

**TUGAS AKHIR
(SKRIPSI)**

**ALASAN PEMILIHAN LOKASI KAFE
BERDASARKAN PENGUNJUNG DI
KECAMATAN LOWOKWARU - KOTA MALANG
(Koridor Jalan MT Haryono – Jalan Mertojoyo –
Jalan Bendungan Sigura gura – Jalan Gajayana)**

Disusun oleh :

**ACIK AKAR AFFANDI
08.24.038**



**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
(TEKNIK PLANOLOGI)
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
MALANG
2015**



Perkumpulan Pengelola Pendidikan Umum dan Teknologi Nasional Malang

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I :Jalan Bendungan sigura-gura No.2 Malang, Jawa Timur Telp. (0341) 551431,

Fax. (0341) 553015

Kampus II:Jalan Raya karanglo km 2 Telp.(0341) 417834 Malang

LEMBAR PENGESAHAN

Alasan Pemilihan Lokasi kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
(Koridor Jalan MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-gura – Gajayana).

Skripsi Dipertahankan Dihadapan Majelis Penguji Sidang Skripsi
Jenjang Strata Satu (S-1)

Pada : Hari Senin

Tanggal : 31 Agustus 2015

Diterima Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik

Disusun Oleh
Acik Akar Affandi
08.24.038

Disahkan Oleh,

Penguji I

Penguji II

Penguji III

Ir. Titiek Perwadi MT

Mania C. Endangwati ST, MT, MUM

Endang B. Santosa ST, MT

Mengetahui
Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)



Ida Soewarni, ST.,MT
NIP. Y. 1039 600 293



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Acik Akar Affandi

Nim : 08.24.038

Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)

Judul Skripsi : Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang (Koridor Jalan
MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-gura – Gajayana).

Menyatakan dengan sungguh-sungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Tugas Akhir ini adalah jiplakan/plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Malang, Agustus 2015
Yang Membuat Pernyataan



Acik Akar Affandi



Perkumpulan Pengelola Pendidikan Umum dan Teknologi Nasional Malang
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I :Jalan Bendungan sigura-gura No.2 Malang, Jawa TimurTelp. (0341) 551431,

Fax. (0341) 553015

Kampus II:Jalan Raya karanglo km 2 Telp.(0341) 417834 Malang

PERSETUJUAN SKRIPSI

Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
(Koridor Jalan MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-gura – Gajayana).

Disusun dan Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Teknik Planologi S-1
Institut Teknologi Nasional Malang

Disusun Oleh
Acik Akar Affandi
08.24.038

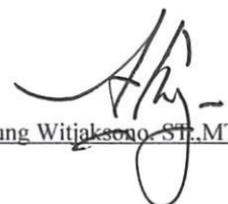
Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II



Ida Soewarni, ST.,MT



Agung Witjaksono, ST.,MTP

Mengetahui
Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)



Ida Soewarni, ST.,MT
NIP. Y. 1039 600 293



LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi) yang
Diadakan pada :

Nama : Acik Akar Affandi
Nim : 08.24.038
Hari/ Tanggal : Senin, 31 Agustus 2015
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)
Judul Skripsi : Alasan Pemilihan Lokasi kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
(Koridor Jalan MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-
gura – Gajayana).

terdapat kekurangan yang meliputi :

- o) *Terdapat* untuk variabel : - Gaya Hidup
- produk
- Harga
- lokasi

Malang, 31 Agustus 2015

Penguji I


In. Titiek Perwanti, MT



Perkumpulan Pengelola Pendidikan Umum dan Teknologi Nasional Malang

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I :Jalan Bendungan sigura-gura No.2 Malang, Jawa Timur Telp. (0341) 551431,

Fax. (0341) 553015

Kampus II:Jalan Raya karanglo km 2 Telp.(0341) 417834 Malang

LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi) yang
Diadakan pada :

Nama : Acik Akar Affandi
Nim : 08.24.038
Hari/ Tanggal : Senin, 31 Agustus 2015
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)
Judul Skripsi : Alasan Pemilihan Lokasi kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
(Koridor Jalan MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-
gura – Gajayana).

terdapat kekurangan yang meliputi :

Susunan I dan Susunan II tidak ada output?

Malang, 31 Agustus 2015

Penguji II

Maria C. Endangwati ST., M.UGM



LEMBAR PERBAIKAN

Dalam Sidang Komprehensif Tugas Akhir Tingkat Sarjana
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi) yang
Diadakan pada :

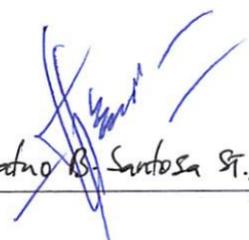
Nama : Acik Akar Affandi
Nim : 08.24.038
Hari/ Tanggal : Senin, 31 Agustus 2015
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota (Teknik Planologi)
Judul Skripsi : Alasan Pemilihan Lokasi kafe Menurut Pengunjung
Kecamatan Lowokwaru Kota Malang
(Koridor Jalan MT. Haryono – Mertojoyo - Sigura-
gura – Gajayana).

terdapat kekurangan yang meliputi :

- 1) Aspek spasialnya mana?
- 2) Hubungan Sasaran I dgn Sasaran II?
- 3) Penggunaan teori lidyawati? → cek variabelnya
- 4) Cara survey dgn teknik Sampling?
- 5) Apa hubungan Gaya hidup dgn Sasaran?
→ Element faktor penentu: dari teori mana?

Malang, 31 Agustus 2015

Penguji III


Endang B. Santosa ST., MT

THE REASONS FOR THE SELECTION THE CAFE FOR VISITORS

Acik Akar Affandi
marlborosuck@gmail.com

ABSTRACT

The phenomenon of the growth cafe as a 'ngopi' who seems to be a new history has reconstructed, not just the social orientation, design aesthetics and lifestyle typical, the more space function find themselves in people heart of many ages from a teenager to middle age. In Malang there are many night tourism to those who loved coffee. Cafe at this time of year 2015 not just a place to enjoy treats coffee course but now is considered or not cafe into new identity community, through bertemunya variety of, institutions, social status, and even identities multikultur. Method of surveying used researchers in the form of observation and the questionnaire. While methods used in the project is a method of analysis deskriptif qualitative, the weightings analysis / skoring and measurements likert scale to know the location of cafe election according to visitors. Used on the analysis result of that has been done, the result that is characteristic of visitors with a place ngopi prosentase largest was group after young child who also work as a student with aged between 18 - 26 years, and visiting hours at 5 - 7 afternoon on weekends. While for reasons election place ngopi location based on the analysis result in place ngopi shows that reason with largest prosentase election place ngopi location is the physical environment worth 31,3 % with sub-variabel covering lighting, room temperature, structuring the room, cleanliness, and comfort.

Keyword :Café , Characteristic Of Visitors, Likert Scale

ALASAN PEMILIHAN LOKASI KAFE MENURUT PENGUNJUNG

Acik Akar Affandi
marlborosuck@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena menjamurnya kafe sebagai tempat "Ngopi" yang tampaknya menjadi sejarah baru telah direkonstruksi, bukan hanya tingkat orientasi sosial, desain estetika dan gaya hidup yang khas, semakin banyak fungsi mendapatkan ruang mereka sendiri dalam hati orang-orang dari berbagai usia mulai dari remaja hingga paruh baya. Di Kota Malang terdapat banyak wisata malam untuk mereka yang sangat menyukai kopi. Kafe pada saat ini tahun 2015 bukan hanya sekedar tempat untuk menikmati suguhan kopi saja tapi sekarang secara disadari atau tidak kafe menjadi identitas baru masyarakat, melalui bertemunya beragam orang, lembaga, status sosial, dan bahkan identitas yang multikultur. Metode survei yang digunakan peneliti berupa observasi dan kuesioner. Sedangkan metode yang digunakan dalam pengerjaan analisa adalah metode deskriptif kualitatif, analisa pembobotan/skorings dan pengukuran skala likert untuk mengetahui alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung. Berdasarkan hasil analisa yang telah dilakukan, hasilnya yaitu karakteristik pengunjung tempat ngopi dengan prosentase terbesar adalah golongan anak usai muda yang berprofesi sebagai mahasiswa dengan umur antara 18 – 26 tahun, dan jam berkunjung pukul 5 – 7 sore pada akhir pekan. Sedangkan untuk alasan pemilihan lokasi tempat ngopi berdasarkan hasil analisa pada tempat ngopi menunjukkan bahwa alasan dengan prosentase terbesar pemilihan lokasi tempat ngopi adalah lingkungan fisik sebesar 31,3% dengan sub-variabel meliputi pencahayaan, temperatur ruangan, penataan ruangan, kebersihan, dan kenyamanan.

Kata Kunci : Kafe, Karakteristik Pengunjung, Skala Likert

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbi'l'alamiin, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan “Skripsi” dengan judul “Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi Menurut Pengunjung” dengan sebaik-baiknya. Adapun Skripsi ini dibuat sebagai syarat memperoleh gelar sarjana bagi mahasiswa di Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan, Institut Teknologi Nasional Malang.

Pengerjaan skripsi ini memberikan masukan yang sangat besar bagi penulis dalam memahami tahapan penyusunan skripsi dan secara akademik memahami permasalahan yang terjadi dalam perencanaan yang sebenarnya.

