# BAB 2
# DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

## 2.1 Gambaran Umum dan Sejarah Perusahaan

Cafe Rona Kota Serang merupakan unit usaha yang bergerak di bidang jasa kuliner, khususnya Cafe dan kedai kopi, yang berlokasi di Kota Serang, Provinsi Banten. Cafe ini menyediakan berbagai produk berupa minuman berbasis kopi, minuman non-kopi, serta makanan pendamping yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan rekreasi pelanggan. Keberadaan Cafe Rona Kota Serang tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan fungsional konsumen, tetapi juga pada penciptaan nilai tambah melalui suasana dan pelayanan yang mendukung kenyamanan pelanggan.Dalam menjalankan aktivitas usahanya, Cafe Rona Kota Serang mengusung konsep Cafe modern dengan penataan ruang yang dirancang untuk menciptakan suasana yang nyaman, santai, dan kondusif bagi pelanggan. Konsep tersebut diterapkan sebagai upaya untuk memberikan pengalaman berkunjung yang positif, sehingga pelanggan tidak sekadar menikmati produk yang ditawarkan, tetapi juga merasakan kenyamanan lingkungan dan kualitas interaksi pelayanan. Dengan demikian, Cafe Rona Kota Serang berperan sebagai ruang sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antarindividu serta pembentukan pengalaman yang berkesan.

Cafe Rona Kota Serang mulai beroperasi dan dikenal oleh masyarakat sekitar sejak sekitar tahun 2021. Pendirian Cafe ini dilatarbelakangi oleh

meningkatnya perkembangan industri Cafe dan gaya hidup masyarakat perkotaan yang menjadikan Cafe sebagai tempat berkumpul, berdiskusi, maupun menghabiskan waktu luang. Sejak awal berdirinya, Cafe Rona Kota Serang berupaya membangun citra sebagai Cafe lokal yang mampu bersaing melalui kualitas produk, pelayanan yang ramah, serta suasana yang mendukung kenyamanan pelanggan.Seiring dengan perkembangan usaha, Cafe Rona Kota Serang secara berkelanjutan melakukan berbagai upaya peningkatan, baik dari segi variasi menu, kualitas pelayanan, maupun pengelolaan lingkungan Cafe. Upaya tersebut dilakukan sebagai bentuk respons terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan yang dinamis, serta sebagai strategi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan yang tercipta diharapkan mampu mendorong terjadinya kunjungan ulang dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap Cafe Rona Kota Serang.

Berdasarkan karakteristik tersebut, Cafe Rona Kota Serang dapat dikategorikan sebagai usaha Cafe yang menerapkan pendekatan pemasaran berbasis pengalaman pelanggan. Aktivitas pemasaran dan operasional yang dijalankan tidak hanya menitikberatkan pada aspek produk, tetapi juga pada penciptaan pengalaman secara menyeluruh yang dirasakan pelanggan selama berkunjung. Oleh karena itu, Cafe Rona Kota Serang dinilai relevan untuk dijadikan sebagai objek penelitian dalam kajian pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

## 2.2 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran operasional serta perkembangan usaha. Pemilihan lokasi yang tepat akan memberikan kemudahan akses bagi pelanggan, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendukung efisiensi dalam pelayanan. Selain itu, lokasi yang strategis juga dapat menjadi daya tarik tersendiri dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Lokasi perusahaan merupakan salah satu faktor strategis yang memiliki peran penting dalam mendukung kelancaran operasional serta perkembangan usaha. Pemilihan lokasi yang tepat akan memberikan kemudahan akses bagi pelanggan, meningkatkan visibilitas usaha, serta mendukung efisiensi dalam pelayanan. Selain itu, lokasi yang strategis juga dapat menjadi daya tarik tersendiri dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

Cafe Rona Kota Serang berlokasi di kawasan Citraland Serang, Kota Serang, Provinsi Banten. Kafe ini berada di lingkungan yang berkembang dengan pesat dan dikelilingi oleh kawasan permukiman, institusi pendidikan, serta area komersial lainnya. Lokasi ini dipilih dengan mempertimbangkan berbagai aspek strategis yang mendukung keberlangsungan usaha, di antaranya sebagai berikut:

a. **Fasilitas Transportasi**

Cafe Rona Kota Serang terletak di lokasi yang mudah diakses baik menggunakan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Akses jalan yang memadai serta posisi yang berada di kawasan perkotaan memudahkan pelanggan untuk menjangkau lokasi kafe tanpa hambatan yang berarti.

