

BAB II

GAMBARAN UMUM DREEPS COFFEE SEMRARANG

2.1 Gambaran Umum Dreeps Coffe Semarang

Dreeps Coffee merupakan salah satu kedai kopi modern yang berlokasi di Kota Semarang, Jawa Tengah, dan dikenal luas di kalangan anak muda sebagai tempat yang menawarkan suasana santai, nyaman, dan mendukung berbagai aktivitas sosial. Kehadiran Dreeps Coffee mencerminkan perkembangan gaya hidup masyarakat urban, khususnya generasi muda, yang menjadikan coffee shop bukan hanya sebagai tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang sosial dan ekspresi diri. Kedai ini mengusung konsep kekinian dengan desain interior yang estetik, penataan ruang yang strategis, serta fasilitas yang memadai untuk mendukung kebutuhan pengunjung yang beragam. Sebagai tempat yang mengakomodasi aktivitas seperti nongkrong, bermain game, bekerja, dan membuat konten digital, Dreeps Coffee menempati posisi penting dalam lanskap tempat berkumpul informal di wilayah perkotaan.

Secara geografis, Dreeps Coffee berlokasi di kawasan yang mudah dijangkau dan strategis di Kota Semarang. Lokasinya yang dekat dengan pusat aktivitas mahasiswa, perkantoran, dan area komersial menjadikan kedai ini mudah diakses oleh berbagai kalangan, terutama oleh anak muda yang aktif secara sosial. Salah satu karakteristik unik dari Dreeps Coffee adalah jam operasionalnya yang cukup panjang, yakni mulai pukul 11.00 WIB hingga pukul 12..00 dini hari. Hal ini memberikan fleksibilitas waktu bagi pengunjung, baik yang ingin berkunjung di

siang hari untuk mengerjakan tugas maupun di malam hari untuk bersantai bersama teman. Jam operasional yang panjang ini juga menunjukkan adanya pemahaman terhadap ritme kehidupan urban masyarakat muda yang cenderung aktif hingga larut malam.

Dari segi fasilitas, Dreeps Coffee menawarkan berbagai kelengkapan yang mendukung kenyamanan pengunjung. Salah satu fasilitas yang menjadi daya tarik tersendiri adalah keberadaan area merokok di dalam ruangan (indoor smoking area), yang dirancang agar tetap nyaman tanpa mengganggu pengunjung non-perokok. Fasilitas ini cukup jarang ditemukan di coffee shop lainnya dan menjadi nilai tambah bagi sebagian pengunjung. Selain itu, Dreeps juga menyediakan ruang-ruang yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas, seperti bermain game (baik secara digital maupun permainan papan), berswafoto, hingga membuat konten video untuk media sosial seperti TikTok dan Instagram. Kehadiran spot-spot estetik dengan pencahayaan yang baik serta desain interior yang mendukung kegiatan visual menjadikan Dreeps Coffee sebagai salah satu lokasi favorit untuk pembuatan konten digital di kalangan anak muda.

Menu yang ditawarkan oleh Dreeps Coffee juga sangat beragam dan mampu menjangkau preferensi pengunjung dari berbagai latar belakang. Menu utama tetap berfokus pada berbagai olahan kopi, mulai dari kopi espresso-based seperti Americano, Cappuccino, dan Café Latte, hingga varian kopi yang lebih ringan dan manis. Namun, Dreeps juga memberikan perhatian yang besar terhadap pengunjung yang tidak mengonsumsi kopi, dengan menyajikan berbagai pilihan minuman non-

kopi berbasis susu. Beberapa varian yang cukup diminati antara lain adalah Ice Choco Latte, Ice Redvelvet Latte, Ice Matcha Latte, dan Ice Taro Latte. Ragam minuman ini disajikan dengan tampilan yang menarik dan cita rasa yang disesuaikan dengan selera anak muda masa kini, yang cenderung menyukai minuman manis dan berwarna mencolok untuk kebutuhan visual dan pengalaman rasa.

