

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PEACOCKOFFIE GOMBEL SEMARANG DAN PROFIL RESPONDEN

#### 2.1 Sejarah Peacockoffie

Awal mula Peacockoffie didirikan pada 2009 di Jalan Palagan Tentara Pelajar, Sleman, Yogyakarta oleh Marchel Adriana. Lalu pada tahun 2016 mulai membuka cabang di Semarang tepatnya berada di Jalan Gombel lama No.11. Ide Marchel untuk membuka *coffee shop* sendiri berawal dari kegemarannya dalam meminum kopi semenjak di bangku SMA. Awalnya Marchel belum pernah meminum kopi, tapi pada saat sedang belajar dan merasa ngantuk Marchel mencoba untuk meminum kopi karena mitosnya kopi bisa membuat orang jadi tidak gampang mengantuk. Setelah dicoba dan merasa cocok akhirnya Marchel ketagihan dengan cita rasa kopi. Lalu pada ketika Marchel masih menempuh pendidikan perguruan tinggi, ia ingin berkecimpung di sektor bisnis dengan membangun *coffee shop* yang bukan hanya sekedar untuk meminum kopi saja tetapi bisa dijadikan tempat bersantai yang menyenangkan bagi para pecinta kopi sehingga muncullah “Peacock Coffe”.

Pada awalnya Marchel menamai *coffee shop*nya yaitu “Peacock Coffee” tetapi karena nama itu sudah digunakan oleh *coffee shop* lain yang berada di luar negeri, terkhusus Amerika Serikat maupun Afrika Selatan, yang memicu Marchel Adriana mengganti nama *coffee shop*nya menjadi “Peacockoffie”. Setelah melakukan berbagai macam *trial and error*, melihat persaingan pasar dan inovasi-inovasi yang

dilakukan oleh pesaing, Marchel yang tadinya hanya ingin memfokuskan usahanya pada olahan kopi saja akhirnya memutuskan untuk menambahkan menu olahan yang lebih bervariasi yaitu coklat, susu (*milky silky*), *thrist quencher* dan makanan pendamping. Harga yang dipatok untuk minumannya yaitu 33.000 untuk semua varian minuman dengan ukuran reguler dan 44.000 untuk ukuran yang besar. Dan untuk harga makanan pendampingnya dimulai dari 15.000 sampai 30.000.

Jenis kopi yang digunakan oleh Peacockoffie Gombel adalah arabika yang merupakan produk impor dari Italia yang dibeli oleh *owner* melalui supplier yang ada di Yogyakarta. Sedangkan untuk pie, cake dan makanan lainnya di produksi sendiri oleh Peacockoffie dengan standarisasi yang sudah ditentukan.

Peacockoffie saat ini sudah memiliki 3 cabang yaitu 1 berada di Yogyakarta dan 2 berada di Semarang. Pada tahun 2014 Marchel mendirikan Peacockoffie yang berada di Jalan Gajahmada dan tidak lama setelah itu pada tahun 2016 membuka cabang kembali di Jalan Gombel Lama.

## **2.2 Visi, Misi dan Logo Peacockoffie**

### **2.2.1 Visi**

Setiap perusahaan ataupun organisasi pasti mempunyai rencana jangka panjang atau pendek yang perlu tercapai. Visi dan misi ialah indikator guna memperoleh keberhasilan perusahaan agar selama pencapaian tujuan tersebut perusahaan mempunyai landasan untuk menentukan kebijakan dan peraturan untuk

kepentingan perusahaan atau pegawai. Sebagaimana Peacockoffie yang pastinya mempunyai visi maupun misi.