b. **Tenaga Kerja**

Lokasi Cafe Rona Kota Serang berada di area yang cukup padat penduduk, sehingga memudahkan dalam memperoleh tenaga kerja. Ketersediaan sumber daya manusia yang cukup menjadi faktor pendukung dalam menjalankan operasional kafe secara efektif dan efisien.

c. **Minat Konsumen**

Cafe Rona Kota Serang berada di kawasan yang dekat dengan perumahan, kampus, dan pusat aktivitas masyarakat. Hal ini menjadikan kafe memiliki potensi pasar yang tinggi, terutama dari kalangan mahasiswa, pelajar, serta masyarakat umum yang membutuhkan tempat untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul.

## 2.3 Visi Misi Perusahaan

Visi dan misi pada Cafe Rona Kota Serang memiliki fungsi penting sebagai pedoman dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Visi memberikan arah dan tujuan jangka panjang perusahaan, sedangkan misi menjadi langkah-langkah strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Selain itu, visi dan misi juga berperan dalam membantu pengambilan keputusan, membangun citra usaha, meningkatkan kualitas pelayanan, serta menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan

adanya visi dan misi yang jelas, Cafe Rona Kota Serang dapat menjalankan usahanya secara lebih terarah, efektif, dan berdaya saing.

### 2.3.1 Visi Cafe Rona

Cafe Rona Kota Serang memiliki visi untuk menjadi Cafe pilihan utama di Kota Serang yang mampu menghadirkan pengalaman kuliner yang unik, nyaman, dan berkesan melalui penyajian produk berkualitas, pelayanan yang prima, serta suasana yang inovatif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

### 2.3.2 Misi Cafe Rona

Untuk mewujudkan visi tersebut, Cafe Rona Kota Serang berkomitmen untuk menyediakan berbagai makanan dan minuman dengan kualitas terbaik, cita rasa yang konsisten, serta harga yang terjangkau bagi berbagai kalangan. Selain itu, Cafe ini berupaya menciptakan suasana yang nyaman dan estetik sehingga dapat mendukung berbagai aktivitas pelanggan, baik untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul bersama. Cafe Rona Kota Serang juga berfokus pada pemberian pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional guna meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Dalam menjalankan operasionalnya, Cafe ini mengembangkan konsep experiential marketing melalui desain interior, suasana, serta interaksi pelayanan yang mampu memberikan pengalaman berbeda bagi setiap pelanggan. Selain itu, Cafe Rona Kota Serang memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai sarana promosi dan komunikasi yang efektif, serta berupaya menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui berbagai program loyalitas. Di

sisi lain, Cafe ini juga berkomitmen untuk berkontribusi terhadap perekonomian lokal dengan membuka lapangan kerja dan mendukung penggunaan produk lokal.

**2.4 Budaya Cafe Rona**

Budaya organisasi merupakan salah satu elemen penting dalam mendukung keberhasilan operasional dan keberlanjutan suatu usaha, termasuk pada sektor bisnis kuliner seperti Cafe Rona Kota Serang. Budaya organisasi di Cafe Rona Kota Serang dibangun berdasarkan nilai-nilai yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, serta penciptaan pengalaman yang berkesan bagi setiap pengunjung. Hal ini sejalan dengan konsep pemasaran modern yang menekankan pentingnya pengalaman pelanggan (*customer experience*) dalam menciptakan loyalitas.

Dalam implementasinya, Cafe Rona Kota Serang mengedepankan budaya pelayanan prima (*service excellence*), di mana setiap karyawan dituntut untuk bersikap ramah, sopan, responsif, dan profesional dalam melayani pelanggan. Sikap ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga untuk menciptakan hubungan emosional yang positif sehingga pelanggan merasa dihargai dan nyaman selama berada di Cafe. Budaya pelayanan ini menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas.