Selesainya Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terim kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati :

1. Terima kasih kepada kedua Orangtua yang selalu memberikan cinta yang tulus dan ikhlas, motivasi dan dukungan moril, materil serta dukungan do'a demi terselesainya skripsi ini.
2. Terima kasih kepada Ibu Ida Soewarni, ST.,MT. selaku dosen pembimbing I yang telah mencurahkan perhatian, bimbingan, do'a dan kepercayaan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Pak Agung Witjaksono, ST.,MT. selaku dosen pembimbing II yang selalu bijaksana memberikan bimbingan dan nasehat serta waktu selama penelitian dan penulisan skripsi ini.

4. Seluruh staf Dosen Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
5. Rekan-rekan planologi khususnya angkatan 2008 (Planature) atas kebersamaan dan bantuan yang sangat berarti bagi penulis.
6. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini, penulis hanya bisa berdo'a agar dimudahkan rezekinya, disempurnakan jodohnya, dan dilapangkan kuburnya, amiiiiin.

Penulis menyadari bahwa didalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, baik dalam hal penyajian maupun dalam pembahasan materi. Untuk itu, bimbingan, petunjuk serta kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Hanya kepada Allah SWT penulis serahkan segalanya mudah – mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya bagi kita semua.

Malang, Agustus 2015

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	i
Pemnyataan Keaslian Skripsi.....	ii
Persetujuan Skripsi.....	iii
Lembar Perbaikan.....	iv
Abstract	vii
Abstraksi	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Peta.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Dan Sasaran.....	7
1.3.1 Tujuan.....	7
1.3.2 Sasaran	7
1.4 Lingkup Studi	7
1.4.1 Lingkup Lokasi	7
1.5 Keluaran Yang Diharapkan.....	8
1.5.1 Keluaran Penelitian (Output).....	8
1.5.2 Kegunaan Penelitain	8
1.5.2.1 Bagi Peneliti	8
1.5.2.2 Bagi Masyarakat.....	9
1.5.2.3 Bagi Pemerintah Terkait.....	9
Bab II Tinjauan Pustaka.....	12
2.1 Sejarah Kopi Di Indonesia	12
2.2 Kopi	14
2.2.1 Pengertian Kopi.....	14
2.2.2 Jenis – Jenis Kopi.....	15
2.2.3 Manfaat Kopi	16
2.2.4 Industri Kopi Di Indonesia	18
2.2.5 Tempat Kopi.....	18
2.3 Konsumen	20
2.3.1 Pengertian Konsumen	20
2.3.2 Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Kopi	21
2.3.3 Tingkat Konsumsi	24

2.3.4	Persepsi Konsumen	25
2.3.5	Minat Beli Konsumen	25
2.3.6	Kualitas Layanan	27
2.4	Faktor Penentu Pemilihan Lokasi Kegiatan Ekonomi	27
2.5	Analisa Deskriptif Kualitatif	30
2.5.1	Reduksi Data	32
2.5.2	Penyajian Data	32
2.5.3	Menarik Kesimpulan/ Verifikasi	33
2.5.4	Meningkatkan Keabsahan Hasil	34
2.5.5	Narasi Hasil Analisis	35
BAB III METODE PENELITIAN		36
3.1	Metode Pengumpulan Data	36
3.1.1	Survey Pendahuluan	36
3.1.2	Survey Primer	37
3.2	Metode Pengolahan Data	42
3.2.1	Editing	42
3.2.2	Coding	43
3.2.3	Tabulating	43
3.3	Metode Analisa Data	44
3.3.1	Analisa Deskriptif Kualitatif	44
3.3.2	Analisa Skala Likert	49
BAB IV GAMBARAN UMUM		51
4.1	Orientasi Wilayah	51
4.2	Profil Wilayah Penelitian	51
4.3	Gambaran Tempat Ngopi Di Wilayah Penelitian	53
4.3.1	Karakteristik Tempat Ngopi dan Pengunjung	54
4.3.1.1	Karakteristik Pengunjung	54
4.3.1.2	Karakteristik Tempat Ngopi	57
4.4.1	Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi	65
BAB V ANALISA DAN HASIL PEMBAHASAN		84
Tabel 5.1 Jumlah Sampel Tiap – Tiap Tempat Ngopi		84
5.1	Analisis Karakteristik Pengunjung	84
5.1.1	Usia	85
5.1.2	Jenis kelamin	85
5.1.3	Pekerjaan	86
5.1.4	Jam Berkunjung	87
5.1.5	Hari Berkunjung	88

5.2. Analisis Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi.....	90
5.2.1 Analisa Gaya Hidup.....	90
5.2.2 Analisa Produk.....	92
5.2.3 Analisa Harga.....	93
5.2.4 Analisa Lokasi.....	95
5.2.5 Analisa Pelayanan.....	97
5.2.6 Analisa Lingkungan.....	98
Diagram 5.1	101
6. BAB VI	103
6.1 KESIMPULAN.....	103
6.2 REKOMENDASI.....	103

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Metode Pengerjaan Tugas Akhir “Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi Menurut Pengunjung”	11
Tabel 4.1 Lokasi Perguruan Tinggi Di Kecamatan Lowokwaru	52
Tabel 4.2 Tingkat Usia Pengunjung	54
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Pengunjung	55
Tabel 4.4 Jenis Pekerjaan Pengunjung	55
Tabel 4.5 Jam Berkunjung Pengunjung	56
Tabel 4.6 Hari Berkunjung Pengunjung	56
Tabel 4.8 Profil Grand Canyon Café	57
Table 4.9 Profil Logo Café	58
Tabel 4.10 Profil Kopi Miring Café	59
Tabel 4.11 Profil Boss Café	60
Tabel 4.12 Profil Rezzen Bakery and Coffe	61
Tabel 4.13 Profil Kedai Andika Eiskaffe	62
Tabel 4.14 Profil Reneo Café	63
Tabel 4.15 Profil PM Café	64
Tabel 4.16 Profil Ngopi Net	64
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner di Grand Canyon Coffee	66
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner di Logo Café	68
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner di Kopi Miring	70
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner di Boss Café	71
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner di Rezzen Café	73
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner di Kedai Andika Eskaffe	75
Tabel 4.23 Hasil Kuesioner di Reneo Café	77
Tabel 4.24 Hasil Kuesioner di PM Coffee	79
Tabel 4.25 Hasil Kuesioner di Ngopi Net	81
Tabel 5.2 Analisa Usia Pengunjung Tempat Ngopi	85
Tabel 5.3 Analisa Jenis Kelamin Pengunjung Tempat Ngopi	86
Tabel 5.4 Analisa Pekerjaan Pengunjung Tempat Ngopi	86
Tabel 5.5 Analisa Jam Berkunjung Pengunjung Tempat Ngopi	87
Tabel 5.6 Analisa Hari Berkunjung Pengunjung Tempat Ngopi	88
Tabel 5.7 Rekapitulasi Karakteristik Pengunjung Kafe	89
Tabel 5.8 Analisa Gaya Hidup Pengunjung Tempat Ngopi	91
Tabel 5.9 Analisa Produk Tempat Ngopi	92
Tabel 5.10 Analisa Harga Tempat Ngopi	93
Tabel 5.11 Analisa Lokasi Tempat Ngopi	95
Tabel 5.12 Analisa Pelayanan Tempat Ngopi	97
Tabel 5.13 Analisa Lingkungan Tempat Ngopi	99
Tabel 5.14 Rekapitulasi Alasan Pemilihan Tempat Ngopi	101

DAFTAR PETA

Peta 1.1.....	10
Peta 1.2.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Akibat perkembangan jaman dan krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia, membuat gaya hidup seseorang untuk mencari suatu hiburan menjadi berubah. Waktu mereka habis hanya untuk bekerja menghidupi keluarga sehingga waktu untuk mencari hiburan sudah hampir tidak ada. Hadirnya fenomena ini membuat para pengusaha mencium peluang bisnis yang menjanjikan, sehingga munculah banyak coffee shop atau kafe yang menawarkan konsep one stop shopping pengunjung dapat memperoleh keinginannya sekaligus dalam satu tempat misalnya pengunjung dapat menikmati hiburan yang disediakan di coffeeshop atau kafe tersebut sambil menikmati hidangan yang disediakan sekaligus sambil bekerja dengan memanfaatkan fasilitas hotspot atau wifi yang kini banyak ditawarkan di coffeeshop atau kafe-kafe di kota-kota wilayah industri atau kota-kota dimana banyak kelas menengah berada dalam hal ini termasuk pelajar dan mahasiswa. Menurut Frans M.Royan munculnya kafe di berbagai kota besar rupanya tidak hanya menguntungkan si pemilik kafe dan pencari kerja, hadirnya kafe juga melahirkan fenomena sosial dan budaya baru¹. Kafe bukan lagi sekedar tempat untuk minum teh, kopi dan menyantap makanan ringan sembari melepas kejenuhan dan melewatkan waktu, para pencinta kafe yang rutin berkunjung ke kafe-kafe, melihat ada banyak peluang dan manfaat yang dapat mereka dapatkan saat berkunjung ke kafe mereka menjadikan kafe sebagai tempat berkumpul, bersosialisasi, berkencan, bertukar pikiran, memperluas jaringan, berbisnis dll (Royan, 2004). coffeeshop atau kafe saat ini bersaing untuk menawarkan berbagai macam fasilitas, berbagai ragam makanan serta kualitas coffee shop yang selalu diperbaiki untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya agar lebih unggul dari .coffeeshop atau kafe yang lain. Banyak coffeeshop di Malang yang

¹ <http://www.diskusikripsi.com/2010/05/faktor-pembelian-di-cofee-shop.html> (diakses pada31 agustus 2015,pada pukul 15.35)

memberikan fasilitas-fasilitas seperti free hot spot, tempat yang nyaman untuk bertemu kolega dan juga banyak coffee shop yang lengkap dengan perpustakaan mini di sudut coffee shop. Sedangkan dari segi makanan atau hidangan, coffee shop atau kafe yang ada di Malang saat ini banyak yang menawarkan makanan atau minuman dengan harga terjangkau tetapi cukup memuaskan para pelanggannya. Sehingga konsumen yang datang tidak hanya bisa menikmati minuman atau hidangan yang telah dipesannya tetapi bisa browsing internet atau membaca buku di kafe tersebut dengan nyaman.