Berperan sebagai perusahaan yang berkecimpung di sektor *food and beverage* yang khususnya menjual produk olahan kopi, Peacockoffie berusaha guna memenuhi kebutuhan maupun kehendak konsumen. Atas dasar itulah, Peacockoffie memiliki visi yang berisi harapan untuk kesuksesan usahanya dalam jangka waktu yang panjang melalui kualitas, kemampuan pelayanan dan konsep unik yang ditawarkan. Visi dari Peacockoffie adalah

1. Menghasilkan resep kopi yang menawarkan rasa yang khas.
2. Pelopor coffee shop yang mengusung konsep “Homing Garden”
3. Layanan merupakan citra

Melalui visi tersebut, Peacockoffie hendak menghasilkan rasa kopi yang berbeda dari coffee shop lainnya bisa dilihat dari pemilihan biji kopi yang digunakan dan dari cara pengolahan biji kopi tersebut. Peacockoffie juga ingin menjadi pencetus coffee shop yang mengusung konsep “*Homing Garden*” bisa dilihat Peacockoffie di cabang manapun menggunakan konsep yang *homey*, sederhana namun tetap elegan dengan suasana yang tenang sehingga cocok untuk dijadikan tempat bersantai. Dan sekarang banyak coffee shop yang menggunakan tema serupa yang menandakan bahwa Peacockoffie berhasil mempelopornya. Peacockoffie juga mempunyai harapan untuk memberikan pengalaman minum kopi yang baik dengan memberikan pelayanan yang maksimal sehingga konsumen merasa senang jika berkunjung ke Peacockoffie.

### **2.2.2 Misi**

Guna memperoleh visi, Peacockoffie mempunyai misi yang wajib dilakukan guna mempermudah mencapai visi tersebut. Misi adalah langkah kegiatan yang harus dilakukan untuk mewujudkan harapan yang terkandung dalam visinya. Misi yang sudah ditentukan Peacockoffie ialah :

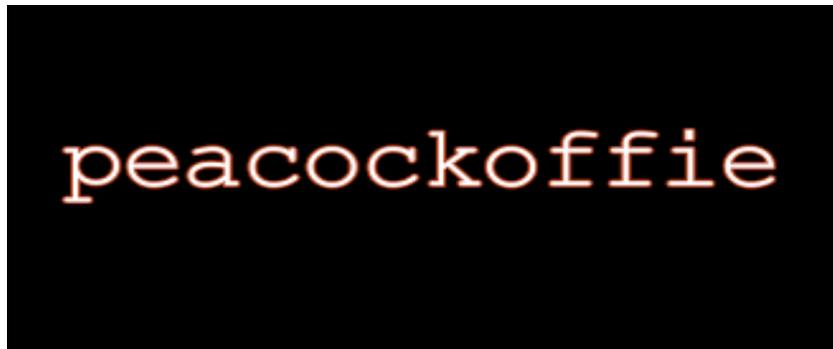
1. Memberi kopi terbaik dengan memprioritaskan kepuasan pelanggan.
2. Memberi layanan bernuansa kasual

Arti dari misi tersebut adalah dimana Peacockoffie sebisa mungkin memberikan kualitas yang terbaik pada produk yang mereka hasilkan maupun pelayanannya karena kepuasan pelanggan ialah aspek terpenting. Hal tersebut dibuktikan dengan pemilihan biji kopi yang berbeda dengan yang lainnya dan adanya pelatihan bagi barista di Peacockoffie agar mampu melayani konsumen dengan baik.

### **2.2.3 Logo Perusahaan**

Logo merupakan hal yang penting karena melambangkan suatu identitas bagi perusahaan untuk membedakan dengan para pesaingnya dan agar lebih mudah dikenal oleh banyak orang. Logo bisa di visualkan seperti gambar, tulisan, atau sketsa yang mengandung makna atau filosofi yang mewakili identitas dari sebuah brand. Logo pun berperan sebagai penentu komitmen untuk mengidentifikasi produk dan agar bisa tahu secara terperinci terkait produk itu. Berikut merupakan logo dari Peacockoffie:

**Gambar 2.1 Logo Peacockoffie**



Walaupun dilihatnya sederhana, tetapi tulisan yang sangat simple, besar dan jelas dibaca dapat membantu orang yang melewati *coffee shop* tersebut mudah membaca dan mengingatnya. Terutama ketika di malam hari, tulisan tersebut akan menyala dengan bantuan LED sehingga dapat memperjelas tulisan tersebut.