Selain itu, Cafe Rona Kota Serang juga menanamkan budaya kerja sama tim (*teamwork*) yang kuat antar karyawan. Setiap individu diharapkan mampu bekerja secara kolaboratif, saling membantu, serta memiliki rasa tanggung jawab terhadap

tugas dan peran masing-masing. Dengan adanya kerja sama yang baik, operasional Cafe dapat berjalan lebih efektif dan efisien, serta mampu memberikan pelayanan yang konsisten kepada pelanggan.

Budaya inovasi juga menjadi bagian penting dalam pengembangan Cafe Rona Kota Serang. Cafe ini secara aktif berupaya mengikuti tren dan kebutuhan pasar dengan menghadirkan konsep interior yang estetik, menu yang variatif, serta suasana yang nyaman dan menarik. Inovasi ini tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup cara penyajian, pelayanan, serta pemanfaatan teknologi dan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. Dengan demikian, Cafe mampu menciptakan pengalaman unik yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Di sisi lain, Cafe Rona Kota Serang menjunjung tinggi nilai kedisiplinan dan tanggung jawab dalam menjalankan operasional usaha. Setiap karyawan diharapkan mematuhi standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan, termasuk dalam hal kebersihan, kualitas produk, serta konsistensi pelayanan. Budaya kebersihan dan kualitas menjadi prioritas utama, mengingat hal tersebut sangat berpengaruh terhadap persepsi dan kepercayaan pelanggan terhadap Cafe.

Lebih lanjut, Cafe Rona Kota Serang juga mengembangkan budaya adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, Cafe dituntut untuk mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren, preferensi konsumen, serta perkembangan

teknologi. Oleh karena itu, budaya fleksibilitas dan keterbukaan terhadap perubahan menjadi nilai yang terus dikembangkan dalam organisasi.

Secara keseluruhan, budaya organisasi yang diterapkan di Cafe Rona Kota Serang tidak hanya berfungsi sebagai pedoman perilaku bagi karyawan, tetapi juga sebagai strategi dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Budaya yang berorientasi pada pelayanan, inovasi, kerja sama, dan kualitas ini diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan serta membangun loyalitas pelanggan secara berkelanjutan, sehingga mendukung pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang.

## 2.5 Logo Cafe Rona

Setiap perusahaan pasti memiliki logo yang biasanya berfungsi sebagai tanda pengenal. Berikut ini adalah logo dari Cafe Rona Kota Serang :




***Gambar 2 1 Logo Cafe Rona***

Sumber : Manajemen Cae Rona Serang 2025

Logo Cafe Rona Kota Serang yang menampilkan tulisan “KOPI RONA” dengan desain sederhana dan elegan memiliki makna yang mencerminkan identitas serta karakter usaha. Penggunaan kata “KOPI” menunjukkan fokus utama Cafe sebagai penyedia minuman kopi yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan.