“Bagi jutaan orang, kopi adalah gairah yang nyata”. Kopi dikonsumsi setiap hari oleh 80% populasi orang dewasa². Kopi memang telah menjadi bagian erat dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Karena kopi adalah minuman paling banyak yang dikonsumsi di dunia, hampir semua orang di dunia mengenalnya. Kopi adalah sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan dan ekstraksi biji tanaman kopi yang dikeringkan kemudian dihaluskan menjadi bubuk. Di Indonesia sendiri kopi masuk pada tahun 1696 yang dibawa oleh bangsa belanda yang pada saat itu indonesia masih merupakan negara jajahan belanda. Kopi ini masuk melalui Batavia (sekarang Jakarta) yang dibawa oleh Komanda Pasukan Belanda Adrian Van Ommen dari Malabar – India³. Secara umum terdapat dua jenis kopi, yaitu arabika dan robusta. Kopi arabika tumbuh pada daerah dengan ketinggian 700-1700 mdpl. Suhu yang dimiliki adalah 16-20 °C. Faktanya, kopi ini berasal dari negara Etiopia dan juga Brasil. Kedua negara tersebut menguasai 70% pasar kopi secara global⁴. Dari segi rasa, Ciri-ciri kopi arabika adalah aroma yang wangi, hidup pada daerah yang dingin dan sejuk, memiliki rasa yang sedikit asam, rasa kental dimulut, pahit, dan juga memiliki tekstur lebih halus. kopi arabika memiliki banyak variasi rasa yang beragam. Rasa dari kopi tersebut dapat lembut, manis, tajam, dan juga kuat, bahwa sebelum disangrai aroma dari kopi ini mirip dengan blueberry. Akan tetapi, setelah disangrai, kopi tersebut akan memiliki aroma buah-buahan manis. Faktanya, harga

² : <http://www.akuingsukses.com/fakta-sebenarnya-tentang-mitos-minum-kopi/> (diakses pada 10 mei 2015, pukul 10.15 WIB)

³ <http://www.aeki-aice.org/page/sejarah/id> (diakses pada 10 mei 2015, pukul 10.20 WIB)

⁴ <http://www.ottencoffee.co.id/majalah/192/> (diakses pada 10 mei 2015, pukul 11.05 WIB)

biji kopi arabica lebih tinggi bila dibandingkan dengan kopi robusta. Aroma biji kopi yang baik setidaknya berasal dari biji kopi yang sudah berumur 8 tahun. Biji kopi dijemur dibawah sinar matahari, lalu kopi disimpan dalam karung goni selama 5 tahun untuk robusta dan 8 tahun untuk arabica³.

Fenomena menjamurnya tempat kopi tak lepas dari kebiasaan atau budaya minum kopi suatu masyarakat di desa maupun di kota. Budaya minum kopi di setiap negara atau kota berbeda-beda. Misalnya di Kota Vienna (Austria), kebiasaan minum kopi pagi hari di tempat kopi sudah menjadi aktifitas wajib penduduk lokalnya. Tempat kopi dengan ciri khas yang mewah dan elegan menjadi warisan budaya Austria. Kemudian di negara Selandia Baru, Kota Wellington merupakan tempat favorit warga Selandia Baru untuk menikmati minuman kopi. Selanjutnya sejak tahun 1900-an Amerika Utara dikenal sebagai tempat lahirnya budaya minum kopihampir disetiap blok tersedia tempat kopi. Di negara inilah kopi ternama (*Starbucks*) didirikan, tepatnya pada tahun 1971 di Kota Seattle. Sementara itu, jauh sebelum tempat kopi khusus pertaman terkenal di Amerika, orang-orang Turki sudah duluan menikmati hidup dengan budaya tempat kopi sejak tahun 1500-an.

Pada dasarnya tempat kopi identik dengan kalangan paruh baya, hal ini didasari karena pelanggan yang sering datang ke tempat kopi adalah orang-orang yang sudah paruh baya, namun seiring perkembangan zaman tempat kopi tidak hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja tapi mencakup berbagai elemen, mulai dari orang tua, anak muda bahkan anak-anak pun sering berada di tempat kopi dengan didampingi orang tuanya. Tempat kopi erat hubungannya dengan ruang publik, fungsi tempat kopi tersebut yang memungkinkan menjadi ruang yang dapat dinikmati, ditempati oleh siapa saja. Fungsi tersebut menghadirkan tempat kopi menjadi ruang yang bebas bagi siapa saja. Bagi kaum muda khususnya pelajar dan mahasiswa, tempat kopi lebih dimanfaatkan untuk mengerjakan tugas, diskusi kelompok, bahkan rapat organisasi. Sedangkan kaum tua tempat kopi lebih dimanfaatkan sebagai tempat melakukan perbincangan

³ Maialah Citilink – Linkers edisi Mei 2015. (perjalanan pulang kampung ke Lombok dari Bandara Juanda menuju Bandara Internasional Lombok, tanggal 20 Mei 2015, pukul 04.45 WIB)

berupa opini-opini terkait dinamika politik, sosial ekonomi, kebudayaan, serta tempat melakukan negosiasi dan kesepakatan kerjasama bisnis. Selain itu juga tempat kopi di Kota Malang juga menyajikan suasana kemeriahan dan *euforia* seperti kegiatan menonton bareng pertandingan sepak bola dan terselenggaranya berbagai event menarik di tempat kopi tersebut.

Pada saat ini tahun 2015 tempat kopi telah mengalami pergeseran makna, yang mana mengunjungi kafe tempat kopi bukan hanya sebagai tempat sebagian orang melakukan aktivitas konsumsi akan tetapi mengunjungi tempat kopi juga merupakan salah satu gaya hidup bagi sebagian masyarakat saat ini. Seiring perubahan fisik juga tampak pada berdirinya tempat kopi yang bernuansa moderen, kecenderungan lahirnya *coffeshop* (modern) maka bisa menimbulkan adanya jarak dikalangan konsumen yang mengunjungi tempat tersebut. Karena tempat kopi menyediakan berbagai fasilitas baik dari segi menu maupun prasarana yang berbeda dari tempat kopi pada umumnya.

Pada awalnya ngopi hanyalah mengisi waktu luang dan tempat untuk istirahat dari kepenatan. Namun perkembangan ngopi menjadi sebuah gaya hidup. Komunitas *lifestyle* ini telah melahirkan sebuah subkultur baru. Bagi pecinta kopi dengan racikan sendiri di rumah atau di tempat kerja akan terasa berbeda ketika mereka menikmati kopi di tempat kopi. Entah karena racikan atau suasananya. Tetapi kemungkinan faktor fenomena ini adalah bagaimana situasi dan kondisi dalam menikmati kopi mempengaruhi rasa dalam ngopi itu sendiri.

Melihat fenomena tempat kopi yang muncul menjadi wahana sejarah baru yang akan selalu di rekonstruksi, tidak hanya tingkat orientasi transaksionistisnya, pola estetis dan gaya khas, tetapi kini fungsinya semakin mendapat perhatian di hati publik. Secara disadari atau tidak tempat kopi menjadi identitas baru masyarakat, melalui bertemunya beragam orang, lembaga, status sosial, dan bahkan identitas yang multikultur. Tetapi tradisi ngopi juga bukan sekedar soal keakraban, didalamnya kerap terjadi pertukaran informasi dan wacana, Pengembangan wawasan, media bisnis bahkan menjadi media tukar informasi lintas generasi, sering terjadi kesepakatan kerjasama mulai dari janji lanjutan hingga tanda tangan kontrak. Sebagian besar masyarakat tidak pernah lepas dari

hiruk pikuk kesehariannya bersama tempat kopi. Tempat kopi telah menjadi sarana bagi publik dalam menjalani hari disela-sela melakukan aktifitas rutin. Tak ubahnya tempat kopi di Kota Malang terus menunjukkan wajah kehidupan yang humanistik terhadap masyarakatnya.