## **2.3 Struktur Organisasi dan Ketenagakerjaan**

### **2.3.1 Struktur Organisasi**

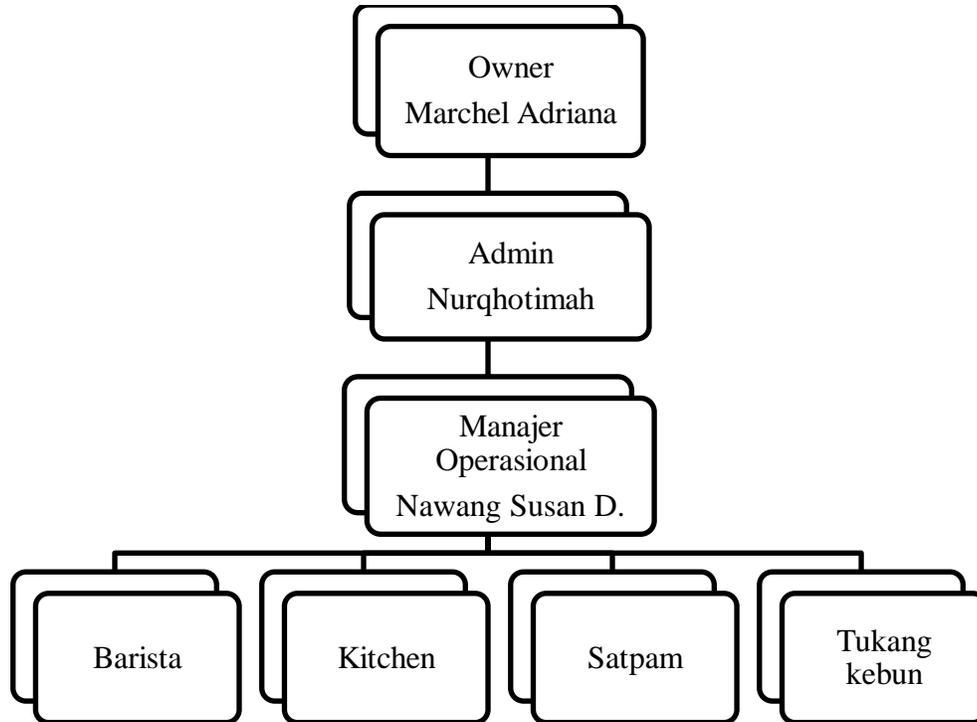
Penting bagi suatu perusahaan untuk memiliki struktur organisasi, baik untuk perusahaan dengan skala kecil ataupun besar. Struktur organisasi berperan cukup penting bagi perusahaan karena sebagai pengatur penentuan tugas antarbagian demi memperoleh tujuan yang sudah ditentukan berdasar pada visi maupun misi. Atas dasar itulah, perusahaan/organisasi memerlukan struktur organisasi guna memperjelas bila tugas atau pekerjaan yang sudah ditentukan ke tiap bagian untuk bisa terlaksana secara maksimal. Saat seluruh pekerjaan itu bisa terlaksana secara maksimal, tujuan perusahaan akan mudah didapat sehingga perusahaan perlu membagi pekerjaan secara terperinci, misal penempatan pegawai berdasar pada

kemampuan atau keahliannya atau bisa dapat disebut sebagai “*the right man on the right place*”.

Lain halnya jika perusahaan memiliki struktur organisasi yang buruk dimana perusahaan tidak melakukan pembagian secara asal seperti menempatkan karyawan tidak sesuai dengan kemampuan atau keahliannya. Maka untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan diawal akan sangat sulit sehingga menyebabkan kinerja perusahaan semakin buruk.

