

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian Analisis Motivasi Pengunjung Menjadikan *Coffee Shop* Sebagai *Third Place* atau Tempat Bekerja yang dilakukan penulis melalui analisa data statistik dari kuisisioner yang disebarakan, maka dapat ditarik menjadi kesimpulan diantaranya sebagai berikut :

1. Tanggapan responden mengenai aktivitas yang mereka lakukan di *coffee shop* sebagai *third place* paling banyak di dominasi untuk berkumpul dengan teman, keluarga, maupun kolega dibandingkan melakukan aktivitas kerja maupun hanya menikmati secangkir kopi semata
2. Tanggapan responden mengenai motivasi didalam memilih *coffee shop* sebagai *third place* atau tempat bekerja paling didominasi oleh suasana yang dirasakan. Tempat yang memiliki suasana terbaik serta dapat membuat pengunjung betah berlama-lama berada di tempat tersebut di dapatkan oleh Cupola. Suasana yang mendukung serta memberikan pengunjung rasa aman dan nyaman dapat

membuat pengunjung merasa betah untuk melakukan aktivitas bekerja.

3. Banyak hal yang harus dilakukan oleh *coffee shop* di dalam mengakomodasi keinginan atau motivasi pengunjung di dalam menjadikan *coffee shop* sebagai *third place*. Mulai melakukan inovasi, memperluas promosi, mempertahankan ksistensi, serta menciptakan standarisasi guna menunjang *coffee shop* sebagai pilihan utama konsumen untuk dijadikan sebagai *third place*.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran penulis untuk mendukung strategi mengakomodir keinginan atau motivasi pengunjung *coffe shop* yaitu:

1. *Coffee Shop* yang dipilih pengunjung sebagai *third place* sebaiknya memenuhi kriteria indikator yang ditentukan, baik dari segi lokasi, suasana, fasilitas, harga hingga keberagaman produk.
2. Terkait indikator harga, *Coffee Shop* dinilai kurang memperhatikan kuantitas harga pada

masing-masing produk yang ditawarkan baik itu minuman hingga makanan, sebaiknya *coffee shop* mengkaji ulang kuantitas harga dengan cara membandingkan bahan baku, proses pembuatan hingga besarnya manfaat produk yang akan diterima oleh konsumen nantinya.

3. Terkait indikator keberagaman produk, beberapa sample *Coffee Shop* yang sudah disebutkan di bab sebelumnya dinilai kurang memperhatikan jenis produk yang akan mereka tawarkan sehingga membuat pengunjung mungkin akan berpindah dan menjadikan tempat lain sebagai *third place*. Sebaiknya pemilihan dan jumlah jenis produk harus diperbaharui secara berkala atau dengan cara lain dimana sebuah *coffee shop* dapat mengadakan *event* yang di dalamnya berisi menu-menu yang hanya ada di periode tertentu sehingga pengunjung tertarik untuk menjadikan *coffee shop* sebagai *third place*