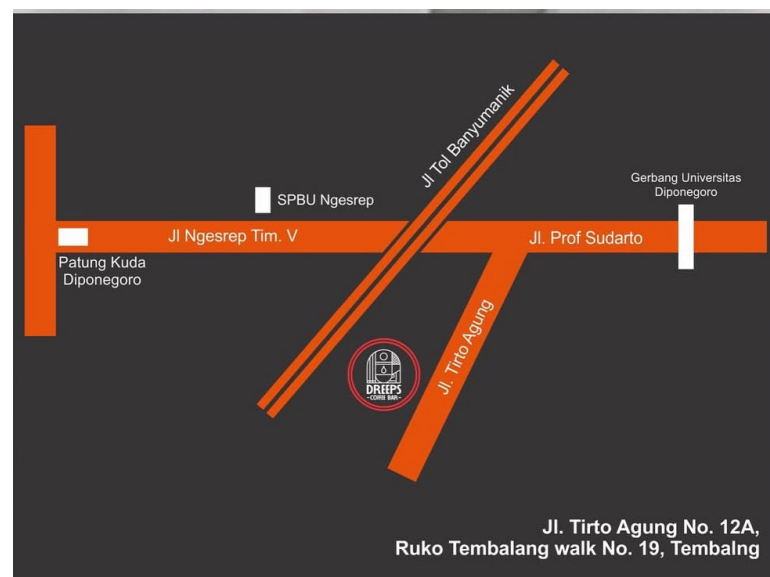
Desain interior Dreeps Coffee mengadopsi gaya modern industrial yang dipadukan dengan elemen-elemen dekoratif yang bersifat alami, seperti tanaman hias, furnitur berbahan kayu, dan pencahayaan ambient yang lembut. Kombinasi ini menciptakan atmosfer yang tenang, nyaman, sekaligus estetik, sehingga mendukung pengunjung untuk berlama-lama di dalam kedai. Tata ruang yang terbuka namun tetap privat memungkinkan pengunjung melakukan berbagai kegiatan, mulai dari bekerja dengan laptop, berdiskusi kelompok, hingga bersantai dengan mendengarkan musik. Musik yang diputar di dalam kedai juga disesuaikan dengan suasana umum yang diinginkan, yaitu rileks dan menyenangkan, tanpa mengganggu aktivitas pengunjung lainnya. Secara keseluruhan, desain dan suasana interior di Dreeps mendukung terciptanya ruang publik informal yang tidak hanya digunakan untuk konsumsi, tetapi juga sebagai tempat interaksi sosial.

Dengan mempertimbangkan seluruh aspek tersebut, Dreeps Coffee dapat dikategorikan sebagai *coffee shop* modern yang berperan penting dalam membentuk ruang sosial anak muda di Kota Semarang. Kehadirannya tidak hanya mencerminkan perubahan gaya konsumsi dan hiburan, tetapi juga menunjukkan

transformasi fungsi kedai kopi sebagai tempat bertemunya berbagai kepentingan, mulai dari rekreasi, produktivitas, hingga penciptaan konten digital. Dreeps Coffee menjadi contoh konkret bagaimana sebuah coffee shop dapat berfungsi sebagai ruang sosial alternatif yang mendukung ekspresi diri, koneksi sosial, dan aktivitas kreatif dalam konteks masyarakat urban masa kini.

2.2 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan faktor strategis yang memengaruhi operasional dan pertumbuhan bisnis. Lokasi yang tepat meningkatkan aksesibilitas bagi karyawan, pelanggan untuk berkumpul serta mendukung efisiensi layanan dan distribusi bahan baku.



Gambar 2.1 Lokasi Dreeps Coffee

Sumber: Dreeps Coffee (2023)

Dreeps Coffe terletak di Jl. Tirta Agung No.19, Pedalangan, Kec. Tembalang, Kota Semarang, Jawa Tengah 50268, Dreeps Coffe ini hanya satu dan tidak memiliki cabang lainnya di Kota Semarang. Lokasi ini dipilih secara tepat dengan pertimbangan sebagai berikut :

a. Tenaga Kerja

Dreeps Coffee menetapkan lokasinya di area padat penduduk untuk mempermudah akses tenaga kerja, sehingga lebih mudah melakukan rekrutmen karyawan sesuai kebutuhan.

b. Minat Konsumen

Dreeps Coffee berada di kawasan kampus dan pertokoan untuk menarik pelanggan, yang dimana para pelanggan mayoritas merupakan mahasiswa dan karyawan.

2.3 Visi dan Misi Dreeps Coffe Semarang

Misi dan visi adalah bagian penting dari setiap organisasi atau perusahaan, dengan berbagai tujuan yang berbeda sesuai dengan jalan yang ingin dicapai. Visi dan misi biasanya disusun saat perusahaan didirikan karena keduanya menjadi landasan utama. Oleh karena itu, peran visi dan misi sangat penting yang tentunya berlaku untuk Dreeps Coffee. Perusahaan memerlukan budaya kerja yang menjadi pedoman perilaku untuk mewujudkan visinya.