Peacockoffie Gombel menyusun struktur organisasi untuk memudahkan pembagian kerja, dan lebih membantu untuk mengetahui spesialisasi pekerjaan, saluran perintah, dan penyampaian laporan. Peacockoffie Gombel bukan merupakan *coffee shop* yang besar sehingga untuk mengelolanya pun tidak dibutuhkan karyawan yang banyak. Peacockoffie Gombel Semarang menggunakan struktur jenis lini yang dianggap paling mampu menjelaskan dari garis koordinasi dan komunikasi seluruh *stakeholder* mulai dari pemilik sampai ke para karyawannya. Berikut merupakan skema struktur organisasi Peacockoffie

**Gambar 2.2 Struktur Organisasi Peacockoffie**



Sumber : Peacockoffie, 2022

1. Owner atau pemilik

Owner merupakan pemilik usaha, pemilik bisnis, atau orang yang memiliki usaha tersebut. Owner tidak hanya merujuk ke perorangan saja tetapi bisa juga kelompok. Selain itu owner juga melakukan investasi, menanam saham, ataupun memberikan modal sehingga bisnis tersebut dapat beroperasi. Berikut merupakan beberapa tugas dari seorang owner, yaitu:

- Menanamkan modal agar perusahaan dapat beroperasi secara keseluruhan.

- Menyusun strategi untuk menjalankan perusahaan dan membuatnya semakin maju sesuai dengan tujuan yang didasarkan pada visi dan misi perusahaan.
- Melakukan pengawasan terhadap semua aktivitas perusahaan, termasuk kinerja karyawan.
- Melakukan evaluasi agar jika terjadi sesuatu yang tidak beres dapat langsung dicari solusinya.
- Menerima laporan dan pertanggungjawaban dari admin.
- Menjalin hubungan dengan stakeholder.

## 2. Admin

Admin adalah orang yang dipercaya untuk memegang laporan keuangan dan administrasi kedai kopi. Berikut merupakan beberapa tugas dari seorang admin, yaitu:

- Memberikan laporan keuangan kepada owner.
- Mencatat semua pembukuan yang berhubungan dengan kegiatan usaha.
- Melakukan pembayaran kepada supplier dan stakeholder lainnya.
- Berkoordinasi dengan owner terkait rencana anggaran yang harus dikeluarkan guna mendukung kegiatan operasional.
- Membuat dan menyimpan segala dokumen administrasi yang berhubungan dengan coffee shop

### 3. Manajer Operasional

Manajer operasional merupakan suatu jabatan dimana seorang mempunyai tanggungjawab guna memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengatur potensi risiko supaya diantisipasi. Berikut merupakan beberapa tugas dari manajer operasional, yaitu:

- Membantu pengaturan, pengendalian, pengarahan, pengawasan maupun pengevaluasian pegawai selama menjalankan aktivitas bisnis.
- Mengelola dan meningkatkan efektifitas dan efisiensi operasi perusahaan.
- Melakukan pertemuan rutin dengan owner untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
- Pengembangan inovasi terkait operasional supaya berjalan dengan baik.

### 4. Barista dan Kitchen (Koki)

Barista merupakan orang yang bertanggungjawab dalam urusan meracik, membuat, menyiapkan, dan menyajikan kopi. Selain meracik kopi, barista juga bekerja untuk menyajikan pesanan ke konsumen. Lalu, koki merupakan pihak yang mempunyai tanggung jawab mempersiapkan maupun menyajikan makanan ke konsumen. Berikut merupakan beberapa tugas dari seorang barista dan koki, antara lain:

- Mengoperasikan mesin espresso seperti mengukur besar suhu dan tekanan yang dibutuhkan untuk membuat kopi.
- Melayani dan menerima pesanan dari pelanggan.

