

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan membahas tentang kesimpulan dari uraian pada bab sebelumnya mengenai persepsi dari diferensiasi yang diciptakan oleh cafe Miss Pink Kitty dari diferensiasi bentuk produk makanan yang memakai cetakan hello kitty, gaya tampilan produk, kualitas produk dan citra dari cafe Miss Pink Kitty mengenai lambang atau logo cafe, pemberian warna pink, dan penggunaan pernak-pernik serba hello kitty. Dari hal-hal tersebut setelah disimpulkan maka peneliti memberikan saran-saran yang relevan mengenai hasil dari penelitian untuk manajemen cafe Miss Pink Kitty.

A. Kesimpulan

1. Diferensiasi produk ; bentuk produk, yaitu penggunaan cetakan makanan berbentuk hello kitty

Gaya tampilan produk, yaitu penampilan secara keseluruhan dari produk seperti *plating* maupun *garnish*

Kualitas produk, yaitu kualitas dari produk cafe Miss Pink Kitty seperti rasa dari makanan.

Diferensiasi citra; lambang atau logo, yaitu lambang atau logo siluet wanita pada cafe Miss Pink Kitty

Suasana fisik, yaitu penggunaan cat warna pink dan pernak-pernik hello kitty

2. Tujuan didiferensiasikan cafe Miss Pink Kitty, mulai dari diferensiasi produk dengan bentuk makanan yang dicetak berbentuk

hello kitty adalah agar produk lebih menarik dibandingkan cafe lainnya dan memberikan kesan feminim dan lucu, lalu pada gaya tampilan produk menejemen cafe bertujuan agar produk memiliki tampilan yang lebih lucu dibandingkan pesaing, *pinky*, berbeda agar mudah diingat konsumen, pada kualitas produk sendiri manajemen ingin menyampaikan bahwa dengan rasa makanan dan minuman pada cafe Miss Pink Kitty yang enak bisa didapatkan dengan harga yang murah.

Tujuan didiferensiasi pada citra cafe Miss Pink Kitty mulai dari penggunaan logo atau lambang siluet wanita agar memberikan kesan bahwa cafe Miss Pink Kitty feminim dan kecewe-cewean, lalu pada suasana fisik yang didiferensiasikan melalui penggunaan cat warna pink dan perabotan maupun pernak-pernik hello kitty, bahwa menejemen bertujuan agar cafe terkesan *elegant* untuk cewe dan feminim, nyaman, serta lucu dengan penggunaan karakter hello kitty.

3. Berikut ini persepsi konsumen mengenaib diferensiasi yang dilakukan menejemen cafe Miss Pink Kitty, bentuk produk yang memakai cetakan heloo kitty R1 menurut responden lucu banget dan menarik. R2 berbeda, lucu, menarik lalu R3 mengatakan bentuknya lucu, menarik, imut, cewe banget. Pada R4 konsisten maksudnya konsisten dengan konsep, R5 menarik lucu, enak dilihat dan R6 memberikan persepsi lucu, bagus untuk dimasukan instagram. R7 memberikan persepsi unik, R8 memberikan persepsi inovatif, unik, menarik. Pada R9

memiliki persepsi tentang bentuk produk makanan cafe Miss Pink Kitty adalah bagus, unik dan konsisten terhadap konsep, R10 mengatakan unik dan berbeda.

Persepsi konsumen mengenai gaya tampilan dari produk cafe Miss Pink Kitty R1 mengatakan lucu, *instagramable*, menarik lalu R2 mengatakan berbeda dari yang lain, lucu,, menarik. Kemudian R3 mengatakan Unik, cantik banget, bagus buat difoto-foto, R4 memberikan persepsi feminim, *pinky-pinky girly*. Kemudian pada R5 mengatakan bagus, rapi, diliat enak pada R6 juga mengatakan menarik, dan menggugah selera sama dengan R7 yang mengatakan lebih mood untuk memakan, kreatif, dan unik lalu pada R8 memberikan persepsi cukup bagus, lucu, kreatif. R9 memberikan persepsi tentang tampilan gaya produk yaitu lucu, dan cewe banget lalu pada R10 hanya mengatakan bagus.

Persepsi konsumen mengenai kualitas produk cafe Miss Pink Kitty R1 mengatakan perlu peningkatan kualitas, R2 mengatakan rasa standart dan harga terjangkau. Pada R3 memberikan persepsi enak tapi ga terlalu enak, harganya cenderung sedikit lebih mahal R4 mengatakan perbedaan tidak jauh sama seperti cafe lain, R5 mengatakan rasanya enak harganya terjangkau R6 juga memiliki persepsi yang sama dengan R5 yaitu harga yang tidak terlalu mahal dan enak. Pada R7 memiliki kesamaan persepsi pada R2 yaitu R7 mengatakan rasa biasa dan harga terjangkau R8 mengatakan rasa lumayan harga standart. R9 rasa dan suasana enak dan harga standart R10 harga dan rasa standart sesuai dengan tempat.