2.3.1 Visi Dreeps Coffe Semarang

Visi adalah pernyataan yang menggambarkan kondisi dan atribut yang ingin diwujudkan oleh suatu organisasi di masa depan. Pernyataan ini harus relevan dalam berbagai situasi dan fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan. Ada pun visi Deeeps Coffee Semarang yaitu :

“Menjadi *coffee shop* yang nyaman dan menjadi tempat untuk melupakan sejenak rutinitas harian yang melelahkan.”

Dreeps Coffee memiliki visi dalam meningkatkan kenyamanan suasana dan tempat bersantai di dalam maupun luar *cafe*, serta menjadi salah satu tempat untuk istirahat dari rutinitas yang *intens* bagi pelanggan Dreeps Coffee.

2.3.2 Misi Dreeps Coffe Semarang

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dilakukan oleh lembaga untuk mewujudkan visinya. Misi harus menjadi tujuan yang nyata dan dapat memberikan petunjuk garis besar tentang cara mencapainya. Ada pun visi Dreeps Coffee Semarang yaitu :

“Menjual produk kopi lokal berkualitas dengan membeli kopi dari petani lokal dengan harga lebih tinggi untuk membantu perekonomian petani lokal”

Dreeps Coffee memiliki misi untuk memberdayakan petani lokal dengan menciptakan rantai pasok kopi yang berkelanjutan, yaitu dengan membeli biji kopi

langsung dari petani pada harga yang telah ditetapkan agar dapat meningkatkan kesejahteraan mereka, sekaligus menghadirkan kopi berkualitas bagi konsumen, serta berupaya mendukung ekonomi daerah, mendorong pertanian yang etis dan ramah lingkungan.

2.4 Budaya Dreeps Coffee Semarang

Budaya organisasi di Dreeps Coffee dibangun atas fondasi nilai profesionalisme, keberlanjutan, dan pemberdayaan komunitas, yang menjadi prinsip utama dalam setiap aspek operasional dan interaksi perusahaan. Nilai-nilai ini tidak hanya dijadikan pedoman internal bagi seluruh anggota tim, tetapi juga sebagai strategi untuk menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan, mitra bisnis, dan komunitas petani kopi lokal. Berdasarkan prinsip tersebut, budaya Dreeps Coffee dapat dijabarkan dalam beberapa aspek sebagai berikut:

- Profesionalisme diterapkan melalui standar operasional yang jelas, pelatihan intensif bagi barista, dan penerapan praktik kerja yang mengutamakan ketelitian, sehingga konsistensi kualitas produk selalu terjaga.
- Keberlanjutan diwujudkan melalui pemilihan biji kopi lokal yang berkualitas dan praktik perdagangan yang adil, yang mendukung pertanian berkelanjutan serta meningkatkan kesejahteraan petani.

- Pelatihan barista yang berkesinambungan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pengetahuan kopi, sehingga setiap staf mampu menghasilkan sajian kopi yang berkualitas dan sesuai standar perusahaan.
- Standarisasi prosedur operasional yang diterapkan pada setiap tahap produksi kopi untuk menjamin konsistensi rasa dan kualitas, dari espresso hingga specialty coffee.
- Penggunaan mesin kopi dan peralatan berkualitas tinggi, yang mendukung ketelitian, efisiensi, dan profesionalisme dalam proses pembuatan kopi, sehingga hasil yang disajikan selalu memuaskan pelanggan.

Aspek pelayanan di Dreeps Coffee juga mencerminkan budaya yang menekankan interaksi yang santai serta edukatif dengan pelanggan, di mana setiap pengalaman pelanggan ditujukan agar tidak hanya menikmati kopi, tetapi juga memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru mengenai kopi lokal. Budaya ini menempatkan pelanggan sebagai bagian dari komunitas yang aktif, sehingga setiap kunjungan ke *coffee bar* menjadi interaksi sosial yang memiliki tujuan. Budaya pelayanan ini berfungsi untuk memperkuat loyalitas pelanggan dan membangun citra positif perusahaan. Penerapan budaya pelayanan dapat dijelaskan melalui beberapa poin berikut:

- Interaksi Yang Ramah dan Informatif antara barista dan pelanggan, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan edukatif.

