

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data mengenai Pengaruh Varian Produk, Konten Marketing, dan Personal Selling terhadap Minat Beli Konsumen pada Gerai Kopi Pendekar di Kota Madiun, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Varian Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Gerai Kopi Pendekar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin beragam dan menarik pilihan menu yang ditawarkan, baik dari segi ukuran, harga, tampilan, maupun keragaman rasa, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk membeli. Keberagaman produk menciptakan persepsi nilai yang tinggi, memenuhi preferensi konsumen, dan mendorong ketertarikan untuk melakukan pembelian.
2. Konten Marketing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Semakin menarik, informatif, menghibur, dan membangun kepercayaan konten yang ditampilkan melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram, maka semakin besar pula minat beli konsumen. Konten-konten yang menampilkan informasi tentang menu, hiburan di lapangan, hingga interaksi dengan pelanggan telah berhasil meningkatkan daya tarik Gerai Kopi Pendekar di mata audiens digital.

3. Personal Selling memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Interaksi langsung antara penjual dan konsumen mulai dari pendekatan yang ramah, penjelasan produk, rekomendasi menu, hingga ucapan terima kasih di akhir transaksi menciptakan pengalaman pembelian yang menyenangkan. Pengalaman ini mendorong kepercayaan konsumen dan membentuk minat beli yang tinggi terhadap produk yang ditawarkan oleh Gerai Kopi Pendekar.

B. Implikasi dan Saran

1. Implikasi

a. Implikasi Teoritis

Penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen, dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control. Penelitian ini, Variasi Produk, Konten Marketing, dan Personal Selling terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap keberagaman menu, keunikan konten promosi di media sosial, serta pengalaman interaksi langsung dengan penjual mampu membentuk sikap dan niat konsumen untuk melakukan pembelian.

Temuan ini tidak hanya memperkuat relevansi TPB dalam bidang perilaku konsumen, tetapi juga memperluas penerapannya dalam konteks pemasaran minuman kopi keliling yang berbasis

interaksi langsung dan digital marketing. Penelitian ini juga memberikan kontribusi terhadap literatur pemasaran dengan menunjukkan bahwa TPB relevan dalam menjelaskan pengaruh kombinasi strategi pemasaran online (konten digital) dan offline (*personal selling*) terhadap niat beli, khususnya di kalangan generasi muda yang menjadi target utama Gerai Kopi Pendekar.

b. Implikasi Praktis

Bagi pengelola Gerai Kopi Pendekar di Kota Madiun, hasil penelitian ini dapat sebagai acuan strategis untuk mengembangkan dan evaluasi kegiatan pemasaran. Beberapa rekomendasi praktis yang dapat dilakukan adalah:

1. Strategi Varian Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian produk merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk terus mengembangkan menu baru yang unik dan sesuai tren pasar. Keberagaman rasa, pilihan topping, ukuran gelas, dan inovasi kemasan perlu diperhatikan agar tetap menarik bagi konsumen yang menyukai variasi. Selain itu, evaluasi terhadap menu yang kurang diminati juga penting dilakukan secara berkala agar produk tetap kompetitif.

2. Optimalisasi Konten Marketing

Pengelola perlu terus meningkatkan kualitas dan konsistensi konten di media sosial seperti TikTok dan Instagram. Konten yang bersifat edukatif, menghibur, informatif, dan membangun kepercayaan konsumen terbukti mampu meningkatkan minat beli. Penggunaan storytelling, konten interaksi dengan konsumen, pengenalan menu baru, serta testimoni pelanggan perlu dikemas secara kreatif agar dapat menjangkau lebih banyak audiens, terutama dari kalangan muda yang sangat aktif di media sosial.

3. Penguatan *Personal Selling*

Interaksi langsung dengan konsumen menjadi kekuatan utama Gerai Kopi Pendekar sebagai usaha kopi keliling. Oleh karena itu, pengelola disarankan untuk memberikan pelatihan dasar komunikasi, pelayanan pelanggan, serta teknik menjual kepada staf atau barista. Sapaan yang ramah, penjelasan produk yang jelas, serta rekomendasi menu yang sesuai selera pelanggan dapat menciptakan kesan positif yang berdampak langsung pada pembelian. Selain itu, penting juga untuk menjaga kualitas interaksi pada setiap kunjungan ke lokasi baru agar konsumen merasa dilayani dengan baik.

2. Saran

Dengan adanya saran dari penelitian ini agar dapat bermanfaat untuk bahan pertimbangan oleh pihak yang bersangkutan untuk melakukan inovasi guna meningkatkan konsumen.

1. Bagi Pengelola Gerai Kopi Pendekar, disarankan agar terus menjaga dan meningkatkan keberagaman varian produk yang ditawarkan, mengingat faktor ini memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengelola dapat memperbarui menu secara berkala, menyesuaikan dengan tren minuman kekinian, serta memperhatikan kualitas rasa, ukuran, dan tampilan kemasan. pengelolaan konten marketing juga perlu lebih dimaksimalkan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pengelola dapat membuat konten promosi yang lebih informatif, menghibur, dan konsisten, misalnya dengan menyajikan testimoni konsumen, memperkenalkan menu baru, serta menampilkan aktivitas unik dari gerai keliling. Untuk aspek personal selling perlu tetap dijaga melalui pelayanan yang ramah, penjelasan menu yang jelas, serta penutupan transaksi dengan sopan. Interaksi langsung seperti ini menjadi nilai tambah tersendiri yang membedakan Kopi Pendekar dari pesaing lainnya.
2. Pemerintah daerah diharapkan dapat lebih aktif mendukung perkembangan UMKM lokal seperti Gerai Kopi Pendekar, khususnya melalui pelatihan pengembangan SDM di bidang

pemasaran digital, perizinan usaha, branding produk lokal, dan akses pembiayaan. Dukungan ini akan membantu UMKM seperti Kopi Pendekar untuk meningkatkan daya saingnya di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, serta menjadi salah satu ikon kuliner khas Madiun yang dikenal luas.

3. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada jumlah variabel yang diteliti, yaitu hanya melibatkan tiga variabel independen: varian produk, konten marketing, dan personal selling. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain seperti harga, pelayanan, lokasi, atau loyalitas pelanggan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif. Selain itu, penggunaan metode penelitian kualitatif atau campuran (mixed methods) juga dapat dipertimbangkan untuk menggali lebih dalam pengalaman dan persepsi konsumen terhadap brand kopi keliling seperti Kopi Pendekar.