Coffee Lab dengan kedai kopi lainnya, atau menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mengukur secara lebih detail faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola perilaku konsumen di industri kedai kopi.