

BAB V

Kesimpulan dan Saran

A Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada hubungan dari kualitas kopi terhadap minat beli di Kopi Santai. Berikut kesimpulan dari penelitian:

1. Kualitas Kopi

Berdasarkan hasil kuesioner yang telah dikumpulkan oleh peneliti dapat disimpulkan banyak responden menyukai produk kopi di Kopi Santai, dikarenakan kualitas kopi yang dijaga dengan baik oleh pengelola Kopi Santai. Pengelolaan kualitas kopi di Kopi Santai cukup baik, mulai dari pemilihan *roastedbeen* yang digunakan, penyeduhan dan juga penyajian agar rasa kopi yang dikeluarkan tetap konsisten. Hal ini dibuktikan juga dengan hasil pengujian analisis korelasi Pearson Correlation menunjukkan bahwa terdapat nilai koefisien sebesar $r = 0,618$ dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 ($0.000 < 0,05$).

2. Minat Beli

Responden memiliki minat beli yang tinggi yang berarti para pelanggan menyukai produk kopi dari Kopi Santai. Hal ini disebabkan oleh kualitas kopi yang baik dan juga harga yang terjangkau untuk kalangan mahasiswa dan juga untuk para pekerja.

B Saran

1. Management Kopi Santai

Hasil penelitian terbukti kualitas kopi terbukti berhubungan dengan minat beli, sehingga disarankan management dapat menjadikan kualitas kopi sebagai salah satu dasar pengambilan keputusan dalam membeli bahan baku kopi, agar kualitas minuman kopi di Kopi Santai terjaga dengan baik

2. Mahasiswa

Melatih mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapat di bangku kuliah pada dunia nyata untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan juga sekaligus sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Afriliana, Asmak. 2018. *Teknologi Pengolahan Kopi Terkini*. Yogyakarta: Deepublish.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Benoit Daviron; Stefano Ponte 2005. *The Coffee Paradox: Global Markets, Commodity Trade and the Elusive Promise of Development*. Zed Books.
- Handoko.2002. *Manajemen Pemasaran*. Badan penerbit IPWI. Jakarta.
- Helmi situmorang, syafrizal, Iskandar muda, Doli M. Ja'far Dalimunte, Fadli, Fanzie Syarief. 2010. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Rahardjo, Puji. 2017 *Berkebun Kopi* Jakarta: Penebar Swadaya Group
- Rahardjo, Puji. 2012 *Kopi* Jakarta: Penebar Swadaya Group
- Tim Karya Tani Mandiri. 2018. *Rahasia Sukses Budidaya Kopi*. Bandung: Nuansa Aulia.
- Silvarolla, Maria B. 2004. "A naturally decaffeinated arabica coffee". *Nature*.
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Abdurachman, Ujianto. 2004. *Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur)*. *Jurnal manajemen & kewirausahaan* Vol. 6, No.1, Maret 2004.

<https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2018/03/03/510/899467/penasaran-berapa-jumlah-kedai-kopi-di-jogja> diakses pada hari sabtu 4 april 2020 jam 7:16

<https://tirto.id/potensi-ekonomi-800-kedai-kopi-di-yogya-capai-rp3504-miliar-b4TR> diakses pada hari sabtu 4 april 2020 jam 7:00

Kuesioner penelitian "Hubungan Kualitas Kopi Dengan Minat Beli di Kopi Santai"

Assalamualaikum Wr. Wb.

Kepada :

Yth .Saudara /i pelanggan Kopi Santai, Yogyakarta

Dengan hormat , perkenalkan saya adalah Much Thareq Kartiko Adi Bawono . Mahasiswa Jurusan Administrasi Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, yang saat ini sedang melaksanakan penelitian guna tugas akhir menyelesaikan studi S1. Bersama ini saya mengharapkan kesediaan Saudara /i untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner penelitian yang saya ajukan

Sebelum mengisi saya berharap Saudara /i membaca semua pernyataan dengan baik dan tidak ada pertanyaan yang terlewat. Tidak ada jawaban benar atau salah . Semua jawaban adalah benar sepanjang sesuai dengan keadaan , perasaan dan pemikiran diri sendiri tanpa adanya pengaruh paksaan dari pihak lain. Perlu diketahui bahwa identitas serta jawaban yang saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya sesuai etika penelitian. Saya harap Saudara /i bersedia mengisi secara lengkap . Semua jawaban yang saudara berikan sangat berharga bagi saya

Terimakasih atas perhatiannya dan waktunya yang diberikan, sekali lagi saya ucapkan terimakasih

Yogyakarta, 26 Oktober 2021

Much Thareq Kartiko Adi Bawono

* Wajib

1. Email *

2. Nama *

3. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

Pria

Wanita

4. Usia *

Tandai satu oval saja.

