

BAB II

GAMBARAN UMUM WAROENG SS DAN IDENTITAS RESPONDEN

Pada bab ini disajikan gambaran umum mengenai Waroeng SS dengan membahas sejarah berdirinya perusahaan, visi, misi, logo perusahaan serta makna logo, nilai perusahaan, struktur organisasi, lokasi perusahaan, serta produk perusahaan. Dengan dijelaskan profil Waroeng SS agar mudah dipahami.

Pada bab ini juga dijelaskan gambaran umum responden yang menjelaskan identitas yang dipilih oleh peneliti untuk mendukung data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Dengan dijelaskannya identitas responden akan dapat dengan mudah dipahami.

2.1 Sejarah Waroeng Spesial Sambal.

Pada tanggal 20 Agustus 2002, pria asal Boyolali yang bernama Yoyok Hery Wahyuno mendirikan sebuah usaha rumah makan. Rumah makan tersebut diberi nama Waroeng Spesial Sambal atau sering disebut dengan Waroeng SS. Warung ini merupakan jenis usaha waralaba yang pusatnya berada di kota Yogyakarta. Berawal dari minimnya rumah makan yang mengusung konsep makanan pedas, Yoyok yang hobi masak serta kegemarannya dalam mengkonsumsi sambal, muncul sebuah inovasi dan kreativitas dalam membuat suatu produk makanan yang berbeda dari rumah makan lainnya. Pria yang sangat gemar dengan makanan pedas ini mulai mengambil peluang tersebut sebagai sebuah prospek bisnis yang sangat menjanjikan. Yoyok yang dibantu oleh temannya mendirikan warungnya dengan

konsep tenda kaki lima di sebelah barat Graha Saba Pramana kampus UGM Yogyakarta dan masih beroperasi sampai hingga saat ini.

Sejak pertama berdiri, Waroeng SS sudah memiliki pelanggan tetap yang tidak sedikit jumlahnya. Dan mulai buka dari sore hari hingga tengah malam. Pada tahun 2003 Waroeng SS mendirikan cabang yang pertama, dimana lokasinya berada di salah satu sudut keramaian Kota Yogyakarta. Dari cabang tersebut, Waroeng SS berlanjut dengan mendirikan cabang ke dua dan disusul cabang-cabang berikutnya. Waroeng SS merupakan sebuah rumah makan dengan ciri khas masakan Indonesia, yang menawarkan menu makanan yang berbeda yaitu berbagai variasi sambal, hal tersebut dikarenakan sambal merupakan sajian utama Waroeng SS.

Waroeng SS menawarkan 35 jenis sambal, 33 jenis lauk, 19 macam sayur-sayuran, 34 macam minuman, dan 5 macam buah-buahan. Harga yang diberikan pun bermacam-macam, untuk harga sambal berkisar Rp. 2.000 hingga dengan Rp. 7.000. Sedangkan harga lauknya berkisar Rp. 3.500 hingga dengan Rp. 32.000. Konsep dari Waroeng SS ini adalah tidak formal, santai dan kreatif. Saat ini Waroeng SS memiliki 91 Cabang Reguler dan 5 Cabang Waralaba yang tersebar di seluruh Indonesia dan Malaysia :

Tabel 2. 1
Daftar Cabang Reguler Waroeng SS

Cabang	Jumlah	Persentase (%)
Malaysia	1	110

Cabang	Jumlah	Persentase (%)
JABODETABEK	16	17,58
Purwokerto	9	9,89
Semarang	14	15,38
Perintis	6	6,59
Yogyakarta	17	18,68
Solo	16	17,58
Malang	8	8,80
Bali	4	4,40
Total	91	100

Sumber : Humas Waroeng SS (2020)

Berdasarkan tabel 2.1 dapat dilihat bahwa Waroeng SS sudah tersebar di seluruh Indonesia bahkan sampai ke Malaysia. Yogyakarta merupakan daerah dengan cabang terbanyak, kemudian ada daerah JABODETABEK, Solo dan Semarang hal ini dikarenakan wilayah tersebut mudah dijangkau untuk pendistribusian bahan baku serta pengawasan dibawah manajemen.

