

BAB II

GAMBARAN UMUM DU CAFE SEMARANG DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Dalam uraian berikut ini akan dijelaskan mengenai gambaran umum Du Cafe Semarang yang didalamnya terdiri dari sejarah berdirinya perusahaan, visi dan misi perusahaan, lokasi perusahaan, logo perusahaan, struktur organisasi perusahaan, job description, fasilitas, produk yang dijual, serta karakteristik responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini.

2.1 Sejarah Perkembangan Du Cafe

Du Cafe Semarang berdiri pada tahun 2016 dengan mengusung konsep angkringan kekinian. Du Café berlokasi di jalan Durian Raya No. 21, Pedalangan, Serondol Wetan, Banyumanik, Kota Semarang. Pada awal pembukaannya Du Cafe menawarkan konsep unik untuk konsumen, yaitu sebuah cafe yang menyatu dengan galeri mobil antik. Menurut owner Du Cafe, tujuan dari memajang mobil serta motor kuno pada cafe tersebut adalah salah satu upaya menarik minat pengunjung untuk berswafoto sembari mencicipi makanan yang disediakan. Pada umumnya para pengunjung berfoto di sela-sela mobil antik yang terparkir sampai hidangan yang dipesan tersedia atau melakukan swafoto seusai menyantap hidangan dari Du Cafe. Du Cafe memiliki tiga tema di setiap bagiannya. Tema pertama adalah American Classic yang dapat dilihat pada lantai dengan corak papan catur. Tema kedua

adalah England yang terlihat dari pemasangan poster serta makanan dan minuman berkonsep Eropa. Tema yang ketiga adalah Indonesia yang dapat dilihat dengan adanya konsep angkringan.

Du Cafe menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman yang bervariasi yaitu seperti steak, pasta, penyetan dan lain sebagainya. Selain makanan dan minuman yang beragam, Du Cafe juga memiliki beberapa fasilitas penunjang yaitu adanya free wifi, parkir yang luas, serta tersedianya dua pilihan tempat baik *in door* maupun *out Door*. Sehingga menjadikan Du Cafe sebagai tempat sasaran dari berbagai kalangan dan usia.

Pada mulanya Du Cafe merupakan bisnis kuliner yang mengangkat konsep angkringan, kopi, dan galeri. Namun setelah melihat gaya hidup masyarakat yang menginginkan kenyamanan, Du Cafe mengubah konsep menjadi café dan resto. Perubahan ini dilakukan agar mampu mengimbangi keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain memberikan fasilitas berupa galeri untuk berfoto, Du Cafe juga menambahkan fasilitas berupa penampilan musik akustik dari band lokal yang siap menghibur para pengunjung.

Du Cafe buka setiap hari sejak pukul 12.00 sampai dengan pukul 23.00. Café ini dapat digunakan sebagai tempat untuk rapat, gathering, perayaan ulang tahun, dan juga acara-acara lainnya. Target Du Cafe adalah masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah namun tidak menutup kemungkinan bagi kalangan atas untuk melakukan

pembelian di Du Cafe. Du Cafe juga memiliki segmentasi pasar dari muda hingga tua, maka harga menu yang disajikan dengan harga yang bersahabat yaitu untuk harga minuman mulai dari Rp 5.000 hingga Rp 35.000 dan untuk makanan mulai dari harga Rp 10.000 sampai dengan harga Rp 38.000 Du Cafe menyuguhkan menu – menu makanan Indonesia hingga makanan Barat.

2.2 Visi dan Misi Du Cafe

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang bisnis kuliner dan menginginkan sebuah kontinuitas pada bisnis yang dijalani, Du Cafe memiliki visi yang harus dicapai dan misi yang harus dilaksanakan agar tetap mampu bersaing dengan para kompetitornya dan menjadi cafe yang unggul dibidangnya. Berikut merupakan visi dan misi dari Du Cafe:

2.2.1 Visi Du Cafe

Menurut Wibisono (2006:43), visi adalah suatu rangkaian kalimat yang menggambarkan cita-cita atau impian dari sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Selain itu visi juga menjadi hal yang sangat krusial bagi perusahaan untuk menjamin keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