Persepsi konsumen mengenai lambang atau logo pada cafe Miss pink Kitty R1 mengatakan cafe ditujukan untuk cewe-cerwe, lalu pada R2 tujuanya utuk cewe-cewe dan feminim. R3 memiliki persepsi cewe banget dan cocok dengan suasana cafe lalu pada R4 memiliki persepsi bahwa cafe ini cewe-cewe. Lalu sama dengan R2 pada R5 juga mengatakan cafe ini untuk cewe dan feminim lalun pada R6 mengatakan feminim banget namun R7 tidak memberikan pendapat karena tidak memperhatikan logo pada cafe Miss Pink Kitty. R8 juga mengatakan hal yang sama dengan R2 dan R5 yaitu cafe yang cewe dan feminim lalu R9 mengatakan cewe banget dan R10 mengatkan kecewe-cewean dan ditujukan untuk perempuan-prempuan feminim.

Persepsi konsumen mengenai suasana fisik cafe yang menggunakan cat warna pink dan pernak-pernik hello kitty R1 mengatakan menarik, memberi rasa nyaman untuk cewe, oke banget karena disemarang belum ada, bagus untuk foto-foto tetapi untuk sering kesana pikir-pikir dulu . lalu pada R2 mengatakan cewe identik dengan warna pink, lucu, wanita banget, menarik, dan beda dari cafe lain. Berikutnya pada R3 memberikan kesan Cewe banget, kalem, membuat cewe-cewe nyaman buat nongkrong cocok dengan konsep dan dan bikin nyaman bikin pingin foto-foto, lalu R4 warna pink sesuai dengan tema, bagus, dan konsep hello kitty berani beda, menarik, R5 memiliki persepsi memberikan kesan cantik dan indah, lucu dan imut bikin penasaran. Responden R6 mengatakan Feminim, lucu, bagus banget dan lucu lalu pada R7 Feminim, cewe banget, konsepnya bagus dan unik R8 memberikan persepsi feminim, konsep cukup kreatif, dan feminim banget pada R9 responden memberikan persepsi mengenai pemberian cat warna pink dan

penggunaan pernak pernik hello kitty menyesuaikan konsep, feminim cewe sekali, bagus dan benar-benar totalitas lalu yang terakhir pada reponden R10 memberikan persepsi cafe yang unik dalam bentuk feminim, berani beda dan konsisten dengan satu konsep.

4. Perbandingan persepsi manajemen cafe Miss Pink Kitty dan konsumen cafe Miss pink Kitty

Diferensiasi produk melalui bentuk produk yang menggunakan cetakan hello kitty, manajemen mengatakan bahwa bentuk produk pada diferensiasi produk yang memakai cetakan hello kitty bertujuan agar terlihat bentuknya lebih menarik dibanding dengan cafe lain, dan lebih terlihat lucu dan feminim, dan pada konsumen memiliki kesamaan persepsi yaitu melihat bentuk makanan yang dicetak berbentuk hello kitty memberikan kesan yang lucu dan feminim sehingga berbeda dengan cafe yang lain.