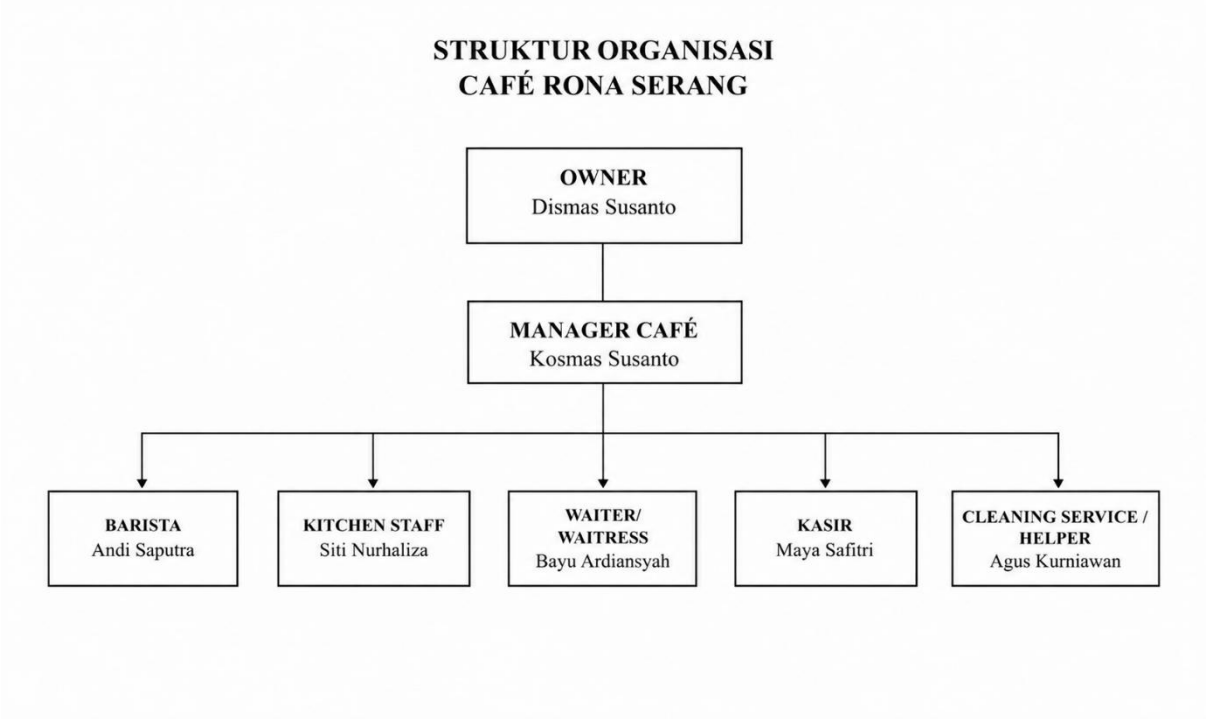
Sementara itu, kata “RONA” secara filosofis dapat diartikan sebagai suasana, warna, atau nuansa, yang menggambarkan pengalaman dan atmosfer yang ingin diciptakan oleh Cafe bagi setiap pengunjung.

Dari segi desain, penggunaan tipografi yang minimalis dan modern mencerminkan konsep Café yang sederhana namun tetap berkelas. Huruf yang tegas dan bersih menunjukkan profesionalitas serta konsistensi dalam memberikan pelayanan dan kualitas produk. Selain itu, elemen lengkungan pada huruf “R” memberikan kesan dinamis dan ramah, yang melambangkan keterbukaan serta kenyamanan bagi pelanggan.

Secara keseluruhan, logo Cafe Rona Kota Serang tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual, tetapi juga sebagai representasi dari nilai-nilai perusahaan, yaitu menghadirkan pengalaman menikmati kopi dalam suasana yang nyaman, estetik, dan berkesan. Logo ini menjadi simbol yang memperkuat citra Cafe sebagai tempat yang tidak hanya menyediakan produk, tetapi juga pengalaman bagi pelanggan.

### 2.6 Struktur Organisasi

Cafe Rona Kota Serang menggunakan struktur organisasi fungsional. Cafe Rona Kota Serang melakukan pembagian tugas dan tanggung jawab berdasarkan fungsi kerja masing-masing dalam kegiatan operasional cafe. Struktur organisasi ini bertujuan untuk mempermudah koordinasi, pengawasan, serta meningkatkan efisiensi kerja pada setiap bagian. Berikut merupakan struktur organisasi Cafe Rona Kota Serang.




Sumber : Manajemen Cafe Rona Serang

Setiap karyawan di Cafe Rona Kota Serang memiliki tugas dan tanggung jawab yang terstruktur sesuai dengan posisi masing-masing. Deskripsi jabatan dibuat untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai tugas, wewenang, dan tanggung jawab dalam kegiatan operasional Cafe. Pembagian tugas yang sistematis diharapkan dapat meningkatkan koordinasi kerja, efektivitas operasional, kualitas pelayanan kepada pelanggan, serta mendukung pengembangan kemampuan karyawan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Berikut merupakan deskripsi jabatan pada Cafe Rona Kota Serang :

**a. Owner**

Owner merupakan pemilik sekaligus pihak yang memiliki wewenang tertinggi dalam pengelolaan Cafe Rona Kota Serang. Owner bertanggung jawab

dalam menentukan kebijakan umum perusahaan, pengembangan usaha, pengambilan keputusan strategis, serta melakukan pengawasan terhadap keseluruhan aktivitas operasional Cafe.