Tabel 2. 2
Daftar Cabang Waralaba Waroeng SS

1.	Waroeng SS Kupatan
2.	Waroeng SS Muntilan
3.	Waroeng SS Depok 1
4.	Waroeng SS Depok 2
5.	Waroeng SS Temanggung

Sumber : Humas Waroeng SS (2020)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat dilihat bahwa Waroeng SS memiliki lima (5) waralaba. Ini merupakan salah satu strategi yang dilakukan Waroeng SS untuk mempertahankan usahanya agar tidak ditiru oleh pihak-pihak lain. Standar waralaba yang ketat dan detail membuat Waroeng SS selalu menyajikan produk kuliner dan pelayanan yang berkualitas.

2.2 Visi, Misi, Logo dan Makna Perusahaan.

Visi adalah sebuah tujuan dari perusahaan untuk jangka waktu yang panjang dan berorientasi pada masa depan. Misi adalah implementasi dari sebuah visi, yaitu langkah-langkah konkrit yang harus dilakukan oleh perusahaan serta batasan-batasan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan yang sudah dirancang. Sedangkan logo adalah suatu lambang yang dapat mewakili suatu perusahaan, dapat berupa gambar maupun desain yang mudah diingat oleh konsumen.

2.2.1 Visi

Mensejahterakan para personil perusahaan dan keluarganya, pihak yang mendukung dan kebermanfaatannya bagi lingkungan masyarakat.

2.2.2 Misi

- a. Menjadi perusahaan yang besar dengan produk yang mantap dan kuat, berkarakter, layanan terpuji dan berkesan
- b. *Brand* yang baik atau positif,
- c. Sistem operasi yang rapi dan jelas,
- d. Skala usaha yang besar dan cakupan yang luas serta sehat.

2.2.3 Logo Waroeng SS

Gambar 2. 1
Logo Waroeng SS



2.2.4 Makna Logo.

Memperlihatkan kesederhanaan dan bentuk kerendahan hati.

2.3 Nilai Perusahaan Waroeng Spesial Sambal.

Memiliki 5 prinsip dasar kepribadian personel Waroeng SS:

- a. Menjunjung tinggi nilai kejujuran dalam berbicara dan bertindak
- b. Disiplin dalam bekerja
- c. Menjaga semangat kerjakeras
- d. Bersikap rendah hati dalam berperilaku dan perkataan
- e. Berperisai Taqwa dalam menjaga hati, pikiran, dan tindakan

2.4 Struktur Organisasi.

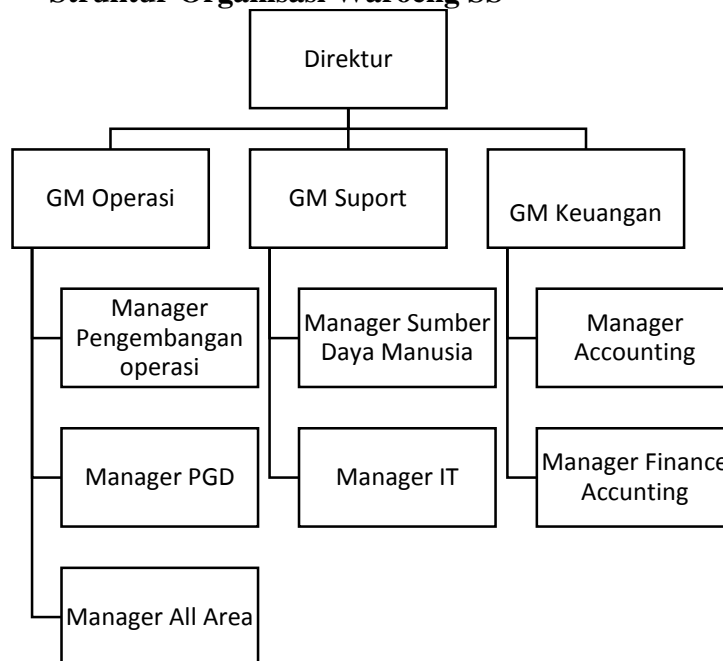
Struktur organisasi berfungsi untuk merumuskan tugas pokok dan fungsi yang terbagi dalam divisi agar meminimalisir terjadinya tumpang tindih. Pentingnya struktur organisasi untuk mempermudah dalam pengintegrasian fungsi-fungsi

dalam perusahaan supaya efektif dan efisien mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan visi misi perusahaan.