Visi Du Cafe Semarang adalah “Menjadi *coffee shop* terkemuka di Indonesia dengan konsep classic serta menyajikan produk kopi dan makanan yang diminati oleh masyarakat”. Berdasarkan visi yang digunakan oleh Du Cafe dapat diartikan bahwa adanya pandangan untuk menjadikan Du Cafe sebagai *coffee shop* nomor satu yang

tidak hanya terkenal di Semarang saja tetapi juga di seluruh Indonesia, dengan mengedepankan konsep yang *fresh* dan kekinian sesuai dengan selera konsumen saat ini. Selain itu Du Cafe juga memiliki keyakinan untuk selalu menyajikan produk yang berkualitas, bergizi, serta memiliki cita rasa menarik agar dapat di konsumsi dan diminati oleh masyarakat Indonesia.

2.2.2 Misi Du Café

Menurut Wheelen dalam Wibisono (2006:46), misi adalah serangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan eksistensi organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa.

Misi Du Cafe Semarang adalah “Memberikan produk dan pelayanan terbaik untuk setiap konsumen”. Dalam misi ini dapat diartikan bahwa produk yang baik tidak akan lengkap tanpa pelayanan yang memuaskan. Sehingga dalam misi ini Du Cafe ingin memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terbaik sesuai dengan keinginan konsumennya. Sesuai dengan misi tersebut, Du Cafe melakukan beberapa langkah yaitu menyediakan produk unggul dan pelayanan terbaik serta membangun suasana yang unik yaitu dengan menggabungkan tiga konsep *classic* yang terdiri dari *American 50's*, *European Vintage*, dan *Melayu Retro*. Selain suasana yang menarik, Du Cafe juga menyediakan berbagai jenis produk makanan dan minuman yang berkualitas sehingga Du Cafe dapat selalu memuaskan keinginan konsumen.

2.3 Logo Perusahaan

Logo adalah presentasi, penampakan atau penampilan visual yang akan selalu dikaitkan dengan organisasi tertentu sebagai bentuk serta bagian identitas perusahaan, (Kusrianto, 2007). Sebagai bagian dari identitas perusahaan, logo diibaratkan sebagai bagian tubuh yang mampu mengutarakan produk atau perusahaan. Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi pembeda produk satu dengan produk lainnya. Logo dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi para pelangganya dan sebagai sarana pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan. Logo yang baik mampu mewakili produk dan perusahaan agar mudah diingat. Oleh karena itu memiliki sebuah logo merupakan suatu kewajiban bagi perusahaan yang bergerak dibidang kuliner yang dimana memiliki banyak pesaing dalam usahanya. Perusahaan harus memiliki logo untuk dijadikan pembeda dari pesaingnya, sehingga citra dari perusahaan tidak dapat tertukar dengan citra perusahaan lainnya. Berikut merupakan logo dari Du Cafe:

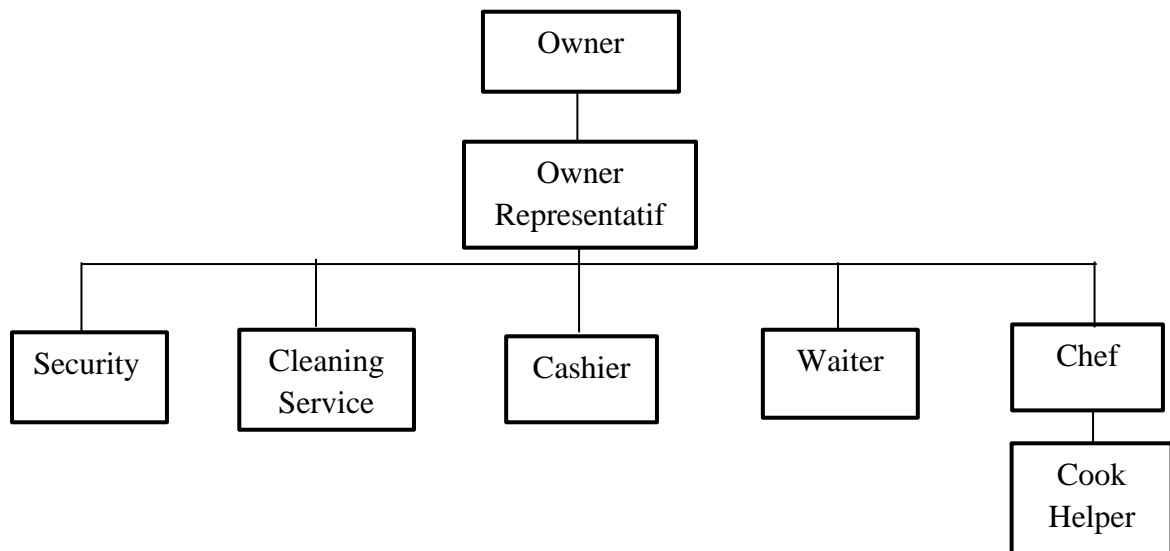


Gambar 2.1 Du Cafe Semarang
(Sumber : Arsip dan Dokumentasi Du Cafe, 2020)

Pada posisi tengah logo Du Cafe terdapat kata DU CAFE dimana kata DU memiliki arti Durian. Hal ini dikarenakan letak Du Café berada di jalan Durian raya. Pada posisi atas logo Du café terdapat tulisan est.2016 yang memiliki arti Du Cafe berdiri sejak tahun 2016. Pada posisi bawah logo terdapat kata angkringan, kopi, dan galeri yang memiliki arti bahwa Du Café mengusung konsep angkringan, coffe shop, dan galeri.

2.4 Struktur Organisasi Du Café

Struktur organisasi merupakan sesuatu yang menggambarkan tipe organisasi, kedudukan dan jenis wewenang, bidang dan hubungan, garis perintah dan tanggung jawab, serta rentang kendali dan sistem pimpinan organisasi, Hasibuan (2004:128). Adanya struktur organisasi bertujuan agar pembagian kerja lebih jelas, hal ini dilakukan untuk menghindari kemungkinan adanya tumpang tindih pekerjaan pada tiap karyawan. Berikut adalah struktur organisasi Du Cafe :



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Du Cafe Semarang

(Sumber : Data primer yang diolah, 2020)

Berikut merupakan uraian dari masing-masing jabatan yang ada di Du Cafe :

a) *Owner* atau Pemilik

Pemilik merupakan orang yang mempunyai atau memiliki cafe sekaligus mendirikan cafe. *Owner* atau pemilik memiliki tugas sebagai berikut :

1. Membuat strategi dan mengawasi jalannya cafe serta kerja para karyawan
2. Berwenang sebagai pengendali, menentukan standar prestasi, serta mengukur prestasi karyawan yang telah dicapai lalu melakukan evaluasi.
3. Berwenang menerima pertanggungjawab dari masing-masing bagian.
4. Bertanggung jawab atas semua kelangsungan usaha

b) *Owner Representatif*

Owner representatif merupakan seseorang yang memberdayakan seluruh kinerja toko agar optimal dalam menghasilkan target cafe. *Owner* representatif memiliki

wewenang untuk mengerahkan bawahannya. *Owner* representatif berkewajiban untuk memberikan motivasi kepada bawahannya agar mereka mempunyai semangat kerja yang optimal dan pekerjaan dapat diselesaikan dengan cepat dan tuntas. *Owner* representatif bertanggung jawab langsung kepada owner, sehingga *Owner* representatif harus dapat mengontrol bawahannya untuk bekerja dengan baik dan professional. *Owner* representatif memiliki tugas sebagai berikut :

1. Menyampaikan target penjualan terhadap anggota
2. Menyampaikan strategi penjualan
3. Membuat laporan penjualan anggota
4. Menyampaikan seluruh kebijakan penjualan kepada seluruh anggota

c) *Cashier* atau Kasir

Kasir dalam suatu perusahaan bertujuan untuk mempertahankan layanan terhadap pelanggan, membantu perusahaan dalam melakukan proses penjualan secara cepat, akurat, efisien, dan mengelola arus kas serta menerima uang tunai maupun kredit. Kasir adalah staf keuangan yang memiliki tugas yang tidak kalah beratnya dengan accounting. Kasir bertanggung jawab kepada *owner representative*. *Cashier* memiliki tugas sebagai berikut :

