

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Secara umum, rata-rata tingkat konsumsi kopi di kedai dan kafe sebesar 3,57 kg per orang per tahun, angka tersebut termasuk kedalam kategori tingkat konsumsi kopi menengah. Konsumsi kopi di kedai dan kafe terbagi ke dalam 3 jenis kopi yang dikonsumsi, kopi instan, kopi murni, dan kopi campuran. Sebagian besar dari anak muda (≤ 25 tahun) responden adalah konsumen kopi Instan dan kopi campuran, sedangkan usia > 25 tahun banyak mengonsumsi kopi murni. Alasan konsumen kopi di kedai dan kafe mengonsumsi kopi adalah untuk menyegarkan badan dan tidak kantuk setelah mengonsumsi kopi. Alasan lain yang membuat responden mengonsumsi kopi adalah kopi merupakan media untuk bersosialisasi (*nongkrong*) bersama kerabat, teman sekolah/kuliah, rekan kerja, maupun bagi pengusaha bertemu klien bisnis yang biasanya dilakukan di Kedai Armor Kopi dan Kafe *Coffee Story*.
2. Tingkat konsumsi kopi di kedai dan kafe dipengaruhi secara signifikan oleh variabel usia (X_2), variabel dummy budaya *nongkrong* (D_1), variabel dummy sosial keluarga (D_2), variabel dummy persepsi kesehatan (D_3), dan variabel dummy jenis kelamin (D_4). Sedangkan variabel yang secara statistik tidak signifikan mempengaruhi tingkat konsumsi kopi diantaranya adalah pendapatan (X_1). Variabel yang paling berpengaruh terhadap tingkat konsumsi kopi konsumen di kedai dan kafe adalah variabel dummy persepsi kesehatan (D_3).

6.2. Saran

1. Agar meningkat penjualan kopi, kedai kopi dan kafe memperhatikan secara umum perilaku konsumen kopi, seperti memahami jenis kopi yang dikonsumsi kopi, waktu yang sering diluangkan untuk mengonsumsi kopi, dan alasan mengonsumsi kopi.
2. Persepsi kesehatan merupakan variabel yang pengaruhnya paling tinggi, oleh karena itu pelaku pasar baik kafe maupun kedai kopi membuat strategi pemasaran membentuk persepsi kopi baik untuk kesehatan seperti poster bertema kesehatan.