Menurut Sutarto (2008) terdapat beberapa macam bentuk struktur organisasi yaitu bentuk jalur atau lini, bentuk fungsional, bentuk lini dan staff, bentuk fungsional dan staff, bentuk fungsional dan jalur kemudian bentuk jalur, fungsional, dan staff.

Berikut merupakan struktur organisasi dari manajemen pusat Waroeng SS.

Gambar 2. 2
Struktur Organisasi Waroeng SS



Sumber: Humas Waroeng SS (2020)

Berdasarkan Gambar 2.2 struktur organisasi pada manajemen pusat Waroeng SS masuk kedalam kategori struktur organisasi lini.

2.5 Deskripsi Pekerjaan.

a. Direktur

- 1) Menjalankan bisnis perusahaan.

- 2) Menetapkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
 - 3) Menetapkan strategi-strategi yang strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
 - 4) Memberi arahan serta informasi penting kepada jajaran pimpinan perusahaan.
- b. General Manager
- 1) Menetapkan dan mengawasi kebijakan dari perusahaan.
 - 2) Membantu pengawasan peraturan internal dalam perusahaan.
 - 3) Mengkoordinasikan semua aktivitas dalam perusahaan.
 - 4) Memberikan bimbingan dan arahan yang jelas terhadap bawahan.
 - 5) Perantara antara staf dan pimpinan.
- c. Manager Area
- 1) Mengelola area dengan efektif, efisien dan berkontribusi dalam pencapaian target.
 - 2) Mengelola bawahan, memberi nasihat, melatih dan mengembangkan bawahan serta mendorong kreativitas tim.
 - 3) Memberikan informasi detail dan akurat semua yang terjadi di lapangan, peluang-peluang yang ada, kegiatan pesaing, ancaman yang menghadang maupun tindakan yang sudah diambil.
- d. Manager Keuangan
- 1) Bekerja sama dengan manajer lainnya untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.

- 2) Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan dengan efisien dan efektif dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
 - 3) Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
 - 4) Menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, di mana perusahaan dapat memperoleh dana dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.
- e. Manager IT
- 1) Mengelola pekerjaan Teknologi Informasi dalam operasional sehari-hari di lingkungan perusahaan.
 - 2) Memberikan solusi dan konsultasi teknologi untuk mencapai tujuan dan strategi bisnis perusahaan.
- f. Manager SDM
- 1) Merencanakan dan mengkoordinasikan tenaga kerja perusahaan.
 - 2) Menjadi penghubung antara manajemen dengan karyawan.
 - 3) Melakukan pelayanan karyawan.
 - 4) Memberi masukan pada manajer mengenai kebijakan perusahaan.
 - 5) Mengkoordinir dan mengawasi pekerjaan para pegawai khusus dan staf pendukung.
 - 6) Mengawasi proses perekrutan, wawancara kerja, seleksi, dan penempatan karyawan baru.
 - 7) Menangani isu-isu ketenagakerjaan.

g. Internal Audit

- 1) Pengawasan akuntansi dan pengawasan administratif.
- 2) Mencari informasi awal terkait bagian yang akan diaudit.
- 3) Melakukan tinjauan dokumen dan persyaratan lain yang berkaitan dengan audit.
- 4) Mempersiapkan program audit tahunan dan jadwal pelaksanaan audit secara terperinci.
- 5) Melaksanakan pemeriksaan sistem secara menyeluruh.
- 6) Melaporkan temuan audit yang ditemukan selama audit internal.
- 7) Memantau tindak lanjut hasil audit internal sampai dinyatakan selesai.

h. Kepala Seksi

- 1) Mengawasi dan mengontrol pekerjaan kepala urusan
- 2) Mengawasi dan mengontrol teknis di lapangan
- 3) Mengeksekusi kejadian (darurat) secara langsung di lapangan.
- 4) Memberikan laporan serta berbagai solusi kepada atasan.

i. Kepala Urusan

- 1) Mengolah suatu data dan memberikan pilihan solusi.
- 2) Menjalankan kegiatan sesuai arahan atasan.

j. Staff

- 1) Administratif, mengumpulkan data sebagai informasi

2.6 Lokasi dan Kontak Perusahaan.

Lokasi perusahaan adalah tempat dimana perusahaan melakukan kegiatannya sehari-hari. Kemudahan dan lokasi yang strategis harus dapat

diperhatikan agar dapat mencapai tujuan yang maksimal dan memudahkan konsumen.