- Membuat dan menyiapkan pesanan minuman dan makanan yang sudah di order.
- Bertanggung jawab untuk memiliki pengetahuan yang luas dan baik mengenai kopi.
- Barista mempunyai tugas untuk menjaga tempat tetap bersih dan rapi

#### 5. Satpam

Satpam merupakan orang yang melindungi lingkungan sekitar *coffee shop* dari setiap gangguan keamanan. Berikut merupakan beberapa tugas dari satpam, antara lain:

- Menindak konsumen yang dianggap mengganggu ketertiban.
- Mengatur dan mengawasi keamanan dan ketertiban di lingkungan sekitar.
- Mencegah kebisingan atau hal-hal lain yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan konsumen.

#### 6. Tukang Kebun

Tukang kebun merupakan seseorang yang mempunyai tanggung jawab atas merawat, merapikan, menjaga kesehatan dan kebersihan tanaman agar tetap sesuai dengan standarisasi yang telah dibuat dan membantu menghidupkan konsep yang diusung Peacockoffie yaitu *homing garden*.

### 2.3.2 Ketenagakerjaan

Bagi perusahaan sangat penting untuk memperhatikan ketenagakerjaan karyawan mereka. Selama melaksanakan ketenagakerjaan, pelaku usaha maupun

pekerja akan mengikatkan dirinya ke suatu hubungan hukum dari perikatan atau perjanjian tertulis atau tidak tertulis, serta berlandaskan pada peraturan undang-undang tenaga kerja. Hak maupun kewajiban antara penguasa maupun pekerja pun dijadikan perhatian untuk menghasilkan keamanan ataupun keamanan ketika melaksanakan kegiatan pekerjaan.

Peacockoffie sendiri sudah berusaha menerapkan sistem ketenagakerjaannya sebaik mungkin, mulai dari saat pembagian jam kerja karyawan hingga pemberian kompensasi atau gaji. Berikut penjelasannya :

1. Jam kerja karyawan

Berikut merupakan jam kerja yang diberlakukan Peacockoffie terhadap karyawannya

a. Manajer Operasional

Hari kerja: Senin hingga Sabtu

Jam operasional: 06.00 hingga 14.00

b. Staff

Hari Kerja: tiap Hari

Jam Kerja:

Shift	Jam
1	06.00 – 12.00
2	12.00 – 18.00
3	18.00 – 24.00
4	24.00 – 06.00

Sumber: Peacockoffie Gombel,2022

## 2. Jumlah Staff

Staff merupakan orang yang bertanggung jawab atas berjalannya aktivitas operasional bisnis sehari-hari. Dalam menunjang keberhasilan tersebut perlu dijalankan oleh beberapa orang. Berikut merupakan jumlah staff yang dipekerjakan oleh Peacockoffie Gombel Semarang:

- Barista sebanyak 5 orang yang terdiri dari 3 orang perempuan dan 2 orang laki-laki
- Kitchen atau koki berjumlah 2 orang
- Satpam berjumlah 1 orang
- Gardener berjumlah 1 orang

## 3. Kegiatan Produksi Usaha

Peacockoffie merupakan usaha yang bergerak dibidang *food and beverage* khususnya di bidang olahan kopi. Selain menu olahan kopi, kedai ini menawarkan berbagai macam jenis minuman olahan seperti susu atau non keduanya. Selain minuman, Peacockoffie juga menyediakan beberapa makanan pendamping *seperti pie, schotel, donut, meal box* dan masih banyak lagi.

Produk yang ada di Peacockoffie tidak semuanya dibikin oleh Barista. Tetapi Peacockoffie bekerjasama dengan *koo-koo catering* untuk menyediakan menu meal box. Masih dengan pemilik yang sama, *koo-koo catering* ini juga didirikan oleh Marchel.

