

## BAB 5

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat gelombang kopi serta minat berkunjung pada wisata kopi konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z serta berdasarkan data yang didapat, pengujian, dan hasil pembahasan penelitian, peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Tingkat gelombang kopi konsumen generasi Z dan *milenials coffeeshop* DKI Jakarta berada pada tingkat gelombang kopi keempat dengan besaran 30,2%.
2. Karakteristik konsumen generasi Z dan *milenials coffeeshop* DKI Jakarta dalam mengkonsumsi kopi adalah sebagai berikut:
  - a) Konsumen mengkonsumsi kopi karena kopi dapat dengan mudah didapatkan dan merupakan minuman yang praktis.
  - b) Perasaan yang mendorong konsumen untuk mengkonsumsi kopi adalah keterarikan terhadap inovasi produk kopi.
  - c) Produk kopi yang sering dikonsumsi konsumen adalah jenis kopi *ready to drink* ala *café*.
  - d) Konsumen membeli produk kopi di gerai *coffee to go*.
  - e) Konsumen memiliki pengetahuan yang kurang mengenai kopi.
3. Minat berkunjung pada wisata kopi konsumen generasi Z dan *milenials coffeeshop* DKI Jakarta menunjukkan pada posisi tinggi. Selain minat yang tertinggi konsumen juga memiliki minat refrensial yaitu minat untuk merekomendasikan destinasi wisata kopi (*Coffeeshop*, Kebun kopi, dsb) kepada teman, keluarga, atau kerabat saya.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, ada beberapa saran dari penulis yang dapat dijadikan bahan pertimbangan:

1. Kualitas produk kopi harus diperhatikan mengingat sebagian besar perasaan yang mendorong Konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z untuk membeli kopi adalah kenikmatan dari rasa dan aroma kopi.
2. Pelaku usaha kopi diharapkan agar terus berinovasi agar dapat menarik perhatian pasar Konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z DKI Jakarta mengingat karakteristik konsumen gelombang kopi keempat sangat tertarik pada inovasi serta kepraktisan.
3. Bagi calon pelaku usaha kopi yang ingin mendirikan usaha *coffeeshop*, *coffeeshop* yang cocok didirikan di DKI Jakarta adalah *coffee to go* mengingat Konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z DKI Jakarta berada pada tingkat gelombang kopi keempat.
4. Dengan pengetahuan konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z DKI Jakarta yang kurang, disarankan bagi pemilik pelaku usaha kopi untuk membuat *konten social media* yang berkaitan dengan pengetahuan mengenai kopi.
5. Dengan tingginya minat berkunjung pada wisata kopi konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z DKI Jakarta yang tinggi, maka sangat cocok untuk membuat blog atau akun *social media* yang berkaitan dengan destinasi wisata kopi untuk kebutuhan eksploratif Konsumen *coffeeshop* generasi *milenials* dan generasi z DKI Jakarta.