1. Melayani konsumen dalam proses pembayaran baik dengan uang tunai maupun kartu debit/kredit
2. Melakukan perhitungan total penjualan per hari
3. Membuat laporan penerimaan kas tiap hari secara berkala

d) Waitrees atau Pramusaji

Waitress merupakan seorang pelayan atau pramusaji yang mengoptimalkan pekerjaan se-efisien mungkin, untuk mempersingkat waktu dan memenuhi keinginan konsumen. Pramusaji bertanggung jawab kepada *owner representative*, maka pramusaji harus memberi kualitas pelayanan yang terbaik kepada konsumen. *Waitrees* memiliki tugas sebagai berikut :

1. Menerima pesanan makanan dan minuman yang diinginkan konsumen
2. Memberitahukan kepada koki mengenai pesanan yang diinginkan oleh konsumen
3. Mengantarkan pesanan yang telah siap kepada konsumen
4. Membersihkan meja setelah konsumen selesai
5. Membantu konsumen yang memerlukan informasi dan bantuan

e) Chef atau Koki

Koki atau juru masak adalah orang yang menyiapkan makanan untuk disantap. Koki langsung bertanggung jawab kepada *owner representative*. Hal mengenai rasa dan penyajian makanan dan minuman merupakan tanggung jawab koki. Sehingga koki harus selalu menyajikan makanan dan minuman yang enak dan berkualitas. Tugas koki meliputi:

1. Koordinator terhadap seluruh kualitas dan kuantitas makanan yang disajikan
2. Mengawasi dan mengkoordinir makna yang dimasak dan disajikan

3. Memberikan kreasi dan menu baru terhadap makanan dan minuman yang disajikan

f) *Cook Helper*

Cook helper merupakan bagian yang cukup penting dalam sebuah kitchen di restaurant. *Cook helper* bertugas untuk membantu Chef dalam menyiapkan bahan mentah yang akan di masak nantinya. Hal ini juga berkaitan dengan membersihkan bahan mentah dan memotong bahan tersebut. Tugas *Cook helper* meliputi :

1. Menyiapkan peralatan memasak yang akan di gunakan
2. Menyiapkan bahan mentah yang akan di olah/di masak.
3. Membantu chef dalam mengolah makanan
4. Membersihkan dan menyimpan bahan dan peralatan masak yang telah di gunakan

g) *Cleaning Service*

Cleaning Service adalah orang yang memberikan pelayanan kebersihan, kerapihan dan higienisasi dari sebuah cafe baik indoor ataupun outdoor sehingga tercipta suasana yang *comfortable* dalam menunjang aktifitas cafe sehari-hari. *Cleaning service* bertanggung jawab kepada *owner representative*, maka kebersihan ruangan cafe harus tetap terjaga. Tugas *Cleaning Service* meliputi:

1. Mengkoordinasi dan mengawasi terhadap penataan, perawatan, kebersihan seluruh ruangan serta fasilitas usaha dan sebagainya
2. Bertanggung jawab terhadap kebersihan area usaha

h) Security atau Satpam

Satuan Pengamanan (Satpam) adalah orang yang melakukan segala usaha dan kegiatan untuk melindungi dan mengamankan lingkungan kerjanya dari setiap gangguan keamanan dan ketertiban serta pelanggaran hukum (umumnya preventif). Satpam bertanggung jawab kepada *owner representative*, sehingga semua keamanan harus selalu dikontrol. Tugas satpam meliputi:

1. Mengatur dan mengawasi jalannya operasi pengamanan secara fisik maupun non fisik
2. Mencegah kebisingan dan hal – hal yang membuat terganggunya para konsumen
3. Menjaga dan mengawasi seluruh keamanan cafe dan lingkungannya