Keberadaan tempat kopi di Kota Malang juga memenuhi kebutuhan masyarakatnya akan hal-hal baru yang tidak ditemui selain di tempat kopi. Tidak aneh rasanya bila para pengunjung berkumpul mampu menciptakan suasana publik di tempat kopi. Tempat kopi selalu dijadikan opsi untuk melakukan interaksi oleh masyarakat khususnya di Kota Malang. Sebenarnya orang-orang mengunjungi tempat kopi untuk mencari lawan bicara, sehingga tidak jarang tempat kopi yang luput dari hiruk pikuk percakapan. Selain itu tidak sedikit orang yang mengaku tempat kopi dapat memberikan inspirasi dan informasi. Hal ini tidak lepas dari salah satu manfaat tempat kopi yaitu sebagai tempat menemukan ide dan gagasan. Terlebih lagi pada masa sekarang ini, dimana Kota Malang semakin bergerak maju menjadi kota yang bertaraf modern. Hal ini dapat dilihat dengan berbagai pembangunan baik infrastruktur maupun suprastruktur yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Malang. Banyaknya mahasiswa yang datang ke Kota Malang menimbulkan dampak yang positif dalam bidang bisnis, dengan banyaknya jumlah mahasiswa yang datang tentu saja bisa dijadikan sarana untuk mencari keuntungan bagi para pelaku usaha, sehingga bisa membuka peluang baru bagi para warga kota Malang untuk meningkatkan omset dengan berwirausaha. Banyaknya mahasiswa yang didominasi anak muda di Kota Malang juga mendorong maraknya jumlah tempat yang sudah ada di Kota Malang. Mulai dari tempat yang murah meriah sampai tempat yang mewah ada di Kota Malang ini. Masing – masing dari mereka mempunyai cara tersendiri menggaet para konsumen. Bisa dikatakan tempat kopi saat ini adalah sebagai sarana rileksasi yang dibutuhkan oleh masyarakat Kota Malang, terutama dari kalangan anak muda dan pekerja yang ingin melepas kepenatan setelah menjalankan rutinitas mereka sehari-hari. Menurut Carmona, dkk (2010), menyebutkan bahwa dalam menentukan relativitas 'ke-publik-an' suatu ruang, maka harus memenuhi tiga unsur yakni kepemilikan fungsi, akses, dan kegunaan. Dalam hal ini, tempat kopi

di Kota Malang memiliki kepemilikan yang netral, dapat diakses oleh publik dan digunakan secara bersama-sama oleh seluruh lapisan masyarakat, sehingga tempat kopi kian menjelma menjadi ruang vital bagi kehidupan publik. Keberagaman ini tak mengenal tingkat usia, jenis kelamin maupun status sosial dan membuktikan bahwa tempat kopi diyakini erat pemanfaatannya sebagai ruang publik dan karakteristik masyarakat pada umumnya. Menurut Madanipour (2003), sejauh ini masyarakat kota telah mansirkan berbagai skala ruang kota untuk digunakan sebagai ruang publik yang seharusnya dan sebelumnya mereka telah memahami bagaimana ruang-ruang publik tersebut terbentuk. Untuk memenuhi kebutuhan akan nilai-nilai tersebut, dari sisi keruangan salah satunya bisa dipenuhi dengan menghadirkan ruang publik yang memadai di tengah perkotaan. Kualitas masyarakat ditentukan juga oleh ketersediaan ruang publik yang memberikan kualitas dalam berinteraksi sosial, penyaluran kegemaran yang pada akhirnya memberikan rasa nyaman, bahagia, sekaligus menambah rasa cinta masyarakat untuk melakukan berbagai hal di kotanya.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Malang merupakan Kota terbesar kedua di Provinsi Jawa Timur, Setelah Surabaya. Kota ini memiliki sejumlah kafe tempat minum kopi terbaik yang menjadi favorit. Beberapa tempat kopi yang ada di Kota Malang adalah seperti D'Excelso cafe, Java Dancer cafe, Van Oosten, Coffee Taste, Koku Kopitiam, Cinnamon Snack and Coffee, Tempat kopi Espresso Bar, Jordan Kafe Sera, The Harvest, dan Busker Beans Coffee. Ruang yang baik adalah sebuah tempat yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya untuk berinteraksi. Tempat kopi yang mengalami pertumbuhan pesat di kota Malang sebanding dengan minat para kaum muda untuk mendatangi tempat-tempat kopi.

Pertumbuhan tempat kopi tersebut akan terus meningkat seiring dengan kian banyaknya jumlah kaum muda, terutama mahasiswa yang berdatangan setiap tahun ke kota Malang. Tempat kopi pada saat ini tahun 2015 dijadikan sebagai ruang di mana terjadi interaksi sosial sesama kaum muda. Sehingga, tempat kopi merupakan penggalang modal sosial. Bagi kehidupan sosial, tempat kopi merupakan arena di mana orang-orang bebas mengemukakan pendapat dan

aspirasi. Melihat perkembangan yang ada di Kota Malang saat ini, kegiatan ngopi sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi masyarakat. Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas di atas, maka diharapkan didalam kajian penelitian dapat mengidentifikasi permasalahan yang ada antara lain, yaitu :

1. Bagaimana karakteristik pengunjung kafe ?
2. Bagaimana Alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung ?.

1.3 TUJUAN DAN SASARAN

Guna lebih jelas tujuan dan sasaran dari penelitian ini akan dijabarkan dalam sub bab di bawah ini.

1.3.1 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik pengunjung kafe dan alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

1.3.2 Sasaran

Sedangkan sasaran untuk mencapai tujuan tersebut adalah :

1. Identifikasi karakteristik Pengunjung kafe.
2. Identifikasi Alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung.

1.4 LINGKUP STUDI

Lingkup studi yang di maksud di sini meliputi lingkup lokasi yang bertujuan untuk memberikan batasan secara jelas lokasi yang di pilih sebagai obyek penelitian dan lingkup materi yang di bahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.4.1 Lingkup Materi

Dengan adanya keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, serta sesuai tujuan penelitian yang ingin dicapai maka penelitian ini dibatasi pada kajian materi adalah kafe yang hanya menyediakan tempat ngopi dengan suasana nyaman di dalam gedung bukan berada di pinggir jalan. Bukan kafe tempat berdansa dan yang menyajikan minuman beralkohol.

1.4.2 Lingkup Lokasi

Lingkup lokasi yang di jadikan sebagai lokasi penelitian adalah sepanjang ruas Jalan MT Haryon, Jalan Mertojoyo, Jalan Sigura-gura dan Jalan Gajayana. Alasan pemilihan lokasi ini karena di kecamatan Lowokwaru itu sendiri yang perkembangannya sangat pesat dalam hal usaha bisnis *franchise* dibanding dengan kecamatan lain di Kota Malang dan berdekatan dengan lingkungan Perguruan Tinggi. Selain itu, kawasan yang dipilih sebagai lokasi penelitian sudah cukup untuk mempresentasikan karakteristik tempat kopi di seluruh penjuru di Kota Malang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta 1.1 berikut.

1.5 KELUARAN YANG DIHARAPKAN

Pada bagian ini berisikan tentang keluaran (output) dari setiap sasaran yang sudah disebutkan pada bagian bab sebelumnya, selain output juga akan membahas mengenai kegunaan/manfaat dari penelitian ini, yang dibagi dalam tiga sasaran yaitu manfaat penelitian terhadap peneliti, manfaat penelitian terhadap pemerintah dan manfaat penelitian terhadap masyarakat.

1.5.1 Keluaran Penelitian (Output)

Keluaran penelitian (output) merupakan hasil yang akan dicapai oleh peneliti melalui penelitian yang dilakukan. Sebelum tujuan tersebut dicapai, terlebih dahulu menetapkan sasaran dengan menggunakan metode penelitian yang digunakan. Keluaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sasaran I : Mengidentifikasi karakteristik Pengunjung Kafe.
2. Sasaran II : Mengidentifikasi alasan pemilihan lokasi tempat kopi yang sesuai menurut pengunjung.

1.5.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan (manfaat) penelitian adalah manfaat dari dilakukannya penelitian tersebut, baik kegunaan penelitian terhadap peneliti, kegunaan penelitian terhadap pemerintah dan kegunaan penelitian terhadap masyarakat. Detailnya akan dibahas dibawah ini.