2.6.1 Lokasi Perusahaan.

Jalan Durian Selatan I No.14, Srandol Wetan, Kecamatan Banyumanik,
Kota Semarang, Jawa Tengah

2.6.2 Kontak Perusahaan.

Hotline : 0811 2515 00 / 0856 2575 039

Email : pedasabis@waroengss.com

Instagram : waroengss

Facebook : Waroeng Spesial Sambal 'SS'

Twitter : @Mr_HuuhHaah

2.7 Jenis Produk dan Harga Produk Waroeng SS.

Waroeng SS memiliki ciri khas dengan berbagai macam sambal nusantara. Waroeng ini menyediakan 32 jenis sambal. Selain itu, warung ini menyediakan 35 jenis lauk, 16 macam sayuran, 30 jenis minuman dan 5 macam buah.

Sambal merupakan makanan berbahan utama cabai yang dilumatkan sehingga keluar kandungan sari cabai dan ditambah bahan-bahan lain seperti garam dan terasi.

Berikut ini merupakan menu sambal yang ada pada Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2.3
Menu Buah Waroeng SS

Nomor	Sambal	Harga
1.	Sambal Bajak	Rp. 3.000
2.	Sambal Bawang	Rp. 2.000
3.	Sambal Bawang Bakar / Goreng	Rp. 2.000

Nomor	Sambal	Harga
4.	Sambal Bawang Goyal Gabul	Rp. 2.500
5.	Sambal Bawang Tomat	Rp. 2.500
6.	Sambal Bawang Brambang Goreng	Rp. 2.500
7.	Sambal Matah	Rp. 2.500
8.	Sambal Goyal Gabul	Rp. 5.500
9.	Sambal Kecap	Rp. 3.000
10.	Sambal Korek Brambang	Rp. 2.500
11.	Sambal Bawang Lombok Ijo	Rp. 2.000
12.	Sambal Trasi Lombok Ijo	Rp. 2.500
13.	Sambal Mangga /Nanas Muda	Rp. 4.000
14.	Sambal Tomat	Rp. 3.000
15.	Sambal Trasi Brambang Tomat	Rp. 2.500
16.	Sambal Trasi Matang	Rp. 3.000
17.	Sambal Trasi Segar	Rp. 2.500
18.	Sambal Belut	Rp. 5.000
19.	Sambal Tahu / Tempe	Rp. 2.500
20.	Sambal Teri	Rp. 4.000
21.	Sambal Wader	Rp. 4.000
22.	Sambal Dabu-dabu Kuah	Rp. 3.000
23.	Sambal Rempelo Ati	Rp. 4.000
24.	Sambal Goreng Rempelo Ati	Rp. 5.500
25.	Sambal Jamur	Rp. 6.000
26.	Sambal Jengkol	Rp. 5.500
27.	Sambal Pete	Rp. 6.000
28.	Sambal Terong	Rp. 4.500
29.	Sambal Cumi	Rp. 7.500
30.	Sambal Udang Pedas	Rp. 7.500
31.	Sambal Ikan Pindang	Rp. 6.000
32.	Sambal Telor Ceplok	Rp. 5.500

Sumber: Humas Waroeng SS (2020)

Pada Tabel 2.3 disajikan berbagai macam sambal yang ada di Waroeng SS Cabang Banyumanik. Dari 32 menu sambal yang disajikan terdapat 3 menu sambal dengan penjualan paling banyak yaitu sambal bawang segar, sambal terasi segar dan sambal terasi matang.

Sayuran merupakan semua jenis tanaman yang dapat dikonsumsi baik yang diambil dari akar, batang, daun, biji, bunga atau bagian lain yang digunakan untuk diolah menjadi masakan.

