

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang mengkaji tentang Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kesiediaan Membayar (*Willingness to Pay*) Produk *Coffee Latte* di *Coffee Shop* Sekitar Kampus Undip Tembalang Kota Semarang maka dapat disimpulkan bahwa.

1. Karakteristik konsumen *coffe latte* di dominasi oleh laki-laki sebanyak 58,6%, berusia 21 – 25 tahun sebanyak 79,7%, dengan jumlah pendapatan per bulan adalah Rp 1.000.000,00 – 1.500.000,00 sebanyak 37,4%, dengan pendidikan tamat SMA sebanyak 60.6%.
2. Nilai rata-rata maksimum WTP untuk produk *coffe latte* bervariasi, untuk *Coffe Latte* di Kayo Coffe and Space dengan penyajian panas Rp 25.507 sedangkan dengan penyajian dingin Rp 28.275, *Coffe Latte* di Anak Panah dengan penyajian panas Rp 26.833 sedangkan dengan penyajian dingin Rp 30.440 dan *Coffe Latte* di Jendela dengan penyajian panas Rp 31.099 sedangkan dengan penyajian dingin Rp 28.888.
3. Faktor yang mempengaruhi WTP konsumen *coffeelatte* secara serempak adalah usia, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, kualitas dan harga produk.

4. Faktor yang mempengaruhi WTP konsumen *coffeelatte* secara parsial adalah kualitas produk *Coffee Latte*.

5.2 Saran

1. Penjual dapat mengoptimalkan faktor kualitas produk karena faktor kualitas berpengaruh terhadap kesediaan membayar atau *Willingness to Pay* terhadap konsumen produk.