- *Coffee bar* Yang Interaktif memungkinkan pelanggan belajar tentang proses pembuatan kopi, karakteristik biji kopi lokal, dan teknik brewing, sehingga setiap kunjungan memiliki nilai edukasi tambahan.
- Lingkungan Yang Aman dan Nyaman yang mendorong pelanggan untuk bersantai, bekerja, atau berdiskusi, menciptakan interaksi pelanggan dengan pegawai yang erat dan loyal.

Budaya yang ada di Dreeps Coffee membentuk identitas *Coffee Shop* yang kuat dan berorientasi pada kualitas, profesionalisme, dan kontribusi sosial. Budaya ini tidak hanya memberikan arah bagi kinerja internal, tetapi juga membangun hubungan yang harmonis antara pelanggan dan juga *staff* yang ada di dalam Dreeps Coffee Semarang.

2.5 Logo Dreeps Coffee Semarang

Setiap perusahaan pasti memiliki logo yang biasanya berfungsi sebagai tanda pengenal. Berikut ini adalah logo dari Dreeps Coffee Semarang :



Gambar 2.2 Logo Dreeps Coffee

Sumber : Dreeps Coffee (2023)

Dreeps Coffee memiliki identitas visual yang kuat dan mudah dikenali sebagai salah satu *Coffee Shop* yang menarik di Tembalang, Kota Semarang . Filosofi dan komitmen Dreeps Coffee terhadap kualitas diwakili oleh logo mereka lebih dari sekedar gambar. Berikut ini penjelasan makna di balik setiap elemen logo Dreeps Coffee :

a. Simbol Tetesan Kopi

Ilustrasi cangkir dan tetesan kopi menegaskan fokus utama brand pada sajian kopi berkualitas yang autentik, menghadirkan pengalaman minum kopi yang santai dan penuh karakter.

b. Elemen Mesin Kopi

Representasi elemen mesin kopi atau proses pembuatan kopi yang terstruktur. Ini menggambarkan bahwa Dreeps Coffee mengutamakan teknik brewing profesional dan konsistensi rasa yang dihasilkan dari peralatan kopi yang berkualitas.

c. Tulisan “Coffee Bar”

Tulisan “Coffee Bar” menegaskan bahwa tempat ini bukan sekadar kedai kopi, tetapi ruang interaktif layaknya bar kopi yang menghadirkan berbagai sajian kopi dengan suasana yang hidup dan ramah.

2.6 Produk

Produk adalah segala sajian yang ditawarkan kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan pengalaman terbaik, baik berupa makanan maupun minuman. Di Dreeps Coffee Semarang, setiap produk disajikan dengan perhatian pada rasa, kualitas, dan kenyamanan pelanggan. Beragam menu telah disiapkan untuk menemani waktu santai maupun aktivitas harian para pengunjung. Berikut adalah produk yang terdapat di Dreeps Coffee Semarang.

2.6.1 Coffee Based

Terdapat 8 varian macam menu *coffee based* dari Dreeps Coffee Semarang, varian *coffee based* ini disediakan oleh Dreeps Coffee dengan tujuan ditawarkan kepada penikmat kopi di Dreeps Coffee, yakni :



Gambar 2.3 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

1. Es Kopi Susu Klasik

Varian ini salah satu menu favorit yang ada di Dreeps Coffee karena rasa dari kopi yang diberikan tidak terlalu kuat, serta dibuat dengan komposisi espresso, susu UHT full cream, es batu, dan gula aren yang telah dicairkan.



Gambar 2.4 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

2. Es Kopi Susu Kampung

Varian es kopi susu kampung sendiri memiliki rasa yang lebih sederhana karena komposisi yang digunakan berupa espresso, SKM (susu kental manis), es batu, dan susu UHT full cream.



Gambar 2.5 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

3. Es Kopi Susu Karamel

Varian ini memiliki citra rasa karamel yang cukup kuat karena menggunakan komposisi seperti espresso yang berasal dari biji kopi robusta, susu UHT full cream, es batu, dan pemanis sirup karamel.



Gambar 2.6 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

4. Es Kopi Susu *Hazelnut*

Varian yang didominasi dari es kopi susu *hazelnut* memiliki rasa kacang yang kuat dengan komposisi berupa espresso dari biji kopi robusta, *Fresh Milk* (susu segar), es batu, dan juga dengan sirup hazelnut.



