

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- Karakteristik responden konsumen kopi di kota Semarang berusia antara 30 sampai 50 tahun dengan latar pendidikan SMA dan tingkat penghasilan Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000, 00.
- Persepsi konsumen kopi ke *coffee shop* bernilai ekonomi tinggi adalah tempat untuk nongkrong, bersosialisasi, dan menjaga gengsi.
- Perilaku konsumen kopi yaitu mengunjungi *coffee shop* sekali dalam seminggu bersama teman pada siang hari dengan sajian kopi *latte* yang paling banyak dipesan di *coffee shop*.
- Nilai korelasi dan kontingensi bernilai positif menunjukkan hubungan yang kuat antara persepsi dan perilaku konsumen kopi.

5.2. Saran

- Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mendeskripsikan hubungan antara pengetahuan tentang kopi dari segi mutu, manfaat, dan penyajian terhadap perilaku konsumsi konsumen kopi.