1.5.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian mengenai Identifikasi karakteristik Kafe Tempat Kopi di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi peneliti khususnya Kegunaan penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam pengembangan wawasan dan ide dalam mengkaji dan menghasilkan solusi untuk kegiatan penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun kegunaan yang bisa dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

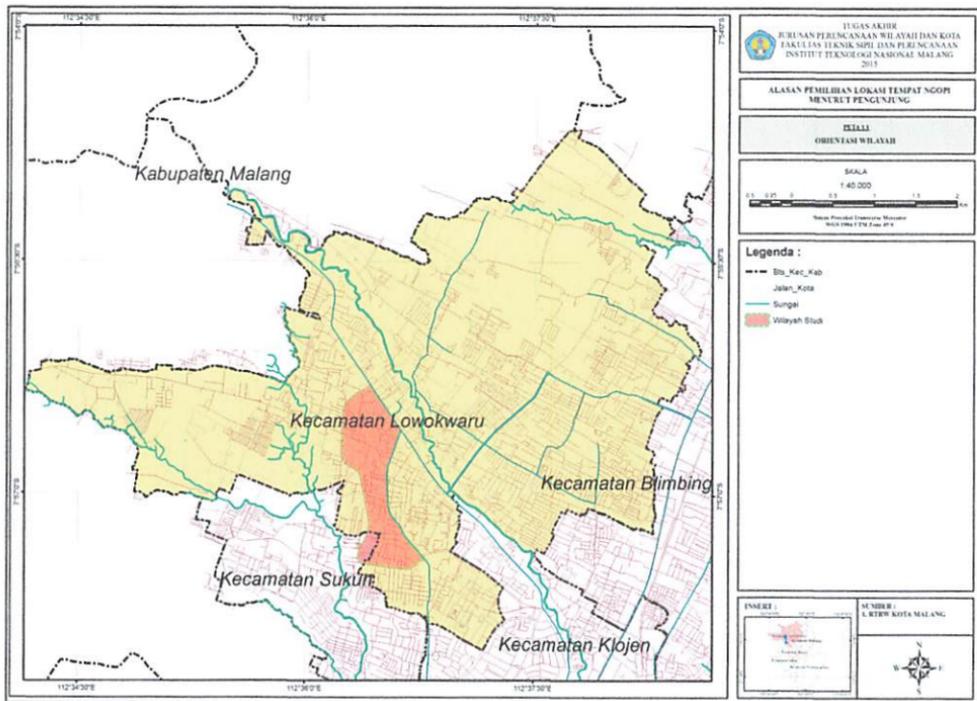
- a. Menggambarkan karakteristik pengunjung kafe tempat ngopi yang ada di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
- b. Menggambarkan alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung yang ada di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

1.5.2.2 Bagi Masyarakat

Kegunaan penelitian untuk masyarakat merupakan manfaat yang dapat ditujukan kepada masyarakat sebagai pengunjung kafe tempat ngopi. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat akan mengetahui bagaimana karakteristik kafe di Kecamatan Lowokwaru di Kota Malang sehingga masyarakat mampu memanfaatkan lokasi-lokasi tersebut sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat itu sendiri. Selain itu masyarakat juga akan mengetahui bagaimana kondisi tempat kopi yang ada di Kecamatan Lowokwaru di Kota Malang serta dapat dijadikan usulan atau masukan bagi masyarakat dalam memilih tujuan untuk melakukan kegiatan berkumpul atau hal lainnya di tempat kopi di Kota Malang.

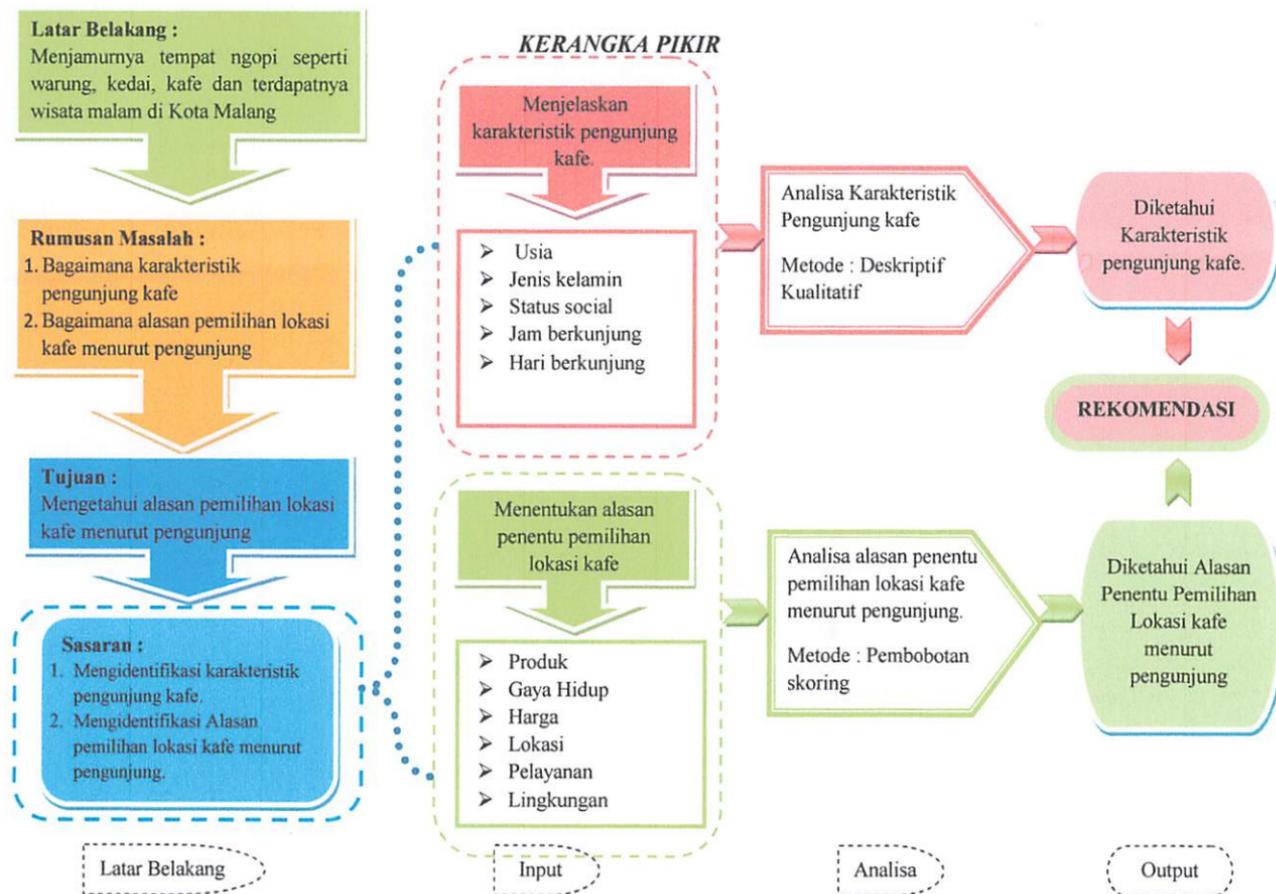
1.5.2.3 Bagi Pemerintah Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan input pertimbangan bagi pemerintah dalam penyediaan fasilitas yang sesuai di ruang publik sebagai sarana untuk masyarakat dalam melakukan kegiatan berkumpul, berkomunikasi, berolahraga sehingga dapat terciptanya pemanfaatan ruang yang sesuai dengan perilaku dan preferensi masyarakat.



Tabel 1.1
Metode Pengerjaan Tugas Akhir
“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung”

NO.	SASARAN	VARIABEL DATA	JENIS DATA	SUMBER DATA	TEKNIK ANALISIS	OUTPUT
1.	Mengetahui Karakteristik Pengunjung Kafe	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Usia ❖ Jenis Kelamin ❖ Status Sosial ❖ Jam Berkunjung ❖ Waktu Berkunjung 	Data Primer Dengan Kuesioner	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Observasi Lapangan ❖ Responden Pengunjung Kafe 	Deskriptif Kuantitatif	Identifikasi Karakteristik Pengunjung Kafe
2.	Mengetahui Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Produk ❖ Gaya Hidup ❖ Harga ❖ Lokasi ❖ Pelayanan ❖ Lingkungan 	Data Primer Dengan Kuesioner	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Observasi Lapangan ❖ Responden Pengunjung Kafe 	Deskriptif Kuantitatif Metode Pembobotan / Skoring	Identifikasi Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada tahun 2015 ini, jumlah tempat kopi di Kota Malang semakin meningkat. Tentunya masing – masing tempat kopi memiliki karakteristik yang berbeda sehingga memberikan pengaruh tersendiri bagi konsumennya. Keberadaan tempat kopi di Kota Malang juga memenuhi kebutuhan masyarakatnya akan hal-hal baru yang tidak ditemui selain di tempat kopi. Pada dasarnya tempat kopi identik dengan kalangan paruh baya, hal ini didasari karena pelanggan yang sering datang ke tempat kopi adalah orang-orang yang sudah paruh baya, namun seiring perkembangan zaman tempat kopi tidak hanya dinikmati oleh kalangan tertentu saja tapi mencakup berbagai elemen, mulai dari orang tua, anak muda bahkan anak-anak pun sering berada di tempat kopi dengan didampingi orang tuanya. Tempat kopi yang mengalami pertumbuhan pesat di kota Malang sebanding dengan minat para kaum muda untuk mendatangi tempat-tempat kopi. Pertumbuhan tempat kopi tersebut akan terus meningkat seiring dengan kian banyaknya jumlah kaum muda, terutama mahasiswa yang berdatangan setiap tahun ke kota Malang.

Referensi mengenai tipologi dan karakter lokasi tempat kopi berdasarkan karakter konsumen menjadi sangat penting untuk menguatkan analisis dalam penelitian ini, karena itu dalam bab ini akan meninjau referensi-referensi terkait tujuan penelitian untuk dirumuskan menjadi landasan penelitian beserta variabel yang akan digunakan.