2.5 Fasilitas yang Diberikan Kepada Konsumen

Cafe semakin berkembang, tidak hanya menjual produk makanan dan minuman, tetapi cafe berlomba-lomba memberikan fasilitas yang lengkap dan terbaik kepada pengunjung, sehingga menarik minat konsumen untuk datang ke cafe. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan cafe yang satu dengan pesaing yang lainnya. Agar dapat memberikan kemudahan, rasa, aman, dan nyaman serta pelayanan yang optimal kepada konsumen, Du Cafe menyediakan fasilitas-fasilitas sebagai berikut :

1. Tempat parkir (dengan petugas parkir)
2. Mushola untuk beribadah bagi kaum Muslim

3. Suasana cafe yang nyaman dengan konsep klasik, serta pelayanan yang baik
4. Musik, sebagai hiburan dan penambah rasa nyaman
5. Toilet bersih dan nyaman
6. Wi-fi
7. Dapat digunakan untuk rapat, gathering, perayaan ulang tahun, dan acara lain.

2.6 Daftar Menu Du Cafe Semarang

Menu yang beragam menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk mengunjungi suatu tempat makan. Begitu juga dengan Du Cafe yang menyediakan beragam pilihan makanan dan minuman dalam upaya memenuhi keinginan konsumen. Berikut merupakan daftar menu yang disediakan Du Cafe:

Tabel 2.1 Menu Makanan Du Cafe Semarang

No	Menu	Harga	
1.	Rice Bowl	Chicken Rice Bowl Sambal Matah	Rp 26.000
		Chicken Rice Bowl Teriyaki	Rp 28.000
		Cumi Rice Bowl Blackpepper	Rp 30.000
2.	Nusantara	Sego Kendil Ayam Panggang	Rp 29.000
		Sego Bakar	Rp 25.000
		Sego Burjo	Rp 12.000
		Nasi Goreng Kampung	Rp 23.000
		Nasi Goreng Ayam	Rp 23.000
		Ayam Geprek Sambal Bawang	Rp 26.000

		Nasi Ayam Goreng	Rp 25.000
		Lele Geprek Sambal Bawang	Rp 26.000
		Nasi Lele Goreng	Rp 25.000
		Nasi Sop Iga	Rp 40.000
3.	Oriental	Bakmi Ayam	Rp 23.000
		Bakmi Spesial	Rp 28.000
		Nasi Capcay	Rp. 21.000
		Mie Ayam Pangsit	Rp 23.000
4.	Western	Chicken Crispy Steak	Rp 24.000
5.	Snack	Jamur Crispy	Rp 15.000
		Terong Crispy	Rp 15.000
		French Fries	Rp 15.000
		Onion Rings	Rp 15.000
		Crispy Banana	Rp 20.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Tabel 2.2 Menu Minuman Du Café Semarang

No.		Menu	Harga
1.	Coffee	Mochaccino	Rp 25.000
		Cappuccino	Rp 22.000
		Americano	Rp 23.000
		Black Coffee Java	Rp 25.000
2.	Soft Drink	Milkshake Chocolate	Rp 18.000

		Greentea Milk	Rp 24.000
		Jeruk Jumbo	Rp 12.000
		Lychee Mojito	Rp 20.000
		Strawberry Mojito	Rp 20.000
		Vanilla Float	Rp 23.000
		Smoothies Strawberry	Rp 23.000
		Cookies and Cream	Rp 24.000
		Mineral Water	Rp 6.000
3.	Juice	Apple Juice	Rp 17.000
		Strawberry Juice	Rp 18.000
		Mix Duo Juice	Rp 24.000
4.	Squash	Lychee Squash	Rp 20.000
		Strawberry Squash	Rp. 20.000
5.	Tea	Tea	Rp 6.000
		Mint Tea	Rp 12.000
		Milk Tea	Rp 12.000
		Fussion Tea Lychee	Rp 12.000

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

2.7 Bidang Usaha Du Cafe

Du Cafe merupakan perusahaan perseorangan yang bergerak di bidang food and beverage dengan konsep cafe dan resto. Dalam hal ini segala keputusan dan kebijakan Du Cafe akan diatur langsung oleh pemilik usaha / *owner* Du Cafe. Dalam memulai

usahanya *owner* Du Cafe menawarkan konsep unik untuk konsumen, yaitu sebuah cafe yang menyatu dengan galeri mobil antik dan dilengkapi dengan *live music*. Tujuan dari konsep ini adalah sebagai upaya dalam menarik minat pengunjung untuk berswafoto sembari mencicipi makanan yang disediakan oleh Du Cafe.

