

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gelombang kopi terhadap preferensi menu kopi konsumen generasi milenial pada coffee shop di Kota Bandung. Berdasarkan data yang didapat, pengujian dan hasil pembahasan penelitian, peneliti merinci simpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mengonsumsi kopi untuk menikmati rasa dan aroma kopi,
2. mayoritas generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung tidak hanya mengonsumsi kopi di *coffee shop* tetapi juga mengonsumsi kopi di rumah,
3. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mengetahui biji kopi yang disajikan dalam kopi yang dikonsumsi,
4. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung tertarik mengetahui biji kopi yang disajikan dalam kopi yang dikonsumsi,
5. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung tidak mengetahui asal-usul biji kopi yang disajikan dalam kopi yang dikonsumsi,
6. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung tertarik mengetahui asal-usul biji kopi yang disajikan dalam kopi yang dikonsumsi,
7. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mengetahui proses pembuatan kopi,
8. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mempunyai ketertarikan terhadap pengetahuan proses pembuatan kopi,
9. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung mementingkan tingkat kematangan biji kopi,
10. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung tidak mengetahui tingkat kematangan biji kopi,

11. mayoritas konsumen generasi milenial *coffee shop* di Kota Bandung berpendapat bahwa barista harus mengetahui seluruh proses pembuatan kopi mulai dari roasting biji kopi hingga sampai ke meja konsumen,
12. Perkembangan gelombang kopi pada konsumen generasi milenial pada *coffee shop* di Kota Bandung menunjukkan hasil bahwa rata-rata konsumen berada di gelombang kopi kedua. Nilai tertinggi berada pada ketertarikan pengetahuan tentang proses pembuatan kopi, mayoritas konsumen generasi milenial pada *coffee shop* di Kota Bandung tertarik untuk mengetahui proses pembuatan kopi.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat disajikan untuk bahan pertimbangan, antara lain:

1. Proses pembuatan kopi dapat dijadikan daya tarik dan atraksi untuk ditawarkan pada konsumen generasi milenial,
2. Pengetahuan tentang kopi dapat dijadikan bahan interaksi antara *coffee shop* dan konsumen dengan tujuan untuk meningkatkan keterikatan antara *coffee shop* dan konsumen,
3. Untuk meningkatkan popularitas dan ketertarikan terhadap menu kopi yang kurang menjadi preferensi, atraksi pembuatan kopi dapat dijadikan salah satu cara untuk meningkatkannya,
4. Bagi pelaku usaha yang berminat mendirikan usaha *coffee shop*, *coffee shop* yang cocok untuk gelombang kopi kedua adalah *coffee shop* yang juga menjadi tempat pertemuan sosial dan didesain sebagai *third place*.