Selanjutnya akan disajikan daftar menu sayuran dan harga yang ada pada Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2. 4
Menu Sayuran Waroeng SS

Nomor	Menu	Harga
1.	Kobis Goreng	Rp. 2.500
2.	Pete Goreng	Rp. 4.000
3.	Terong Goreng	Rp. 3.500
4.	Gudangan	Rp. 4.500
5.	Karedok	Rp. 4.000
6.	Lalapan	Rp. 3.000
7.	Pecel	Rp. 4.000
8.	Plencing Jawa	Rp. 3.500
9.	SayurAsem	Rp. 4.500
10.	Trancam	Rp. 4.000
11.	Jamur (ca/tumis)	Rp. 5.000
12.	Kangkung (ca/tumis)	Rp. 5.000
13.	Tauge (ca/tumis)	Rp. 5.000
14.	Tumis Jengkol	Rp. 5.500
15.	Tumis Pucuk Daun Ketela	Rp. 5.000
16.	Tumis Terong Trasi	Rp. 5.000

Sumber: Humas Waroeng SS (2019)

Berdasarkan pada Tabel 2.4 terdapat berbagai macam menu sayuran dengan variasi harga dari Rp. 2.500 – Rp. 5.500.

Lauk adalah makanan yang berupa daging, ikan, maupun yang lainnya selain lalap yang dimakan sebagai teman nasi.

Tabel dibawah ini akan menyajikan daftar menu lauk dan harga yang ada pada Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2. 5
Menu Lauk Waroeng SS

Nomor	Lauk	Harga
1.	Ayam Kampung Dada (Goreng / Bakar)	Rp. 16.000
2.	Ayam Kampung Paha (Goreng / Bakar)	Rp. 16.000
3.	Ayam Negeri Dada (Goreng / Bakar)	Rp. 11.000
4.	Ayam Negeri Paha (Goreng / Bakar)	Rp. 10.000
5.	Kulit Goreng Bawang	Rp. 7.500

Nomor	Lauk	Harga
6.	Bebek Dada (Goreng / Bakar)	Rp. 17.000
7.	Bebek Paha (Goreng / Bakar)	Rp. 17.000
8.	Belut Sawah Polos	Rp. 8.500
9.	Ikan Bandeng (Goreng / Bakar)	Rp. 6.500
10.	Ikan Bawal (Goreng / Bakar)	Rp. 8.5000
11.	Ikan Gurame (Goreng / Bakar)	Rp. 35.000
12.	Ikan Kembung (Goreng / Bakar)	Rp. 8.500
13.	Ikan Lele (Goreng / Bakar)	Rp. 7.500
14.	Ikan Lele Tepung	Rp. 8.000
15.	Ikan Nila(Goreng / Bakar)	Rp. 10.000
16.	Ikan Pindang (Goreng / Bakar)	Rp. 5.500
17.	Ikan Wader	Rp. 6.000
18.	Jambal Asin	Rp. 6.000
19.	Cumi Tepung	Rp. 11.000
20.	Udang Tepung	Rp.11.500
21.	Daging Sapi (Goreng / Bakar)	Rp. 15.000
22.	Iga Sapi (Goreng / Bakar)	Rp. 25.000
23.	Paru Sapi (Goreng / Bakar)	Rp. 16.000
24.	Babat Sapi (Goreng / Bakar)	Rp. 13.000
25.	Iso Sapi (Goreng / Bakar)	Rp. 13.000
26.	Jamur Tepung	Rp. 5.000
27.	Perkedel Ayam (Goreng / Bakar)	Rp. 5.500
28.	Perkedel S. Bawang Keju	Rp. 13.000
29.	Rempelo Ati (Goreng / Bakar)	Rp. 9.000
30.	Telur Ceplok (Goreng / Bakar)	Rp. 4.500
31.	Telur Dadar Biasa (Goreng / Bakar)	Rp. 5.500
32.	Telur Dadar Gobal Gabul (Goreng / Bakar)	Rp. 6.000
33.	Tahu (Goreng / Bakar)	Rp. 4.500
34.	Tempe (Goreng / Bakar)	Rp. 4.000
35.	Tempe Tepung (Goreng / Bakar)	Rp. 4.500

Sumber: Humas Waroeng SS (2019)

Ada 35 macam lauk yang disajikan di Waroeng SS Cabang Banyumanik dari mulai ayam, daging, berbagai macam ikan tawar maupun laut yang di jual dengan harga mulai dari Rp. 4.500 – Rp. 35.000.