2.8 Ketenagakerjaan

Dalam mendukung berjalannya Du Cafe, tenaga kerja / karyawan merupakan faktor penting yang harus ada didalamnya, karena karyawan merupakan roda penggerak dalam seluruh kegiatan di perusahaan. Du Cafe membutuhkan karyawan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya. Oleh karena itu Du Cafe memerlukan 10 karyawan yang terdiri dari :

- a. *Owner* representatif (1 orang)
- b. *Chef* (1 orang)
- c. *Cook Helper* (2 orang)
- d. *Waiter* (3 orang)
- e. *Cashier* (1 orang)
- f. *Cleaning service* (2 orang)

2.8.1 Pendidikan Karyawan

Dalam memilih karyawan yang tepat untuk tiap posisi Du Cafe memiliki syarat minimal pendidikan bagi tiap karyawannya. Berikut merupakan syarat pendidikan terakhir untuk karyawan Du Cafe :

- a. Owner representatif (D3/S1)
- b. Chef (SMK/SMA/D3)
- c. Cook Helper (SMK)
- d. Waiter (SMA/SMK)
- e. Cashier (SMA/SMK)
- f. Cleaning service (SMP/SMA)

2.8.2 Jam Kerja Karyawan

Jam kerja karyawan Du Café adalah sebagai berikut:

Jam Kerja Shift Siang	: 10.00 WIB – 17.00 WIB
Jam Kerja Shift Malam	: 17.00 WIB – 22.00 WIB

2.8.3 Sistem Penggajian dan Kesejahteraan Rocket Chicken

Dalam sistem penggajian karyawan Du Cafe Semarang akan menerima gaji yang diberikan pada tanggal 28 di setiap bulannya. Besarnya gaji yang akan di terima oleh karyawan Du Cafe Semarang akan didasari oleh posisi jabatan yang dimiliki. Oleh karena itu gaji yang akan diterima oleh tiap karyawan akan berbeda nominalnya. Selain gaji yang diterima setiap bulan oleh karyawan, Du Cafe juga memberikan tunjangan yang bertujuan untuk mensejahterakan kehidupan karyawannya, tunjangan tersebut antara lain :

- a. Tunjangan Hari Raya (THR)
- b. Tunjangan Transportasi dan Uang Makan
- c. Tunjangan Tahunan

2.9 Karakteristik Responden

Karakteristik responden disajikan untuk mengetahui data informasi terkait responden yang diteliti dalam penelitian ini. Setiap data disajikan dalam bentuk tabel-tabel yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jawaban yang telah disediakan. Responden yang diambil dalam penyusunan skripsi ini adalah konsumen Du Cafe Semarang, dengan jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 responden. Berikut adalah karakteristik konsumen Du Cafe Semarang :

2.9.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan rentang kehidupan yang dapat diukur menggunakan tahun. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, disajikan kelompok usia responden pada tabel 2.3 berikut ini :

Tabel 2.3 Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 tahun	20	20
2	21 – 30 tahun	54	54
3	31 – 40 tahun	18	18
4	41 – 50 tahun	6	6
5	> 50 tahun	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.3 diatas, mayoritas konsumen Du Cafe Semarang berada pada rentang umur 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 54% konsumen. Sedangkan responden terkecil berada pada rentang umur >50 tahun yaitu sebanyak 2% konsumen. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa Du Cafe memiliki konsumen terbanyak dengan kategori umur remaja akhir hingga dewasa awal. Hal ini sesuai dengan pangsa pasar Du Cafe yaitu siswa, mahasiswa dan komunitas.