2.1 PENGERTIAN KAFE

Pengertian Kafe yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman ringan disertai dengan hiburan-hiburan seperti live music ataupun pertunjukan pertunjukan lainnya serta dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang memadai. Hal ini didukung dengan definisi yang dikemukakan dalam situs wikipedia, yang mendefinisikan coffeeshop atau kafe adalah: suatu tempat yang mempunyai karakteristik gabungan dari bar dengan

rumah makan atau restoran, tetapi dalam hal ini coffeeshop atau kafe banyak menyediakan minuman ringan seperti teh ataupun kopi dan juga makanan ringan tetapi ada juga sebagian kafe yang menyediakan minuman beralkohol¹. Definisi coffeeshop yang lain adalah menurut keputusan walikota Surakarta no 11 tahun 2001 pasal 1 adalah: Usaha komersil yang ruang lingkup kegiatannya menyediakan pelayanan makanan dan minuman ringan disertai fasilitas dengan pemain tunggal atau tape recorder dan tanpa tempat melantai atau menari, diperuntukkan bagi orang yang berumur diatas 17 tahun. (Walikota Surakarta, 2001:3). Definisi-definisi tersebut diatas dapat menjadi acuan peneliti dalam membatasi coffeshop atau kafe seperti apa yang akan diteliti oleh peneliti. Dalam penelitian tentang “Alasan Pemilihan Kafe Menurut Pengunjung”

2.2 SEJARAH KOPI DI INDONESIA

Kopi pertama kali masuk ke Indonesia tahun 1696 dari jenis kopi Arabika. Kopi ini masuk melalui Batavia (sekarang Jakarta) yang dibawa oleh Komandan Pasukan Belanda Adrian Van Ommen dari Malabar - India, yang kemudian ditanam dan dikembangkan di tempat yang sekarang dikenal dengan Pondok Kopi -Jakarta Timur, dengan menggunakan tanah partikelir Kedauung. Sayangnya tanaman ini kemudian mati semua oleh banjir, maka tahun 1699 didatangkan lagi bibit-bibit baru, yang kemudian berkembang di sekitar Jakarta dan Jawa Barat antara lain di Priangan, dan akhirnya menyebar ke berbagai bagian dikepulauan Indonesia seperti Sumatera, Bali, Sulawesi dan Timor.

Kopi pun kemudian menjadi komoditas dagang yang sangat diandalkan oleh VOC. Tahun 1706 Kopi Jawa diteliti oleh Belanda di Amsterdam, yang kemudian tahun 1714 hasil penelitian tersebut oleh Belanda diperkenalkan dan ditanam di Jardin des Plantes oleh Raja Louis XIV.

Ekspor kopi Indonesia pertama kali dilakukan pada tahun 1711 oleh VOC, dan dalam kurun waktu 10 tahun meningkat sampai 60 ton / tahun. Hindia Belanda saat itu menjadi perkebunan kopi pertama di luar Arab dan Ethiopia, yang menjadikan VOC memonopoli perdagangan kopi ini dari tahun 1725 – 1780.

¹ http://en.wikipedia.org/wiki/Coffee_shop diakses pada 2 agustus 2015 pada pukul 15.03

Kopi Jawa saat itu sangat terkenal di Eropa, sehingga orang-orang Eropa menyebutnya dengan “ secangkir Jawa”. Sampai pertengahan abad ke 19 Kopi Jawa menjadi kopi terbaik di dunia.

Produksi kopi di Jawa mengalami peningkatan yang cukup signifikan, tahun 1830 – 1834 produksi kopi Arabika mencapai 26.600 ton, dan 30 tahun kemudian meningkat menjadi 79.600 ton dan puncaknya tahun 1880 -1884 mencapai 94.400 ton.

Selama 1 3/4 (Satu – tiga perempat) abad kopi Arabika merupakan satu-satunya jenis kopi komersial yang ditanam di Indonesia. Tapi kemudian perkembangan budidaya kopi Arabika di Indonesia mengalami kemunduran hebat, dikarenakan serangan penyakit karat daun (*Hemileia vastatrix*), yang masuk ke Indonesia sejak tahun 1876. Akibatnya kopi Arabika yang dapat bertahan hidup hanya yang berada pada ketinggian 1000 m ke atas dari permukaan laut, dimana serangan penyakit ini tidak begitu hebat. Sisa-sisa tanaman kopi Arabika ini masih dijumpai di dataran tinggi ijen (Jawa Timur), Tanah Tinggi Toraja (Sulawesi Selatan), lereng bagian atas Bukit Barisan (Sumatera) seperti Mandhailing, Lintong dan Sidikalang di Sumatera Utara dan dataran tinggi Gayo di Nangroe Aceh Darussalam.

Untuk mengatasi serangan hama karat daun kemudian Pemerintah Belanda mendatangkan Kopi Liberika (*Coffea Liberica*) ke Indonesia pada tahun 1875. Namun ternyata jenis ini pun juga mudah diserang penyakit karat daun dan kurang bisa diterima di pasar karena rasanya yang terlalu asam. Sisa tanaman Liberica saat ini masih dapat dijumpai di daerah Jambi, Jawa Tengah dan Kalimantan.

Usaha selanjutnya dari Pemerintah Belanda adalah dengan mendatangkan kopi jenis Robusta (*Coffea Canephora*) tahun 1900, yang ternyata tahan terhadap penyakit karat daun dan memerlukan syarat tumbuh serta pemeliharaan yang ringan, sedangkan produksinya jauh lebih tinggi. Maka kopi Robusta menjadi cepat berkembang menggantikan jenis Arabika khususnya di daerah – daerah dengan ketinggian di bawah 1000 m dpl dan mulai menyebar ke seluruh daerah baik di Jawa, Sumatera maupun ke Indonesia bagian timur.

Semenjak Pemerintah Hindia Belanda meninggalkan Indonesia, perkebunan rakyat terus tumbuh dan berkembang, sedangkan perkebunan swasta hanya bertahan di Jawa Tengah, Jawa Timur dan sebagian kecil di Sumatera; dan perkebunan negara (PTPN) hanya tinggal di Jawa Timur dan Jawa Tengah².

2.3 KOPI

2.3.1 Pengertian Kopi

Kopi merupakan sejenis minuman yang berasal dari proses pengolahan biji tanaman kopi. Kopi digolongkan ke dalam famili *Rubiaceae* dengan *genus Coffea*. Secara umum kopi hanya memiliki dua spesies yaitu *Coffea arabica* dan *Coffea robusta* (Saputra E., 2008). Kopi merupakan suatu jenis minuman berwarna hitam pekat yang mampu memberikan cita rasa unik bagi yang meminumnya. Bahkan tidak sedikit orang menjadi kecanduan karena cita rasa kopi karena adanya kandungan kafein yang terdapat didalam kopi itu sendiri. Jumlah kandungan kafein dalam kopi adalah antara 1 hingga 1,5 %. Kopi merupakan sebuah jenis minuman yang berasal dari hasil pengolahan biji kopi yang telah dipanggang dan digiling menjadi bubuk kopi. Minuman ini terkenal dengan khasiatnya dalam menghindari kantuk, selain itu kopi juga mempunyai efek lainnya yang baik maupun buruk untuk kesehatan. Jenis kopi yang paling banyak digunakan adalah jenis arabika dan robusta, masing masing biji memiliki cita rasa tersendiri dari daerah asalnya masing-masing³.

2.3.2 Jenis – Jenis Kopi

Berdasarkan jenisnya kopi dibedakan atas 2 jenis yaitu sebagai berikut :

1. Kopi Robusta

Kopi robusta berasal dari kata *robust* yang artinya kuat, sesuai dengan gambaran postur (*body*) atau tingkat kekentalannya yang kuat. Kopi robusta bukan merupakan spesies karena jenis ini turunan dari spesies *Coffea canephora*. Robusta dapat tumbuh di dataran rendah, namun lokasi paling baik untuk membudidayakan tanaman ini pada ketinggian 400-800 meter

² Sumber : <http://www.aeki-aice.org/page/sejarah/id> (diakses pada 20 Juni 2015, pukul 10.13 WIB)

³ Sumber : <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-01603-MN%20Bab2001.pdf> (diakses pada 20 Juni 2015, pukul 10.16 WIB)

dpl. Suhu optimal bagi perkembangan kopi robusta berkisar 24-30°C dengan curah hujan 2000-3000 mm per tahun. Kopi robusta sangat cocok ditanam di daerah tropis yang basah. Dengan budidaya intensif akan mulai berbuah pada umur 2,5 tahun. Agar berbuah dengan baik, tanaman ini membutuhkan waktu kering 3-4 bulan dalam setahun dengan beberapa kali turun hujan. Tanaman kopi robusta menghendaki tanah yang gembur dan kaya bahan organik. Tingkat keasaman tanah (pH) yang ideal untuk tanaman ini 5,5-6,5. Kopi robusta dianjurkan dibudidayakan dibawah naungan pohon lain⁴.