Kegiatan produksi yang dilakukan oleh Peacockoffie setiap harinya tidak lepas dari peran seorang pemasok bahan baku. Sehingga setiap harinya staff akan melakukan pengecekan sisa bahan baku sebagai bentuk antisipasi adanya kekurangan bahan baku saat konsumen melakukan pembelian. Jika memang dirasa bahan baku mulai menipis, maka staff akan segera mencatat bahan-bahan apa saja yang kurang dan langsung melaporkannya pada manajer. Setelah manajer menerima laporan, maka ia akan segera menghubungi pihak *supplier*.

#### 4. Produk Peacockoffie Gombel Semarang

##### a. *Coffee*

Pada menu ini disajikan berbagai olahan dasar kopi. berikut merupakan varian menu pada kelompok ini :

1. *Hazelnut latte*
2. *Espresso*
3. *Cappuccino*
4. *Carmelito*
5. *Cookie latte*
6. *Ristretto Tall*
7. *Vanilla Latte*
8. *Moccacino*
9. *Hanoi*
10. *Peppermint Latte*
11. *Piccoto*
12. *Cinnamon Latte*

##### b. *Fresh Milk*

Selain menu olahan kopi, Peacockoffie juga menyediakan alternatif menu yang berbahan dasar susu yang masuk pada kelompok *milky silky*. *Milky*

*silky* ialah menu dengan bahan mendasar yang tercampur menggunakan perasa lainnya. Varian pada kelompok ini antara lain:

1. *Thai milk tea*
2. *Green tea latte*
3. *Choco original*
4. *Choco rum*
5. *White cheese*
6. *White Mint*

c. *Cold as your ex*

Terlampir pilihan minuman bagi konsumen yang kurang menyukai kopi maupun susu :

1. *Avocado sorbet*
2. *Fresh juice*
3. *Coconut sling*
4. *Bubble gum*
5. *Mojito*
6. *Lychee Tea*

d. *Light Bites*

*Light bites* sebagai istilah menu makanan yang disajikan oleh Peacockoffie.

Terdapat beberapa jenis makanan yang tersedia, dari yang asin sampai yang manis. Berikut menunya :

1. *Apple Pie*
2. *Black Forrest*
3. *Banana Pancake*
4. *Banana Cake*
5. *Calzone*
6. *Carrot Cake*
7. *Cheese Cake*
8. *waffle*
9. *Eggnog pie*
10. *Chicken pie*
11. *Chicken lasagna*
12. *Donuts*
13. *Macaroni*

## **2.4 Identitas Responden**

Identitas responden sebagai penjabaran terkait kriteria informan dengan penyajian data primer berupa umur, jenis kelamin, status marital, pendidikan, penghasilan konsumen Peacockoffie Gombel Semarang.

Responden pada kajian ini ialah pelanggan Peacockoffie Gombel Semarang yang sudah membeli setidaknya dua kali dalam 3 bulan. Responden berjumlah seratus orang dan informan/responden itu berlatar belakang tidak sama yang diperhatikan melalui jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan maupun pendapatan tiap bulan. Data didapatkan mempergunakan alat/instrumen kajian, yakni angket yang secara langsung dan tidak langsung diberikan ke informan guna memenuhi karakteristik sebagai sampel kajian. Data ini dibutuhkan sebagai penunjang pada kajian, serta ditunjukkan agar bisa tahu latar belakang konsumen.

### **2.4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Peacockoffie Gombel memiliki sasaran konsumen yaitu untuk masyarakat umum yang terdiri dari perempuan dan laki-laki. Berikut merupakan perbandingan antara responden perempuan dan laki-laki yang pernah melakukan pembelian di Peacockoffie Gombel Semarang:

**Tabel 2.2 Jumlah Responden Berdasar Jenis Kelamin**

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

Sumber: Data Primer yang terolah 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila 100 responden Peacockoffie Gombel Semarang sejumlah 65 persen berjenis kelamin perempuan dan 35 persen dengan jenis kelamin laki-laki. Berdasar data yang didapat, memperjelas bila dari seluruh responden, konsumen perempuan lebih banyak melakukan kunjungan ke Peacockoffie Gombel Semarang.