2.9.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan bentuk fisik yang membedakan antara laki-laki dan perempuan. Dalam pengumpulan data responden jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui perbandingan jumlah antara laki-laki dan perempuan yang menjawab pertanyaan penelitian. Berikut merupakan data jumlah responden Du Cafe Semarang dilihat dari jenis kelamin responden :

Tabel 2.4 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	35
2	Perempuan	65	65
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.4 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas responden Du Cafe berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 65 orang (65%). Sementara responden laki-laki sebanyak 35 orang (35%).

2.9.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan memberikan gambaran tidak langsung mengenai sikap serta perilaku seseorang. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi maka semakin tinggi pula pengetahuannya dan pengalamannya begitu juga sebaliknya. Pendidikan terakhir merupakan tingkatan pendidikan yang telah diselesaikan oleh seseorang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut merupakan data mengenai pendidikan terakhir responden Du Cafe Semarang :

Tabel 2.5 Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	8	8
3	SMA	59	59
4	Akademi/Diploma	6	6
5	Sarjana	26	26
6	Pasca Sarjana	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, dapat diketahui bahwa sebagian besar pendidikan terakhir responden adalah SMA yaitu sebesar 59 responden (59%) dan jumlah paling sedikit adalah pendidikan terakhir pasca sarjana yaitu 1 responden (1%).

2.9.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan atau mata pencaharian memberikan pengaruh penting terhadap aktivitas seseorang dalam kesehariannya. Pekerjaan dilakukan seseorang untuk mendapatkan penghasilan. Berikut merupakan data mengenai pekerjaan responden :

Tabel 2.6 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	65	65
2	TNI/POLRI/PNS	13	13
3	Pegawai Swasta	14	14
4	Ibu Rumah Tangga	5	5
5	Lain lain	3	3
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.6 diketahui bahwa sebagian besar pekerjaan responden Du Cafe adalah Pelajar/Mahasiswa, yakni sebanyak 65 responden (65%). Sementara pekerjaan yang paling sedikit adalah ibu rumah tangga sebanyak 5 responden (5%). Selain itu terdapat pekerjaan lain-lain sebanyak 3 responden yang terdiri dari 3 wiraswasta.

2.9.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan sejumlah uang yang didapatkan seseorang yang berguna untuk membeli kebutuhannya. Jenis pekerjaan reponden yang berbeda-beda akan berpengaruh terhadap tingkat pendapatan yang berbeda. Penyajian data pendapatan ini adalah pendapatan yang diterima oleh responden yang sudah bekerja maupun uang

saku responden yang belum bekerja. Berikut merupakan data pendapatan responden konsumen Du cafe :

Tabel 2.7 Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp 1.000.000	8	8
2	Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000	51	51
3	Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000	14	14
4	≥ Rp 3.000.000	27	22
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.7 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan sebesar Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000 yaitu sebanyak 51 orang (51%). Sementara itu responden dengan pendapatan Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000 merupakan responden yang paling sedikit yakni sebanyak 14 orang (14%).

2.9.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Menu yang Sering Dibeli

Du Cafe mempunyai berbagai variasi menu makanan dan minuman yang disediakan, mulai dari menu Asian hingga Western. Berdasarkan penelitian berikut disajikan data menu yang sering dibeli oleh responden :

Tabel 2.8 Menu yang Sering Dibeli Responden

No	Jenis	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Nasi Goreng	22	22
2.	Rice Bowl	20	20
3.	Nasi Ayam Goreng	12	12
4.	Greentea Milk	9	9
5.	Coffee Latte	10	10

6.	Ayam Geprek	6	6
7.	Bakmi	2	2
8.	Chicken Crispy Steak	4	4
9.	Mochaccino	4	4
10.	Chocolate Milkshake	6	6
11.	Nasi Bakar	2	2
12.	Avocado Choco Milk	1	1
13.	Black Coffee Bali	1	1
14.	Smoothies Strawberry	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.8 diatas, dapat diketahui bahwa nasi goreng merupakan menu *favorite* di Du Cafe Semarang. Sebanyak 22 responden (22%) memilih nasi goreng sebagai menu makanan yang sering di beli. Nasi goreng memang merupakan menu *best seller* yang dimiliki oleh Du Cafe. Sedangkan untuk menu minuman *coffee latte* menjadi menu yang sering dibeli yaitu sebanyak 10 responden (10%).