2. Kopi Arabica

Kopi arabika (*Coffea arabica*) berasal dari hutan pegunungan di Etiopia, Afrika. Di habitat asalnya, tanaman ini tumbuh dibawah kanopi hutan tropis yang rimbun. Kopi arabika banyak ditumbuh di dataran dengan ketinggian di atas 500 meter dpl. Kopi arabika akan tumbuh maksimal bila ditanam diketinggian 1000-2000 meter dpl. Dengan curah hujan berkisar 1200-2000 mm per tahun. Suhu lingkungan paling cocok untuk tanaman ini berkisar 15-24°C. Tanaman ini tidak tahan pada temperatur yang mendekati beku dibawah 4°C. Untuk berbunga dan menghasilkan buah, tanaman kopi arabika membutuhkan periode kering selama 4-5 bulan dalam setahun. Biasanya pohon arabika akan berbunga diakhir musim hujan. Bila bunga yang baru mekar tertimpa hujan yang deras akan menyebabkan kegagalan berbuah. Kopi arabika menyukai tanah yang kaya dengan kandungan bahan organik. Material organik tersebut digunakan tanaman untuk sumber nutrisi dan menjaga kelembaban. Tingkat keasaman atau pH tanah yang diinginkan kopi arabika berkisar 5,5-6⁵.

2.3.3 Manfaat Kopi

Kopi hampir semua orang di dunia mengenalnya, kopi memang sudah menjadi tradisi dan hobi tersendiri bagi para penikmat kopi. Berikut adalah beberapa manfaat kopi antara lain⁶ :

⁴ Sumber : <http://alamtani.com/kopi-robusta.html> (diakses pada 10 Mei 2015, pukul 11.20 WIB)

⁵ Sumber : <http://alamtani.com/kopi-arabika.html> (diakses pada 10 Mei 2015, pukul 11.21 WIB)

⁶ Sumber : <http://www.manfaatkopi.com/> (diakses pada 25 mei 2015, pukul 12.13 WIB)

1. Kopi Dapat Mencegah Timbulnya Penyakit Jantung

Kandungan yang terdapat dalam kopi dapat menghindarkan dari penyakit jantung bahkan stroke, hal tersebut diperkuat dengan adanya hasil penelitian dari sejumlah 83000 wanita dalam usia 24 tahun memiliki resiko 18% lebih rendah jika dibanding dengan yang tidak mengkonsumsi kopi. Penelitian tersebut mereka meminum kopi 2-3 cangkir kopi dalam satu hari.

2. Kopi Dapat Mencegah Resiko Kanker Dan Diabetes

Dari hasil riset yang dilakukan oleh peneliti di seluruh dunia didapatkan hasil bahwa penyakit kanker hati, kanker payudara dan kanker usus besar dapat dicegah dengan cara mengkonsumsi kopi. Studi penelitian menemukan bahwa kopi dapat mengurangi tingkat gula darah pada penderita diabetes. Karena kandungan yang terdapat dalam kopi dapat meningkatkan laju metabolisme tubuh.

3. Kopi Dapat Mencegah Resiko Kanker Mulut Dan Melindungi Gigi

Senyawa dalam kopi bermanfaat mencegah terjadinya resiko kanker mulut, membatasi pertumbuhan sel kanker. Selain itu kopi memiliki sifat anti bakteri dan anti perekat yang sangat baik dan memungkinkan untuk menyembuhkan berbagai masalah berkaitan dengan kesehatan mulut, termasuk gigi berlubang, pembedakan plak dan infeksi gusi.

4. Kopi Sebagai Pembangkit Stamina Dan Energi Ekstra

Mekanisme kerja zat kafein dalam tubuh bersaing dengan fungsi adenosin dalam tubuh kita. Adenosin sendiri merupakan senyawa yang terdapat dalam sel otak berfungsi membuat orang cepat tidur. Kandungan kafein dapat memperlambat gerak sel-sel tubuh sehingga tubuh tidak mudah lelah.

5. Kopi Dapat Mengurangi Rasa Sakit Kepala

Menurut Seimur Damond, M.D dari Chicago's Diamond Hadche Clinic, bahwa kandungan kafein pada kopi dapat mengurangi derita sakit kepala. Penderita sakit kepala atau migran ringan terbukti dapat disembuhkan dengan meminum secangkir kopi pekat.

6. Kopi Mengatasi Perubahan Suasana Hati Dan Depresi

Minum kopi secara teratur sesuai dengan porsi dapat memaksimalkan kerja otak lebih baik. Kandungan antioksidan yang terdapat dalam kopi dapat menangkal kerusakan sel otak dan membantu jaringan saraf untuk bekerja lebih baik. Hal ini dapat merangsang indera kita untuk meningkatkan laju metabolisme, sehingga meningkatkan kemampuan dalam berkonsentrasi, mengatasi perubahan suasana hati bahkan depresi.

Dalam dunia kedokteran, kafein sering digunakan sebagai perangsang kerja jantung dan meningkatkan produksi urin. Dalam dosis yang rendah kafein dapat berfungsi sebagai bahan pembangkit stamina dan penghilang rasa sakit. Mekanisme kerja kafein dalam tubuh adalah menyaingi fungsi adenosin (salah satu senyawa yang dalam sel otak bisa membuat orang cepat tertidur). Kafein bekerja dalam tubuh dengan mengambil alih reseptor adenosin dalam sel saraf yang akan memacu produksi hormon adrenalin.

Dimana kafein itu tidak memperlambat gerak sel-sel tubuh, melainkan kafein akan membalikkan semua kerja adenosin sehingga tubuh tidak lagi mengantuk, tetapi muncul perasaan segar, sedikit gembira, mata terbuka lebar, jantung berdetak lebih kencang, tekanan darah naik, otot-otot berkontraksi dan hati akan melepas gula ke aliran darah yang akan membentuk energi ekstra. Itulah sebabnya berbagai jenis minuman pembangkit stamina umumnya mengandung kafein sebagai bahan utamanya⁷.

2.3.4 Industri Kopi Di Indonesia

Indonesia merupakan negara produsen kopi ketiga terbesar dunia setelah Brazil dan Vietnam ditahun 2012. Dari total produksi, sekitar 67% kopinya diekspor sedangkan sisanya (33%) untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri. Tingkat konsumsi kopi dalam negeri berdasarkan hasil survei LPEM UI tahun 1989 adalah sebesar 500 gram/kapita/tahun. Dewasa ini kalangan 10 pengusaha kopi memperkirakan tingkat konsumsi kopi di Indonesia telah mencapai 800 gram/kapita/tahun. Dengan demikian dalam kurun waktu 20 tahun peningkatan konsumsi kopi telah mencapai 300 gram/kapita/tahun. Strata Industri kopi dalam

⁷ Sumber : <https://mey20.wordpress.com/kesehatan/bahaya-dan-manfaat-kopi-bagi-kesehatan/> (diakses pada 11 Mei 2015, pukul 11.10 WIB)

negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala home industry hingga industri kopi berskala multinasional. Produk-produk yang dihasilkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi dalam negeri, namun juga untuk mengisi pasar di luar negeri. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi di dalam negeri merupakan pasar yang menarik bagi kalangan pengusaha yang masih memberikan prospek dan peluang sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi⁸.

2.3.5 Tempat Kopi

Tempat kopi adalah tempat yang menyediakan kopi dan berbagai jenis minuman lainnya, selain itu tempat kopi juga menyediakan berbagai jenis makanan ringan sebagai teman minum kopi. Tempat kopi juga merupakan tempat di mana berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau pun melakukan aktifitas diskusi kecil, obrolan ringan dan bersenang-senang dengan hiburan yang ada. Selain itu ada juga yang memanfaatkan tempat kopi sebagai tempat beristirahat yang nyaman selain dirumah sendiri, biasanya di siang hari. Tempat kopi erat hubungannya dengan ruang publik. Fungsi tempat kopi tersebut yang memungkinkannya menjadi ruang yang dapat dinikmati, ditempati oleh siapa saja. Fungsi tersebut menghadirkan tempat kopi menjadi ruang yang bebas bagi setiap orang.

Sebagai kota yang banyak menjadi tujuan anak muda untuk menimba ilmu, Kota Malang dipadati dengan penduduk yang berstatus mahasiswa dari berbagai penjuru Nusantara. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis untuk memanfaatkan peluang usaha dengan menjual berbagai produk dengan segmen anak muda, terutama mahasiswa. Segmen kaum muda ini memang menggiurkan dari segi bisnis karena jumlahnya paling besar. Tidak ketinggalan tempat kopi juga ikut mengadu peruntungan dengan pasar yang cukup besar itu. Pertumbuhan tempat kopi cukup pesat belakangan ini, mulai yang berbendera kafe sampai rumah kopi. Ada juga tempat kopi tanpa gerai yang menghampar dagangannya di sepanjang trotoar jalan-jalan protokol. Harganya pun bervariasi sesuai kondisi tempat kopi masing-masing, berkisar dari Rp 3.000 hingga Rp 200.000 per