Buah adalah bagian dari tanaman yang berasal dari bunga. Tabel 2.5 ini menyajikan daftar menu buah dan harga yang ada pada Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2. 6
Menu Buah Waroeng SS

Nomor	Menu	Harga
1.	Buah Mix/Campur	Rp. 5.000
2.	Buah Pepaya	Rp. 3.000
3.	Buah Semangka	Rp. 3.500
4.	Buah Melon	Rp. 4.000
5.	Buah Nanas	Rp. 3.500

Sumber: Humas Waroeng SS (2019)

Berdasarkan Tabel 26 terdapat 5 jenis buah yang disajikan mulai dari harga Rp. 3.000 – Rp. 5.000.

Jus adalah cairan yang terdapat secara alami dalam buah-buahan. Minuman adalah segala sesuatu yang dikonsumsi dan dapat menghilangkan rasa haus. Daftar menu jus, minuman dan harga yang ada pada Waroeng SS Cabang Banyumanik tertera pada Tabel 2.6 berikut ini:

Tabel 2. 7
Menu Minuman Waroeng SS

Nomor	Menu	Harga
1.	Jus Alpukat	Rp. 11.000
2.	Jus Apel	Rp. 7.000
3.	Jus Jambu	Rp. 6.500
4.	Jus Jeruk	Rp. 6.000
5.	Jus Kurma Kokari	Rp. 8.000
6.	Jus Mangga	Rp. 6.500
7.	Jus Melon	Rp. 7.000
8.	Jus Nanas	Rp. 6.000
9.	Jus Nangka	Rp. 6.500
10.	Jus Semangka	Rp. 6.000
11.	Jus Strawberry	Rp. 11.000
12.	Jus Tomat	Rp. 6.000
13.	Jus Wortel	Rp. 6.000
14.	Jus Gobal-Gabul	Rp. 10.000
15.	Jus Pepaya Nipis	Rp. 6.000
16.	Jus Sirsak Bulan	Rp. 8.000
17.	Jus Coklat	Rp. 9.500
18.	Jus Mixed Coffe	Rp. 6.000
19.	Teh (Es/Panas)	Rp. 3.500
20.	Jeruk (Es/Panas)	Rp. 4.500

Nomor	Menu	Harga
21.	Jeruk Nipis (Es/Panas)	Rp. 5.000
22.	Teh Jeruk Nipis (Es/Panas)	Rp. 5.000
23.	Kopi Hitam	Rp. 8.000
24.	Mixed Coffee	Rp. 5.000
25.	Coklat (Es/Panas)	Rp. 6.000
26.	Susu Coklat (Es/Panas)	Rp. 6.000
27.	Jahe Jeruk Kencur Madu	Rp. 10.000
28.	Air Es	Rp. 1.000
29.	Air Mineral 600ml	Rp. 3.500
30.	Air Mineral 330ml	Rp. 2.500

Sumber: *Humas Waroeng SS (2020)*

Berbagai olahan jus buah disajikan pada Waroeng SS Cabang Tembalang I dan berbagai varian minuman lainnya. Mulai dari harga Rp. 1.000 – Rp. 11.000.

2.8 Gambaran Umum Responden.

Identifikasi responden merupakan penjelasan mengenai responden. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Waroeng SS Cabang Banyumanik di Semarang yang pernah melakukan pembelian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Maka dalam penelitian ini pengambilan sampel secara *purposive* akan dilakukan pada responden yang memiliki kriteria sebagai berikut : berumur 17 tahun ke atas, pernah melakukan pembelian di Waroeng SS Cabang Banyumanik minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan bersedia mengisi kuesioner Jumlah yang ditetapkan sebanyak 100 responden.

Responden tersebut diminta oleh peneliti untuk menjawab kuesioner yang berisi tentang identitas responden, serta tanggapan responden mengenai indikator-indikator variabel dalam penelitian ini (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen) yang akan dijelaskan dalam bentuk

pertanyaan. Tanggapan mengenai indikator-indikator tersebut dinilai oleh responden dengan menggunakan skala likert (1-5).