Gambar 2.7 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

5. Es Kopi Susu *Vanilla*

Varian dalam kopi susu vanilla memiliki rasa dan aroma yang didominasi oleh vanilla itu sendiri yang membuat rasa kopi yang dihadirkan tidak terlalu kuat, komposisi yang digunakan berupa espresso, susu UHT full cream, es batu, dan juga sirup vanilla.



Gambar 2.8 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

6. Es Americano

Untuk varian es americano memiliki rasa yang berbeda dikarenakan tidak menggunakan campuran bahan seperti pemanis serta susu UHT, komposisi yang digunakan dalam es americano itu sendiri hanya menggunakan espresso, air mineral, dan es batu.



Gambar 2.9 Produk Dreeps Coffee *Coffe Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

7. Es Kopi Susu *Butterscotch*

Varian es kopi ini didominasi oleh aroma *buttery* yang cukup kuat dan memberikan rasa kopi yang kuat karena perpaduan dari bahan komposisi berupa espresso, *Fresh Milk* (susu segar), es batu, dan juga sirup *butterscotch*.

2.6.2 Frappe

Terdapat 4 macam varian Frappe ditujukan kepada konsumen yang memiliki penyakit asam lambung dan tidak menyukai kopi, maka dari itu Dreeps Coffee menyediakan varian frappe, yakni :



Gambar 2.10 Produk Dreeps Coffee Frappe

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

1. Cookies n Cream Frappe

Varian frappe cookies n cream dibuat dari campuran *Fresh Milk*, es batu, biskuit Oreo, dan sedikit gula atau krimer untuk menambah rasa *creamy*. Semua bahan diblender hingga halus bersama satu scoop es krim vanilla untuk tekstur lebih kasar. Setelah di belender kemudian dituangkan ke gelas dan diberi topping whipped cream. Terakhir, ditaburi remahan Oreo sebagai pelengkap rasa dan tampilan.



Gambar 2.11 Produk Dreeps Coffee Frappe

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

2. Choco Blast Frappe

Kandungan yang ada di dalam varian ini memiliki rasa coklat yang dominan dan *creamy*. Choco Blast Frappe dibuat dari campuran susu dingin, es batu, bubuk coklat, dan coklat leleh untuk rasa yang lebih pekat. Semua bahan diblender hingga lembut bersama sedikit gula atau sirup coklat. Minuman kemudian dituangkan ke gelas dan diberi topping whipped cream. Terakhir, disiram lagi dengan saus coklat.



Gambar 2.12 Produk Dreeps Coffee Frappe

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

3. Strawberry Frappe

Varian ini mengandung kalori yang cukup tinggi karena kandungan komposisi yang digunakan dan dibuat dengan campuran *Fresh Milk*, es batu, dan puree stroberi sebagai bahan utamanya. Semua bahan diblender hingga halus bersama sedikit gula atau sirup strawberry untuk memperkuat rasa. Minuman lalu dituangkan ke gelas dan diberi topping whipped cream. Terakhir, ditambah saus atau potongan stroberi



Gambar 2.13 Produk Dreeps Coffee Frappe

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

4. Greentea Frappe

Rasa yang diberikan dari varian green tea frappe berupa rasa yang green tea yang kuat serta memiliki aroma yang nikmat yang memberikan kesegaran yang berbeda dari varian lainnya. Dibuat dari campuran susu dingin, es batu, dan bubuk green tea agar rasa tehnya kuat dan aromatik. Semua bahan diblender hingga halus bersama sedikit gula atau sirup untuk menyeimbangkan rasa. Minuman kemudian dituangkan ke gelas dan diberi topping whipped cream.

2.6.3 Milk Based

Terdapat 3 varian *milk based* pada Dreeps Coffee yang memiliki perbedaan cara pembuatan dan komposisi dengan varian Frappe, karena varian Milkbased dibuat dengan bahan dasar utama susu dan espresso, varian Milkbased ini ditujukan

kepada konsumen Dreeps Coffee dengan tujuan konsumen yang ingin menikmati minuman dengan rasa yang berbeda dari varian *Coffee Based* sebelumnya , yakni :



Gambar 2.14 Produk Dreeps Coffee *Milk Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

1. Ice Chocolate Latte

Pada varian *Ice Chocolate Latte* memiliki rasa dari perpaduan susu dan coklat serta campuran espresso yang tidak terlalu kuat, sehingga memberikan rasa kesegaran. Varian ini dibuat dengan komposisi *Fresh Milk*, coklat bubuk, espresso, es batu, dan es batu.