**b. Manager Cafe**

Manager Cafe bertanggung jawab secara langsung kepada owner dalam mengelola dan mengawasi kegiatan operasional harian Cafe. Manager memiliki tugas untuk mengoordinasikan seluruh karyawan, memastikan kualitas pelayanan kepada pelanggan, mengontrol persediaan bahan baku, menjaga kualitas produk, serta memastikan kegiatan operasional berjalan secara efektif dan efisien.

**c. Barista**

Barista bertugas menyiapkan dan menyajikan berbagai jenis minuman sesuai dengan standar operasional Cafe. Selain itu, barista juga bertanggung jawab menjaga konsistensi kualitas rasa, kebersihan area bar, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

**d. Kitchen Staff**

Kitchen Staff memiliki tanggung jawab dalam proses pengolahan dan penyajian makanan. Tugas utama meliputi persiapan bahan baku, pengolahan makanan sesuai standar Cafe, menjaga kualitas produk makanan, serta menjaga kebersihan dan higienitas area dapur.

**e. Waiter/Waitress**

Waiter/Waitress bertugas memberikan pelayanan secara langsung kepada pelanggan, mulai dari menerima pesanan, menyajikan makanan dan minuman, hingga memastikan kenyamanan pelanggan selama berada di Cafe Rona Kota Serang.

**f. Kasir**

Kasir bertanggung jawab dalam melaksanakan proses transaksi pembayaran pelanggan, pencatatan transaksi harian, serta membantu pengelolaan administrasi keuangan Cafe secara sederhana dan tertib.

**g. Cleaning Service/Helper**

Cleaning Service atau Helper bertugas menjaga kebersihan dan kerapihan seluruh area Cafe, baik area pelayanan maupun area operasional, sehingga tercipta lingkungan Cafe yang bersih, nyaman, dan kondusif bagi pelanggan maupun karyawan.

## 2.7 Identitas Responden

Identitas responden pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan karakteristik responden serta objek penelitian yang berasal dari hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan Cafe Rona Kota Serang. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian dan berkunjung ke Cafe Rona Kota Serang minimal dua kali.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden pelanggan Cafe Rona Kota Serang. Proses pengumpulan data dilakukan secara langsung maupun melalui media online guna mempermudah responden dalam memberikan jawaban terhadap pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dalam kurun waktu tertentu agar responden dapat mengisi jawaban secara tepat dan cermat sesuai dengan pengalaman mereka selama berkunjung ke Cafe Rona Kota Serang.

Dalam proses pengisian kuesioner, responden diarahkan untuk mengisi identitas responden serta memberikan penilaian terhadap indikator-indikator variabel penelitian yang meliputi experiential marketing, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Jawaban dari setiap pernyataan pada kuesioner dinilai menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5. Data yang diperoleh kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah proses analisis dan interpretasi hasil penelitian.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 pelanggan dengan karakteristik yang beragam sehingga memungkinkan adanya perbedaan persepsi pada masing-masing responden. Pengisian identitas responden meliputi nama, usia, jenis kelamin, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan ke Cafe Rona Kota Serang. Selanjutnya, responden diminta untuk memberikan jawaban atas pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indikator penelitian sesuai dengan pengalaman mereka sebagai pelanggan Cafe Rona Kota Serang.

### 2.7.1 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pelanggan Cafe Rona Kota Serang yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki jenis kelamin yang beragam. Berikut data responden berdasarkan jenis kelamin.

**Table 2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| Pria | 40 | 40% |
| Wanita | 60 | 60% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin wanita merupakan kelompok yang dominan dengan jumlah sebanyak 60 responden (60%), sedangkan responden pria berjumlah 40 responden (40%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

### 2.7.2 Komposisi Responden Berdasarkan Usia

Pelanggan Cafe Rona Kota Serang memiliki rentang usia yang beragam. Berikut data responden berdasarkan usia.

