

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

- Karakteristik responden di Kota Semarang memiliki range usia antara 20-30 dengan latar belakang pendidikan minimal SMA dengan pendapatan < Rp. 1.000.000,00 yang terbagi dalam dua kategori yaitu karyawan dan non karyawan.
- Persepsi konsumen mengunjungi *coffee shop* adalah tempat untuk bersosialisasi, nongkrong dan dijadikan sebuah ajang untuk menjaga gengsi.
- Persepsi konsumen terhadap kopi adalah sebagai minuman yang memiliki efek baik positif maupun negatif bagi tubuh namun tetap disukai
- Perilaku konsumen mengunjungi *coffee shop* minimal 1 bulan 1 kali di malam hari bersama dengan teman dengan sajian kopi *latte* sebagai menu pilihan yang diminati di *coffee shop*.

5.2. Saran

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas layanan di *coffee shop* yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi kopi.