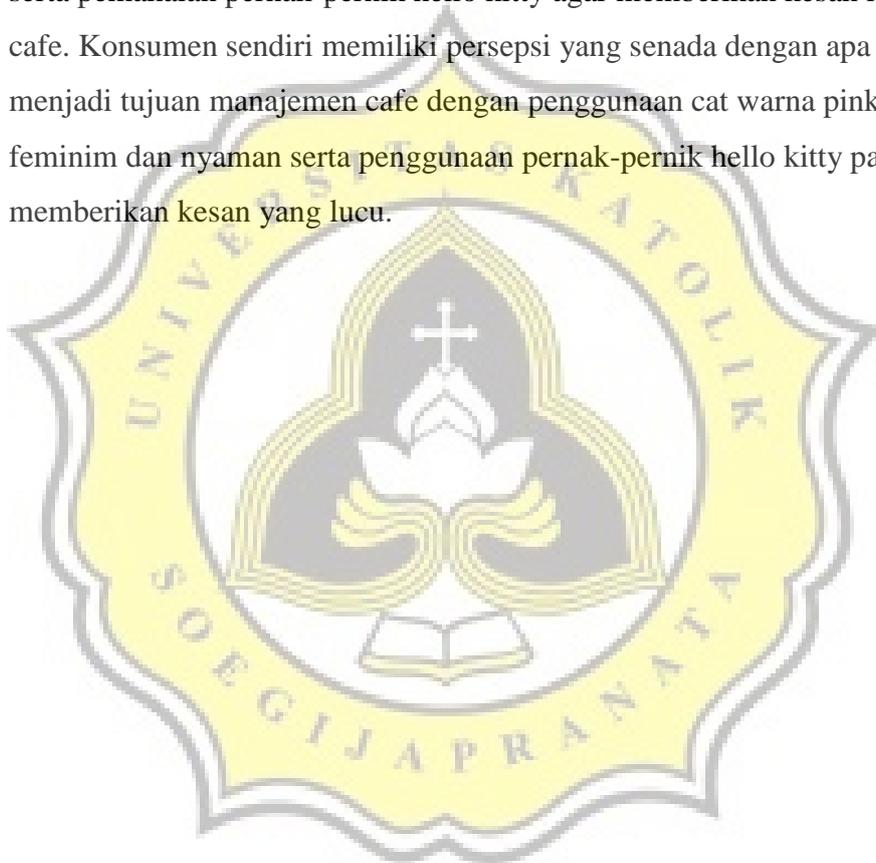
Diferensiasi produk mengenai kualitas produk yang diberikan pada konsumen, manajemen cafe mempersepsikan bahwa kualitas kesesuaian pada produk makan dan minumannya yaitu memiliki rasa yang enak dan bisa didapatkan dengan harga yang murah namun pada konsumen tidak menangkap apa tujuan dari manajemen tersebut karena menurut konsumen rasanya tidak enak dan harga pun mahal.

Diferensiasi produk berdasarkan gaya tampilan produk mulai dari *garnish*, *plating* disini manajemen mendiferensiasikan gaya tampilan produk bertujuan agar memberikan kesan bahwa produk terlihat lebih lucu, *pinky*, daripada cafe lain, berbeda dan gampang diingat, pada konsumen sendiri senada dengan persepsi yang disampaikan, konsumen memberikan persepsi bahwa gaya tampilan pada produk terlihat lebih lucu, *pinky*, dan berbeda dengan cafe lainnya sehingga mudah diingat.

Diferensiasi citra melalui lambang atau logo ini manajemen ingin memberikan agar cafe terkesan feminim atau kecewe-cewean pada konsumen

jua memiliki persepsi yang sama bahwa cafe Miss Pink Kitty ditujukan untuk cewe-cewe yang terkesan feminim.

Diferensiasi citra melalui psuasana fisik yaitu pemberian cat warna pink dan pemakaian pernak-pernik atau konsep hello kitty sendiri, manajemen memiliki tujuan agar cafe terkesan feminim dan elegant membuat nyaman untuk para wanita atau cewe-cewe nyaman dengan cat warna pink, serta pemakaian pernak-pernik hello kitty agar memberikan kesan lucu pada cafe. Konsumen sendiri memiliki persepsi yang senada dengan apa yang menjadi tujuan manajemen cafe dengan penggunaan cat warna pink terkesan feminim dan nyaman serta penggunaan pernak-pernik hello kitty pada cafe memberikan kesan yang lucu.



B. SARAN

Hasil dari kesimpulan penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa persepsi yang berusaha disampaikan oleh pihak manajemen cafe dapat ditangkap baik oleh konsumen meliputi diferensiasi produk dan diferensiasi citra beserta dimensinya. Namun, pada diferensiasi produk ada ketidakcocokan persepsi pada dimensi kualitas produk cafe Miss Pink Kitty. Responden konsumen cafe Miss Pink Kitty tidak menangkap persepsi yang berusaha disampaikan oleh manajemen cafe yaitu, manajemen cafe berusaha menyampaikan bahwa makanan yang disediakan harganya terjangkau tapi memiliki rasa yang enak. Berdasarkan hasil penelitian banyaknya responden yang merasa kurang dengan kualitas produk yang ditawarkan dari segi rasa, porsi dan harga yg ditawarkan, hal tersebut dapat menjadi masalah bagi cafe karena jika konsumen tidak merasa puas terhadap produk atau jasa maka kemungkinan mereka tidak melakukan pembelian ulang dan ini tidak memenuhi tujuan pemasaran konsumen yang tidak puas kemungkinan juga akan menyampaikan kerekan-rekannya dan pada akhirnya akan membentuk *word of mouth* yang jelek.

Maka untuk memperbaiki atau meningkatkan kepuasan konsumen peneliti memberi saran bagi cafe Miss Pink Kitty untuk memperbaiki kualitas dari produknya meliputi rasa masakan dan juga harga, dengan hal ini maka konsumen pun merasa puas dan juga dapat membentuk *word of mouth* yang baik.