Gambar 2.15 Produk Dreeps Coffee *Milk Based*

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

2. *Ice Red Velvet Latte*

Varian ini memberikan rasa *creamy* yang kuat serta tetap memiliki rasa kopi, varian ini dibuat dengan komposisi berupa *Fresh milk*, bubuk red velvet, es batu dan espresso. Perpaduan yang diberikan memberikan rasa *creamy* yang kuat, namun tidak menghilangkan rasa kopi yang diberikan.



Gambar 2.16 Produk Dreeps Coffee Frappe

Sumber : Dreeps Coffee (2025)

3. *Ice Matcha Latte*

Varian Ice Matcha Latte memiliki rasa yang berbeda dari varian sebelumnya, karena memiliki rasa sedikit pahit serta *creamy* dan aroma Matcha yang kuat. Varian ini memiliki komposisi berupa bubuk matcha yang telah dilarutkan dengan air panas, *Fresh Milk*, espresso.

2.6.4 Snack

Terdapat 3 jenis snack yang disediakan oleh Dreeps Coffee dengan tujuan sebagai pelengkap minuman coffee maupun non-coffe untuk mengganjal perut, yaitu :

1. French Fries

Varian French Fries ini memiliki kandungan kalori yang cukup tinggi karena memiliki kandungan karbohidrat yang baik untuk tubuh, varian ini dibuat dengan komposisi berupa kentang yang dipotong panjang maupun tipis , diberikan tepung maizena sebagai pelapis kentang goreng dan digoreng hingga matang menggunakan minyak goreng panas dan disajikan dengan campuran bubuk lada hitam dan garam.

2. Minipao Coklat

Varian ini berbeda dengan varian sebelumnya karena rasa coklat yang disajikan memiliki rasa manis dan tetap renyah karena digoreng pada minyak panas.

3. Mix Platter

Varian Mix Platter menjadi salah satu menu favorit pada Dreeps Coffee karena memiliki komposisi yang berbagai macam berupa sosis yang digoreng, kentang goreng, sayap ayam, dan *onion ring*, serta ditemani dengan saus dan juga mayonise sebagai pelengkap pada varian ini.

2.7 Identitas Reponden

Mengenai latar belakang para responden yang menjadi sampel mencakup berbagai elemen. Hal ini mencakup data tentang usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, lokasi tinggal, dan pengeluaran bulanan. Dalam total, terdapat 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Mereka adalah individu yang

berusia 17 tahun ke atas, pernah berkunjung ke Dreeps Coffee seridaknya 2 kali, dan pernah berkunjung ke Dreeps Coffee dalam kurun 3 bulan terakhir.

2.7.1 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Informasi yang termuat dalam kategori ini dimaksudkan untuk memahami aktivitas harian yang tengah dilakukan saat ini. Hal ini memiliki dampak terhadap akuisisi produk Dreeps Coffee. Data di bawah ini merujuk pada pekerjaan yang dilakukan oleh para responden.

Tabel 2.1 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	2	2
2	Mahasiswa	57	57
3	Karyawan Swasta	24	24
4	Karyawan BUMN	9	9
5	Wiraswasta	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2.1 diketahui bahwa jenis pekerjaan yang paling dominan adalah mahasiswa dengan jumlah 57 responden (57%) karena Dreeps Coffee terletak di daerah per-kampusan sehingga mahasiswa cenderung memilih Dreep Coffee menjadi pilihan untuk mengerjakan tugas maupun menjadi tempat nongkrong. Kelompok berikutnya adalah karyawan swasta sebanyak 24 responden (24%) memilih Dreeps Coffee menjadi tempat istirahat untuk sekedar bersantai dan meminum kopi setelah jam makan siang. Selanjutnya terdapat karyawan BUMN dengan jumlah 9 responden (9%) serta wiraswasta sebanyak 8 responden (8%).

Sementara itu, responden dengan pekerjaan pelajar berjumlah 2 orang (2%). Dengan demikian, mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa.

2.7.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Usia ialah suatu hal yang mampu memengaruhi tingkat kesiapan seseorang dan usia responden juga akan memengaruhi jawaban yang terdapat dalam sebuah penelitian. Tabel berikut menyajikan data berdasarkan usia pada responden yang terlibat dalam penelitian.