#### 2.4.2 Umur Responden

Konsumen Peacockoffie Gombel Semarang memiliki rentan umur yang berbeda-beda karena cakupan sasaran pasar Peacockoffie Gombel Semarang luas. Pada kajian ini, setiap informan dikategorikan dalam beberapa umur. Terlampir data responden berdasar umur :

**Tabel 2.3 Jumlah Responden Berdasar pada Umur**

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 Tahun	24	24
2	20 – 29 Tahun	49	49
3	30 – 39 Tahun	13	13
4	40 – 49 Tahun	2	2
6	> 50 Tahun	12	12
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila responden Peacocokoffie Gombel Semarang berumur beragam, umur paling banyak berdasar kelompok usia

20-29 tahun sejumlah 49 persen dan kelompok umur paling kecil adalah 40-49 tahun yaitu 2 persen. Hasil ini memperjelas bila konsumen Peacockoffie Gombel Semarang mayoritas berada pada umur 20-29 tahun. Dan terdapat 12 persen responden yang berumur lebih dari 50 tahun dan pada kategori tersebut terdapat 2 responden berumur paling tua adalah 62 tahun: masih termasuk berkategori umur produktif dan aktif dalam bersosialisasi.

### 2.4.3 Status Marital Responden

Melihat dari umur responden yang beragam yaitu dimulai dari yang paling tua yaitu berumur > 50 tahun dan responden termuda berumur < 20 tahun mengakibatkan status marital responden pun tidak sama. Dalam kajian ini, berikut merupakan data responden berdasarkan status marital:

**Tabel 2.4 Jumlah Responden Berdasar pada Status Marital**

No	Status Marital	frekuensi	Persentase (%)
1	Belum Kawin	71	71
2	Kawin	25	25
3	Janda	2	2
4	Duda	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar uraian tersebut, status martial responden pada kajian ini mayoritas diisi oleh responden yang belum menikah yaitu 71 persen dan yang paling sedikit yaitu responden dengan status marital janda dan duda masing-masing sebanyak 2 persen.

#### 2.4.4 Pendidikan Terakhir Responden

Peacockoffie Gombel Semarang memiliki cakupan sasaran pemasaran yang luas yaitu dari berbagai kalangan dengan kriteria sesuai penentuan peneliti sehingga dapat dipastikan tingkat pendidikan informan pada kajian ini pun berlainan.

**Tabel 2.5 Jumlah Responden Berdasar Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0
2	SMP/Sederajat	2	2
3	SMA/SMK	39	39
4	D3	2	2
5	Perguruan Tinggi (S1)	52	52
6	Pasca Sarjana (S2)	5	5
	Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila responden pendidikan terakhir responden pada kajian ini didominasi oleh Perguruan tinggi (S1) yaitu sebanyak 52 persen. Dan diikuti oleh SMA/SMK yaitu sebanyak 39 persen.

#### 2.4.5 Pekerjaan Responden

Sesuai tingkat pendidikan yang berlainan, maka jenis pekerjaannya pun pasti berbeda. Atas dasar itulah, pekerjaan informan pada kajian ini tidak akan sama.

Berikut merupakan jenis pekerjaan responden pada kajian ini:

**Tabel 2.6 Jumlah Responden Berdasar pada Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	40	40
2	Pegawai Negeri	10	10
3	Wirausahawan	13	13
4	TNI/POLRI	0	0
5	Mahasiswa/Pelajar	34	34
6	Pensiun	2	2
7	Belum Bekerja	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila informan pada kajian ini berjenis pekerjaan yang beragam, mayoritas didominasi oleh pegawai swasta yaitu sebanyak 40 persen dan disusul oleh mahasiswa/pelajar sebanyak 34 persen. Dan yang paling sedikit ditempati oleh pekerjaan lainnya yaitu terdiri dari 2 orang pensiun dan 1 orang belum bekerja.