≤ 20 Tahun

20 - 30 Tahun

30 - 35 Tahun

≥ 35 Tahun

5. Pekerjaan *

Tandai satu oval saja.

Mahasiswa

Pegawai Swasta

Pegawai Negri

Yang lain: _____

Pernyataan

Pilih pada kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban anda.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Tidak Setuju (TS)

3. Setuju (S)

4. Sangat Setuju (SS)

6. saya menyukai produk kopi di kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

7. saya menyukai pelayanan terhadap pelanggan di kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

8. harga minuman kopi di kopi santai sangat terjangkau

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

9. saya menyukai cara penyajian minuman di kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

10. saya menyukai variasi minuman kopi di kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

11. pelayanan di kopi santai sangat ramah

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

12. kopi yang ditawarkan di kopi santai sangat nyaman untuk dikonsumsi

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

13. kopi santai sering memberikan promo untuk minuman kopi sehingga saya sering membeli kopi disana

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

14. saya sering membeli kopi di kopi santai saat tidak ada promo

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

15. suasana di kopi santai sangat nyaman untuk mengerjakan tugas ataupun bekerja

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

16. tempat duduk di kopi santai sangat nyaman untuk nongkrong bersama teman

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

17. tempat yang disediakan kopi santai cukup luas dan rapi

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

18. saya sangat menyukai rasa minuman kopi yang disediakan kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

19. saya sangat menyukai kecepatan pelayanan dalam menyajikan pesanan kepada pelanggan di kopi santai

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

20. minuman kopi yang disediakan kopi santai tidak membuat perut kembung

Tandai satu oval saja.

STS

TS

S

SS

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir

Pewawancara : Much Thareq Kartiko Adi Bawono
Narasumber : Jonathan Chandra (Manager Operasional)
Tempat : Kopi Santai
Waktu : 20 Januari 2022
Tujuan : Untuk mengetahui informasi mengenai kualitas produk yang berpengaruh terhadap minat beli.

Pertanyaan:

1. Apa saja biji kopi yang digunakan dalam pembuatan biji kopi dikopi santai?
2. Bagaimana kualitas produk khususnya pada menu minuman di kopi santai?
3. Apakah ada keluhan tamu mengenai kualitas produk minuman kopi yang ada di kopi santai?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk minuman kopi terhadap minat beli di kopi santai?
5. Apakah anda memperhatikan kualitas biji kopi yang akan digunakan?

Jawaban:

1. Kopi santai menggunakan kopi Robusta Pagar Alam dan Arabika Arjuno, dengan persentase Robusta 60% dan Arabika 40%.
2. Semua minuman kopi santai memilih bahan dengan kualitas bagus termasuk dengan biji kopi, kopi santai menggunakan biji kopi dengan kelas A.
3. Tidak ada keluhan, jika ada keluhan biasanya cenderung ke selera pembeli yaitu kopi terlalu manis atau kopi yang kurang manis.
4. Berpengaruh tapi pengaruhnya tidak signifikan karena kopi santai faktor paling utamanya adalah harga yang terjangkau tapi masih dengan kualitas kopi yang bagus.
5. Iya karena kopi santai bukan hanya mengutamakan harga minuman yang terjangkau tetapi juga dengan mengutamakan kualitas kopi dan minuman yang lain.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pria	21	70.0	70.0	70.0
Valid Wanita	9	30.0	30.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Usia

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
≤ 20 Tahun	1	3.3	3.3	3.3
Valid 20 - 30 Tahun	29	96.7	96.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Pekerjaan

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Mahasiswa	9	30.0	30.0	30.0
Pegawai Negri	2	6.7	6.7	36.7
Pegawai	13	43.3	43.3	80.0
Valid Swasta				
Wirausaha	1	3.3	3.3	83.3
Lainnya	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS KUALITAS KOPI