Dari 100 orang responden tersebut, pertama mereka diminta untuk mengisi identitas mereka yang meliputi nama, alamat, nomor telepon, jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, rata-rata pendapatan, rata-rata pengeluaran perbulan, dan intensitas pembelian di Waroeng SS Cabang Banyumanik.

2.8.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Pengumpulan data responden jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui jumlah perbandingan antara laki-laki dengan perempuan yang mengkonsumsi produk pada Waroeng SS Cabang Banyumanik, karena informasi yang diperoleh peneliti ini mampu mempengaruhi pola perilaku responden dalam memilih produk pada Waroeng SS Cabang Banyumanik. Berikut ini akan ditampilkan data responden mengenai jenis kelamin yang pernah mengkonsumsi produk pada Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2. 8
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	19	19
2.	Perempuan	81	81
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.8 dapat diketahui sebanyak 19% merupakan responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 81% responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data tersebut responden perempuan lebih banyak, hal ini

dikarenakan perempuan lebih cenderung konsumtif dalam hal membeli makanan di luar rumah.

2.8.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur.

Umur seseorang dapat menggambarkan tingkat kedewasaan, dalam kaitannya tingkat konsumsi responden setiap umur memiliki kematangan dalam pengambilan sikap yang berbeda-beda dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan responden.

Berikut ini komposisi responden berdasarkan kelompok umur konsumen Waroeng SS Cabang Banyumanik :

Tabel 2. 9
Umur Responden

Nomor	Umur Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 20 tahun	21	21
2.	20 – 24 tahun	69	69
3.	25 – 29 tahun	8	8
4.	> 34 tahun	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.9 di atas dapat diketahui bahwa rentang umur antara 20-24 tahun merupakan rentang umur yang paling banyak dimiliki oleh responden, yaitu sebanyak 69%. Hal ini dikarenakan lokasi Waroeng SS Cabang Banyumanik berada pada wilayah sekitar kampus, sehingga umur sebagian besar yang melakukan pembelian adalah usia mahasiswa.

2.8.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Status Marital.

Status marital merupakan status atau keadaan responden dimana lengkap tidaknya pasangan hidup yang terikat perkawinan atau belum pernah menikah.

Selanjutnya akan disajikan komposisi responden berdasarkan kelompok status marital konsumen Waroeng SS Cabang Banyumanik:

Tabel 2. 10
Status Marital Responden

Nomor	Status Perkawinan	Frekuensi	Persentase(%)
1.	Menikah	11	11
2.	Belum Menikah	89	89
3.	Duda	0	0
4.	Janda	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.10 di atas dapat diketahui bahwa status marital belum menikah merupakan sebagian besar status responden yang membeli produk pada Waroeng SS Cabang Banyumanik dengan jumlah sebesar 89%. Hal ini dikarenakan lokasi Waroeng SS Cabang Banyumanik berada pada wilayah sekitar kampus, sehingga sebagian besar penduduk adalah mahasiswa yang belum menikah.

2.8.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Data pendidikan terakhir yang ada dalam penelitian ini merupakan pendidikan formal yang sudah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup seseorang itu sendiri. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang ditempuh oleh seseorang maka akan semakin luas pengetahuan dan kritis pemikirannya dalam menentukan pilihan pada suatu produk yang akan dikonsumsi.

Berdasarkan Tabel 2.11 di bawah, dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden dari konsumen Waroeng SS Cabang Banyumanik sebagian besar tamat SMA yaitu sebanyak 74 responden atau sebesar 74%. Hal ini dikarenakan sebagian

besar penduduk sekitar merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan setelah tamat SMA.

Tabel 2. 11
Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Nomor	Tingkat Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tamat SD	0	0
2	Tamat SMP	0	0
3	Tamat SMA	74	74
4	Tamat Diploma	12	12
5	Tamat Sarjana	13	13
6	Tamat Pasca Sarjana	1	1
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

2.8.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Pekerjaan adalah kegiatan seseorang yang apabila dikerjakan akan mendapatkan timbal balik berupa jabatan maupun uang. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden maka akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden tersebut.