#### **2.4.6 Penghasilan Per Bulan Responden**

Berdasarkan hasil jenis pekerjaan responden Peacockoffie Gombel Semarang yang berbeda-beda menunjukkan bahwa responden juga mempunyai penghasilan yang berbeda pula. Berikut merupakan data responden berdasarkan penghasilan per bulan:

**Tabel 2.7 Jumlah Responden Berdasar Penghasilan Per Bulan**

No	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Persentase (%)
1	≤ Rp. 1.000.000	28	28
2	> Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	16	16
3	> Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	19	19
4	> Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	14	14
5	> Rp. 4.000.000	23	23
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila kebanyakan berpendapatan setiap bulan berada di angka ≤ Rp. 1.000.000 dan berpersentase 28 persen yang didominasi oleh responden dengan latar belakang mahasiswa/pelajar. Lalu persentase terbesar kedua, yaitu informan berpendapatan di atas Rp. > 4.000.000 sejumlah 23 persen dan berlatar belakang pekerjaan pegawai swasta maupun wirausahawan. Persentase paling kecil berada pada angka di atas > Rp. 3.000.000 hingga Rp. 4.000.000 berpersentase 14 persen dan berlatar belakang sebagai pegawai swasta, pegawai negeri, dan pensiunan.

#### **2.4.7 Frekuensi Pembelian Responden**

Pada data frekuensi pembelian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa sering responden membeli produk di Peacockoffie Gombel Semarang. Pada frekuensi pembelian ini peneliti sudah mempunyai syarat yaitu responden yang pernah melakukan pembelian di Peacockoffie Gombel Semarang minimal sebanyak 2 kali. Berikut merupakan data frekuensi responden yang pernah melakukan pembelian di Peacockoffie Gombel Semarang dalam kurun waktu 3 bulan terakhir

:

**Tabel 2.8 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam 3 bulan terakhir**

No	Frekuensi Pembelian	Frekuensi	Persentase (%)
1	2 kali	57	57
2	3 – 4 kali	32	32
3	> 5 kali	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila mayoritas responden pernah membeli produk makanan maupun minuman di Peacockoffie Gombel Semarang sebanyak 2 kali dalam 3 bulan terakhir yaitu dengan persentase 57 persen. Hal ini dikarenakan banyaknya pilihan *coffee shop* di lokasi sekitar Peacockoffie Gombel Semarang.

#### 2.4.8 Informasi Mengetahui Peacockoffie Gombel

Data dalam kategori ini adalah untuk mengetahui darimana pertama kali responden mendapatkan informasi Peacockoffie Gombel Semarang. Berikut merupakan data reponden berdasarkan informasi mengetahui Peacockoffie Gombel Semarang:

**Tabel 2.9 Jumlah Responden Berdasarkan Informasi Mengetahui Peacockoffie Gombel**

No	Informasi Mengetahui Peacockoffie Gombel	Frekuensi	Persentase (%)
1	Teman dan Saudara	39	39
2	Media Sosial	26	26
3	Tidak Sengaja Melewati	24	24
4	Acara Kantor/Organisasi	11	11
Jumlah		100	100

Sumber: Data Primer yang terolah, 2022

Berdasar penuturan tersebut, memperlihatkan bila sebanyak 39 persen informan mengetahui Peacocoffie Gombel Semarang atas rekomendasi dari teman

dan saudara. Selain itu terdapat 26 persen responden yang mengetahui dari media sosial seperti instagram. Dan 24 persen responden memilih jawaban tidak sengaja melewati Peacockoffie Gombel karena letaknya dipinggir jalan utama. Dan sisanya yaitu sebanyak 11 persen mengetahui Peacockoffie Gombel Semarang dari acara kantor seperti *meeting* dan acara organisasi seperti kumpul rapat.