

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang tingkat konsumsi konsumen Café Kopi Paste Sorowajan Yogyakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi dapat dilihat dari aktor atau peminum kopi, aktivitas yang dilakukan, penampilan, alasan konsumsi kopi dan tempat minum kopi. Hal-hal yang mempengaruhi perilaku konsumsi kopi antara lain media sosial, gaya hidup, teman atau rekan kerja, keluarga, pendapatan, motif dan pengetahuan peminum kopi. Indikator perilaku konsumtif sendiri antara lain konsumsi dilakukan hanya untuk menjaga penampilan diri atau gengsi, mengonsumsi atas pertimbangan harga dan konsumsi untuk menunjukkan status sosial.
2. Perilaku mengonsumsi kopi yang dilakukan peminum kopi yang nampak secara langsung (riil) adalah peminum kopi menikmati secangkir kopi yang telah dipesan. Disamping itu peminum kopi hanya duduk santai sambil browsing internet ataupun ngobrol dengan teman atau rekan kerja. Dalam hal ini perilaku mengonsumsi kopi yang telah ditawarkan kedai kopi melalui tanda dan citra telah menjadi pengontrol pikiran dan tingkah laku peminum kopi.

Kedai kopi telah menawarkan perilaku menikmati secangkir kopi melalui nilai tanda seperti tempat duduk yang empuk atau sofa, pencahayaan yang terang, tempat yang nyaman, pemesanan kopi yang praktis, dan pelayanan yang memuaskan. Dalam hal ini apa yang dibeli dan dikonsumsi tidak lebih dari tanda-tanda yang ditanamkan ke dalam obyek-obyek konsumsi yang membedakan pilihan dan pemaknaan masing-masing individu.

3. Dalam perilaku mengonsumsi kopi ada alasan dan makna tertentu dari setiap individu. Alasan sendiri dapat dibedakan menjadi dua yaitu motif karena yaitu rasa gundah dalam menghadapi suatu masalah. Sementara itu motif untuk adalah penghilang rasa jenuh, keinginan berkumpul bersama, menikmati aroma dan rasa minuman kopi yang khas, serta minum kopi yang berkualitas dan harganya mahal. Perilaku mengonsumsi kopi sekarang sudah menjadi budaya global yang ditandai oleh masuknya kedai kopi *Starbucks* yang merupakan salah satu kedai kopi bersifat *franchise* yang berasal dari Amerika Serikat. Kedai kopi ini mengakibatkan standarisasi kedai-kedai kopi yang ada di Kota Yogyakarta. Globalisasi telah mempengaruhi kebiasaan peminum kopi, peminum kopi yang dulunya menikmati secangkir kopi di warung-warung kecil pinggir jalan sekarang ini beralih ke kedai-kedai kopi. Di mana dalam hal ini apa yang telah disediakan oleh kedai kopi tidak sesuai dengan apa yang diinginkan peminum kopi, namun peminum kopi tetap melakukannya hanya untuk mendapatkan prestise, gengsi dan juga gaya hidup.

## **B. Saran**

Saran yang dapat diajukan dari hasil penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti lain untuk mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.
2. Saran bagi program studi Ilmu Komunikasi. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu kajian pustaka atau literatur bagi penelitian selanjutnya.
3. Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas, lokasi dan kualitas produk sehingga konsumen juga akan semakin meningkat. Selain tersebut penyesuaian harga atau penetapan harga yang terjangkau juga dapat meningkatkan konsumen.