Berdasarkan Tabel 2.12 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak adalah pelajar atau mahasiswa yaitu sebesar 70%. Hal ini dikarenakan lokasi Waroeng SS Cabang Banyumanik yang berada pada wilayah kampus yang sebagian besar penduduknya adalah seorang mahasiswa.

Tabel 2. 12
Jenis Pekerjaan Responden

Nomor	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase(%)
1.	TNI/POLRI/PNS	1	1
2.	Wiraswasta	10	10
3.	Ibu Rumah Tangga	2	2
4.	Karyawan Swasta	9	9
5.	Pelajar/Mahasiswa	70	70
6.	Buruh	3	3
7.	Karyawan BUMN	5	5

Jumlah	100	100
---------------	------------	------------

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

2.8.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.

Data pendapatan bertujuan untuk mengetahui besarnya penghasilan dari responden yang nantinya akan mempengaruhi gaya hidup dan kemampuan daya beli seseorang terhadap produk Waroeng SS. Penyajian data pendapatan ini adalah pendapatan yang diterima oleh responden yang sudah bekerja maupun uang saku responden yang belum bekerja. Berikut ini disajikan responden berdasarkan tingkat pendapatan :

Tabel 2. 13
Pendapatan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	0 - 1.000.000	22 Orang	22
2	> 1.000.000-2.000.000	48 orang	48
3	> 2.000.000-3.000.000	15 orang	15
4	> 3.000.000-4.000.000	5 orang	5
5	> 4.000.000	10orang	10
	Jumlah	100 orang	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.13 di atas, responden dengan pendapatan antara >1.000.000-2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 48orang atau 48%. Hal ini dikarenakan penduduk sebagian besar merupakan mahasiswa yang masih mendapatkan uang saku dari pemberian orangtua.

2.8.7 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran.

Pengeluaran adalah biaya yang dikeluarkan seseorang untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Pengeluaran per bulan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengeluaran yang dikeluarkan responden baik untuk

membayar tempat tinggal apabila anak rantau, biaya hidup harian, maupun biaya untuk berbelanja.

Berikut ini komposisi responden berdasarkan tingkat pengeluaran dari konsumen Waroeng SS Cabang Banyumanik:

Tabel 2. 14
Pengeluaran Responden

No	Pengeluaran	Frekuensi	Persentase(%)
1	0 - 1.000.000	39 orang	39
2	> 1.000.000-2.000.000	43 orang	43
3	> 2.000.000-3.000.000	14 orang	14
4	> 3.000.000-4.000.000	0 orang	0
5	> 4.000.000	4 orang	4
	Jumlah	100 orang	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.14 di atas, responden dengan pengeluaran antara >1.000.000-2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 43 orang atau 43%. Hal ini dikarenakan penduduk sebagian besar merupakan mahasiswa yang masih banyak mengandalkan uang dari pemberian orangtua, sehingga dalam hal pengeluaran masih memikirkan biaya lain yang lebih diprioritaskan.

2.8.8 Responden Berdasarkan Intensitas Membeli di Waroeng SS Cabang Banyumanik.

Data mengenai jumlah intensitas responden membeli di Waroeng SS Cabang Banyumanik dimaksudkan untuk mengetahui seberapa sering responden membeli produk di Waroeng SS Cabang Banyumanik.

Pada Tabel 2.15 berikut merupakan data intensitas responden yang pernah membeli di Waroeng SS Cabang Banyumanik dalam kurun waktu 3 bulan:

Tabel 2. 15
Intensitas Responden Membeli dalam 3 bulan

No	Intensitas	Frekuensi	Persentase(%)
1	3 kali	57 orang	57
2	4 - 6 kali	26orang	26
3	7 - 10 kali	12orang	12
4	>10 kali	5 orang	5
	Jumlah	100 orang	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.15 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden membeli produk Waroeng SS Cabang Banyumanik sebanyak 3 kali, yakni sebanyak 57 responden atau sebesar 57%. Hal ini dikarenakan banyaknya pilihan tempat makan di lokasi sekitar Waroeng SS Cabang Banyumanik.