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	.611**	.489**	.851**	.505**	.455*	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.004	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.2	Pearson Correlation	.611**	1	.244	.522**	.292	.058	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.193	.003	.117	.760	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.3	Pearson Correlation	.489**	.244	1	.436*	.262	.405*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.006	.193		.016	.162	.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.4	Pearson Correlation	.851**	.522**	.436*	1	.610**	.416*	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.016		.000	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.5	Pearson Correlation	.505**	.292	.262	.610**	1	.262	.683**
	Sig. (2-tailed)	.004	.117	.162	.000		.162	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X.6	Pearson Correlation	.455*	.058	.405*	.416*	.262	1	.564**
	Sig. (2-tailed)	.011	.760	.026	.022	.162		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X	Pearson Correlation	.913**	.658**	.618**	.895**	.683**	.564**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

MINAT BELI

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.451*	.428*	.772**
	Sig. (2-tailed)		.012	.018	.000
	N	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.451*	1	.486**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.012		.006	.000
	N	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.428*	.486**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.018	.006		.000
	N	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.772**	.804**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS KUALITAS KOPI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

MINAT BELI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

UJI KORELASI KUALITAS KOPI DENGAN MINAT BELI

Correlations

		Kualitas Kopi	Minat Beli
Kualitas Kopi	Pearson Correlation	1	.618**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Minat Beli	Pearson Correlation	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Tingkat Acidity	Aroma Kopi	Tingkat Body	Minat Beli
Tingkat Acidity	Pearson Correlation	1	.721**	.471**	.494**
	Sig. (2-tailed)		.000	.009	.006
	N	30	30	30	30
Aroma Kopi	Pearson Correlation	.721**	1	.645**	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Tingkat Body	Pearson Correlation	.471**	.645**	1	.429*
	Sig. (2-tailed)	.009	.000		.018
	N	30	30	30	30
Minat Beli	Pearson Correlation	.494**	.682**	.429*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.018	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UMUR	PEKERJAAN	Tingkat Acidity (x1)		Aroma Kopi (x2)		Tingkat Body (x3)		Total_X
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	3	4	3	4	3	4	21
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	4	3	4	4	3	4	22
0 - 30 Tahu	Pegawai Ne	4	4	5	4	4	3	24
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	4	4	5	4	5	27
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	4	5	4	4	4	26
0 - 30 Tahu	Pegawai Ne	4	4	3	4	3	3	21
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	5	4	4	5	4	3	25
0 - 30 Tahu	Lainnya	4	3	4	4	3	4	22
0 - 30 Tahu	Lainnya	4	3	4	4	4	4	23
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	5	4	4	5	4	3	25
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	5	4	5	3	3	25
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	3	3	4	5	5	3	23
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	3	3	3	3	2	3	17
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	4	5	4	4	3	3	23
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	2	2	3	2	3	2	14
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	4	3	5	4	4	25
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	4	5	4	4	3	3	23
0 - 30 Tahu	Lainnya	5	5	4	5	4	3	26
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	5	5	5	3	4	27
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	4	5	3	4	5	3	24
≤ 20 Tahun	Mahasiswa	4	5	4	4	4	3	24
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	2	3	3	2	2	3	15
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	4	5	4	4	3	3	23
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	5	5	3	5	5	3	26
0 - 30 Tahu	Pegawai Sw	5	4	4	5	4	4	26
0 - 30 Tahu	Lainnya	5	5	5	5	5	5	30
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	4	3	4	4	4	4	23
0 - 30 Tahu	Wirausaha	3	3	4	4	3	3	20
0 - 30 Tahu	Lainnya	4	4	4	4	4	4	24
0 - 30 Tahu	Mahasiswa	3	4	3	3	3	3	19

Minat Beli Pelanggan (y)			
Y.1	Y.2	Y.3	Total_Y
4	5	3	12
5	4	4	13
4	4	5	13
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
4	4	4	12
4	5	4	13
4	3	3	10
5	4	4	13
2	3	2	7
5	5	3	13
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	3	11
4	4	4	12
4	5	5	14
5	4	4	13
4	5	4	13
5	5	4	14
5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	4	13
4	3	3	10