Tabel 2.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	$\geq 17 - 23$	52	52
2	$> 24 - 29$	40	40
3	≥ 30	8	8
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa kelompok usia yang paling dominan adalah usia 17–22 tahun dengan jumlah sebanyak 52 responden (52%) dikarenakan pada umur tersebut merupakan mahasiswa yang sedang melakukan perkuliahan di lingkungan Dreeps Coffee Semarang. Kelompok usia 22–28 tahun berada pada posisi berikutnya dengan 40 responden (40%) sebagai mayoritas responden kedua karena pada umur tersebut merupakan para karyawan swasta maupun BUMN yang berkerja di sekitar Dreeps Coffee. Sementara itu, kelompok usia ≥ 28 tahun berjumlah 8 responden (8%) menjadi minoritas karena minimnya usia tersebut bersantai di *coffee shop*..

2.7.3 Komposisi Responden Berdasarkan Gender

Kategori jenis kelamin pada penelitian ini terbagi menjadi 2 kategori, yaitu laki laki dan perempuan. Hasil dari penelitian ini mampu mengumpulkan responden dengan pengelompokan jenis kelamin seperti yang dapat dilihat pada tabel 2.3. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan perempuan.

Tabel 2.3 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Populasi (%)
1	Laki - laki	59	59
2	Perempuan	41	41
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.3 diketahui bahwa mayoritas responden adalah Laki – laki dengan 59 responden (59%) dikarenakan ruangan yang disediakan oleh Dreeps Coffee lebih cocok dijadikan tempat nongkrong, bermain game, dan mobilitas yang lebih tinggi pada saat malam hari, sedangkan responden Wanita tergolong lebih rendah sebanyak 41 (41%) dikarenakan frekuensi konsumsi kopi lebih rendah dan mobilitas pada malam hari lebih rendah karena mempertimbangkan faktor keamanan dan kenyamanan.

2.7.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang dimasukkan dalam studi ini adalah tingkat pendidikan yang paling akhir ditempuh oleh partisipan. Informasi mengenai pendidikan terakhir responden bisa ditemukan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SMA	45	45
2	Diploma	18	18
3	Sarjana S-1	30	30
4	Sarjana S-2	7	7
5	Sarjana S-3	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 2.4, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden didominasi oleh lulusan SMA dengan jumlah 45 responden (45%) karena pada saat kondisi saat ini lulusan SMA sedang menempuh jenjang perkuliahan yang dimana Dreeps Coffee berlokasi di daerah kampus/perkuliahan. Selanjutnya, responden dengan pendidikan Sarjana S-1 berjumlah 30 responden (30%). Pendidikan Diploma berada pada urutan berikutnya dengan 18 responden (18%). Sementara itu, responden dengan pendidikan Sarjana S-2 berjumlah 7 responden (7%).

2.7.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan Per-Bulannya

Jumlah yang diacu dalam studi ini ialah jumlah uang yang termasuk pendapatan oleh para responden tiap bulannya untuk memenuhi keinginan serta keperluan mereka sehari-hari. Data yang mengenai rata-rata pengeluaran bulanan para responden adalah sebagai berikut:

Tabel 2.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulannya

No.	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
1	$\leq$ Rp 500.000	9	9
2	$>$ Rp 500.000 – Rp 1.000.000	11	22
3	$>$ Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	6	6
4	$>$ Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000	16	14
5	$\geq$ Rp 2.000.000	58	58
Jumlah		100	100

Sumber: data Primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.5 diketahui bahwa kelompok pengeluaran bulanan yang paling dominan adalah responden dengan pengeluaran $\geq$ Rp 2.000.000, yaitu sebanyak 58 responden (58%) karena mayoritas dengan pengeluaran bulanan sebanyak itu dapat memenuhi gaya hidup atau kemauan yang di inginkan oleh responden tersebut. Kelompok berikutnya adalah responden dengan pengeluaran $>$ Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000 yang berjumlah 16 responden (16%) lebih rendah dari mayoritas responden sebelumnya dikarenakan perbedaan pengeluaran terbilang banyak dan kurang sesuai dengan gaya hidup responden tersebut. Sementara itu, responden dengan pengeluaran $>$ Rp 500.000 – Rp 1.000.000 tercatat sebanyak 11 orang (11%), diikuti oleh kelompok pengeluaran $\leq$ Rp 500.000 dengan 9 responden (9%). Adapun kelompok pengeluaran $>$ Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000 merupakan yang paling sedikit, yaitu 6 responden (6%).