**Table 2.2 Responden Berdasrkan Usia**

| Usia | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| >17 tahun | 0 | 0% |
| 18–23 tahun | 47 | 47% |
| 24–29 tahun | 33 | 33% |
| 30–34 tahun | 19 | 19% |
| ≥ 35 tahun | 1 | 1% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa usia responden yang dominan adalah 18–23 tahun dengan jumlah sebanyak 47 responden (47%). Selanjutnya, responden usia 24–29 tahun berjumlah 33 responden (33%), usia 30–35 tahun sebanyak 19 responden (19%), dan usia ⩾ 36 tahun sebanyak 1 responden (1%). Sementara itu, tidak terdapat responden dengan usia di bawah 17 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang berasal dari kelompok usia muda.

### 2.7.3Komposisi Responden Berdasarkan Domisili

Responden dalam penelitian ini berasal dari domisili yang berbeda. Berikut data responden berdasarkan domisili.

**Table 2.3 Responden Berdasarkan Domisili**

| Domisili | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| Serang Barat | 51 | 51% |
| Serang Timur | 49 | 49% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden yang berdomisili di Serang Barat berjumlah 51 responden (51%), sedangkan responden yang berdomisili di Serang Timur berjumlah 49 responden (49%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Cafe Rona Kota Serang berasal dari berbagai wilayah di Kota Serang dengan jumlah yang relatif seimbang.

### 2.7.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pelanggan Cafe Rona Kota Serang memiliki latar belakang pekerjaan yang beragam. Berikut data responden berdasarkan pekerjaan.

**Table 2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| Pekerjaan | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| Pelajar/Mahasiswa | 43 | 43% |
| Pegawai Swasta | 42 | 42% |
| Wirausaha | 14 | 14% |
| Lainnya | 1 | 1% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa merupakan kelompok yang dominan dengan jumlah sebanyak

43 responden (43%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 42 responden (42%), responden dengan pekerjaan wiraswasta sebanyak 14 responden (14%), dan kategori lainnya sebanyak 1 responden (1%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta.

### 2.7.5 Komposisi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendapatan yang berbeda-beda. Berikut data responden berdasarkan pendapatan per bulan.

**Table 2 5 Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan**

| Pendapatan | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| ≤ Rp2.000.000 | 23 | 23% |
| Rp2.000.001 – Rp3.000.000 | 36 | 36% |
| Rp3.000.001 – Rp5.000.000 | 24 | 24% |
| ≥ Rp5.000.001 | 17 | 17% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden dengan pendapatan Rp2.000.001–Rp3.000.000 merupakan kelompok yang dominan dengan jumlah sebanyak 36 responden (36%). Selanjutnya, responden dengan pendapatan Rp3.000.001 – Rp5.000.000 berjumlah 24 responden (24%), responden dengan pendapatan kurang dari Rp2.000.000 sebanyak 23 responden (23%), dan responden dengan pendapatan ⩾ Rp5.000.001 sebanyak 17 responden (17%). Hal ini

menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang memiliki tingkat pendapatan menengah.

### 2.7.6 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pelanggan Cafe Rona Kota Serang memiliki tingkat pendidikan terakhir yang beragam. Berikut data responden berdasarkan pendidikan terakhir.

**Table 2 6 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| Pendidikan | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| SMA | 59 | 59% |
| Diploma | 7 | 7% |
| S-1 | 34 | 34% |
| Lainnya | 0 | 0% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SMA merupakan kelompok yang dominan dengan jumlah sebanyak 59 responden (59%). Selanjutnya, responden dengan pendidikan terakhir S1 berjumlah 34 responden (34%), diploma sebanyak 7 responden (7%), sedangkan kategori lainnya tidak memiliki responden. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang memiliki tingkat pendidikan SMA.

### 2.7.7 Komposisi Responden Berdasarkan Status Marital

Responden dalam penelitian ini memiliki status marital yang berbeda-beda. Berikut data responden berdasarkan status marital.

**Table 2 7 Responden Berdasarkan Status Marital**

| Status | Frekuensi | Presentsase |
|---|---|---|
| Menikah | 25 | 25% |
| Belum Menikah | 75 | 75% |
| **Total** | **100** | **100%** |

Sumber: Data Primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel diketahui bahwa responden dengan status belum menikah merupakan kelompok yang dominan dengan jumlah sebanyak 75 responden (75%), sedangkan responden dengan status menikah berjumlah 25 responden (25%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Cafe Rona Kota Serang dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang belum menikah.