⁸ Sumber : <http://www.aeki-aice.org/page/industri-kopi> (diakses pada 11 Mei 2015, pukul 11.20 WIB)

cangkir/gelas. Tempat kopi adalah tempat atau warung yang menawarkan menu utama minuman kopi, biasanya ditulis di papan nama penyebutan tempat, warung, kafe, atau rumah kopi. Menu minuman dan makanan di tempat kopi bermacam-macam, misalnya teh, jeruk, minuman ringan. Sedangkan menu makanan umumnya makanan ringan dengan menu makanan terbatas. Sejak dulu tempat kopi dikenal sebagai tempat berkumpul masyarakat, semacam ruang publik sebagaimana disampaikan oleh Jurgen Habermas. Di tempat kopi masyarakat membicarakan berbagai hal yang mutakhir. Obrolan politik, ekonomi, pendidikan, sosial, dan budaya menjadi topik yang didiskusikan dengan hangat. Tempat kopi menjadi wahana antar-anggota masyarakat menyampaikan pesan-pesan komunikasi publik. Peneliti Unger dan Wandersman (1985) membahas pentingnya masyarakat terhadap pengalaman sosial, emosional, dan kognitif manusia. Sedang Rivlin (1987) menjelaskan bahwa koneksi ke masyarakat membuat ikatan antara orang dan tempat di mana orang-orang dan tempat dibentuk menjadi keseluruhan. Inilah yang menyebabkan para mahasiswa yang kuliah di sebuah kota kelak akan merindukan kota tersebut ketika mereka sudah kembali ke kota asalnya atau bekerja di kota lain. Mahasiswa menjadikan tempat kopi itu sebagai tempat ketiga untuk berkumpul selain rumah (kos) dan kampus. Penatnya kehidupan di rumah/kos dan kampus membawa mereka berkumpul di tempat kopi untuk menikmati suasana lain, terutama di malam hari. Putnam (2000) tempat ketiga ini akibat menyutunya modal sosial. Modal sosial didefinisikan oleh Putnam sebagai "hubungan antara jaringan individu-sosial dan norma-norma timbal balik dan kepercayaan yang timbul dari mereka." Sementara itu, Ray Oldenberg (1999) menggambarkan tempat ketiga sebagai "sebutan generik untuk berbagai macam tempat-tempat umum yang menjadi tuan rumah biasa, pertemuan sukarela, informal, dan dengan senang hati diantisipasi individu di luar suasana rumah dan bekerja"⁹.

⁹ Sumber : <https://pusatreferensiilmiah.wordpress.com/> (diakses pada 23 Juni 2015, pukul 11.21 WIB)

2.4 KONSUMEN

2.4.1 Pengertian Konsumen

Menurut pengertian UU Perlindungan Konsumen nomor 8 tahun 1999, Pasal 1 angka 2 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Menurut pasal 4 dan 5, setiap konsumen memiliki hak dan kewajiban yang diatur sebagai berikut :

1. Hak konsumen adalah :
 - a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
 - b. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
 - c. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
 - d. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
 - e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
 - f. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
 - g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
 - h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
 - i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.
2. Kewajiban konsumen adalah :

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2.4.2 Perilaku Konsumen Dalam Mengonsumsi Kopi

Perilaku konsumen adalah sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan (Engel, et.al., 1994). Sementara menurut Loudon dan Bitta (1998), perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik individu - individu yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, menggunakan atau mengabaikan barang-barang dan jasa-jasa. Mengenai perilaku konsumen memungkinkan para pemasar memahami dan meramalkan perilaku konsumen di pasar, hal ini tidak hanya berhubungan dengan apa yang dibeli konsumen, tetapi juga mengapa, kapan, di mana, bagaimana, dan seberapa sering mereka membelinya. Perilaku konsumen merupakan cabang antar ilmu pengetahuan yaitu didasarkan pada berbagai konsep dan teori mengenai orang yang telah dikembangkan oleh para ilmuwan dalam disiplin ilmu yang sangat berbeda dari psikologi, sosiologi, psikologi sosial, antropologi budaya, dan ilmu ekonomi. Perilaku konsumen telah menjadi bagian terpadu dari perencanaan pasar strategis. Kepercayaan bahwa etika dan tanggung jawab sosial harus pula menjadi bagian terpadu dari setiap keputusan pemasaran diwujudkan dalam konsep pemasaran, yaitu konsep pemasaran yang memperhatikan kepentingan masyarakat yang mengajak para pemasar memenuhi kebutuhan pasar yang menjadi target atau

sasarannya melalui cara-cara yang dapat memperbaiki masyarakat secara keseluruhan¹⁰.

Di Kota Banda Aceh minum kopi merupakan budaya, karena kopi diminum disetiap saat, tempat dan pada acara-acara tertentu (seperti coffee break, kendurian dan lain sebagainya) oleh masyarakat pedesaan dan perkotaan, dengan kata lain minuman kopi merupakan minuman masyarakat umum. Budaya konsumen merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar dalam hal minum kopi. Kebiasaan minum kopi pada masyarakat Kota Banda Aceh sudah menjadi perilaku yang tidak dapat ditinggalkan, karena faktanya banyak warung kopi yang buka sejak subuh hingga tengah malam selalu ramai dikunjungi konsumen.

Istilah kopi hitam pada konsumen Kota Banda Aceh merupakan suatu minuman kopi yang mempunyai rasa khas pahit di tambah gula, tanpa campuran bahan lainnya. Ada banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk pergi ke warung kopi, bisa karena faktor budaya, sosial, individual (seperti usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian), faktor psikologis (seperti motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan) dan faktor dari minuman itu sendiri juga memberikan kontribusi yang cukup besar dalam mempengaruhi konsumen yaitu warna, aroma dan cita rasanya. Faktor yang mempengaruhinya antara lain :

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya – sub-budaya yang lebih kecil memperkenalkan dan mensosialisasikan yang lebih spesifik untuk para masyarakatnya. Kelas-

¹⁰ Buku Perilaku Konsumen (Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kamuk) Bagian 1, Hal 14 Edisi Ketujuh.

kelas sosial adalah masyarakat yang bertahan lama dan relatif tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun menurut tingkatannya (dari atas kebawah atau sebaliknya) dan masyarakatnya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa. Kelas sosial bukan ditentukan oleh satu faktor tunggal, seperti pendapatan, tetapi diukur dari kombinasi pendapatan, pekerjaan, pendidikan, kekayaan dan variable lain.

2. Faktor Sosial

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri konsumen. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. Pekerjaan mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pemilihan produk. Para pemasar produk berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.

3. Faktor Psikologis

Pemilihan barang yang dibeli seseorang dipengaruhi oleh empat factor psikologis yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.

4. Pendapatan

Pendapatan nasional adalah jumlah pendapatan yang diterima oleh seluruh Rumah Tangga Keluarga (RTK) di suatu negara dari penyerahan faktor-faktor produksi selama satu tahun¹¹.

2.4.3 Tingkat Konsumsi

Tingkat Konsumsi adalah pengeluaran total untuk memperoleh barang-barang dan jasa dalam suatu perekonomian dalam jangka waktu tertentu, biasanya

¹¹ Sumber Jurnal Penelitian Reza (2010), Perilaku Konsumen terhadap Konsumsi Kopi, diakses 12 Maret 2013 dari <http://rezadnk.wordpress.com/2010/11/27/168>

satu tahun (Anonim, 2007b). Tingkat konsumsi kopi dunia antara negara produsen dan konsumen sangat berbeda dengan tingkat konsumsi berkisar dari 0,5 – 12 kg per kapita per tahun. Secara garis besar tingkat konsumsi kopi di berbagai negara dapat digolongkan dalam beberapa tingkat yaitu :

- Tingkat konsumsi amat rendah, di bawah 1,0 kg per kapita per tahun yang umumnya negara produsen seperti Indonesia dan Afrika.
- Tingkat konsumsi rendah, dari 1,0 – 3,5 kg per kapita per tahun, seperti negara-negara Eropa Timur, Kanada dan Portugal.
- Tingkat konsumsi menengah, dari 3,5 – 7,0 kg per kapita per tahun seperti Amerika Serikat, Italia, Prancis dan Jerman.
- Tingkat konsumsi tinggi, dari 7,0 – 12,0 kg per kapita per tahun, seperti Swiss, Belgia/Luxemburg, Norwegia, Denmark, Swedia dan Finlandia (Anonim, 2006b).

Industri kopi di Indonesia dalam 10 tahun terakhir semakin bertambah dan meningkatnya produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, semakin suburnya Cafe dan Coffee Shop di kota-kota besar. Produk kopi olahan saat ini tidak hanya berupa kopi bubuk (roast and ground) tetapi telah terdapat berbagai diversifikasi produk kopi olahan seperti kopi instant, kopi three in one, minuman kopi dengan berbagai rasa seperti vanilla, cocoa, dan lainnya; belum lagi di cafe /coffee shop dengan berbagai minuman kopi olahan selain espresso juga Latte, cappucino dan lainnya.

Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia, selain didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian serta keragaman rasa/citarasa yang sesuai dengan selera konsumen.

Tingkat konsumsi kopi dalam negeri pada tahun 1989 berdasarkan hasil survei LPEM UI sebesar 0,5 kilogram/kapita/tahun. Konsumsi kopi domestik diperkirakan telah mencapai 1,0 kilogram/kapita/tahun¹².

¹² <http://www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id> diakses pada 22 agustus 2015, pukul 06.35.

2.4.4 Minat Beli Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2004:25), menjelaskan bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Selain itu, Bowen dan Makens (1999:156) juga menjelaskan mengenai minat beli bahwa minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Kotler dan Keller (2003:186) juga menyatakan *the consumer may also form an intention to buy the most preferred brand* yang berarti bahwa konsumen mempunyai keinginan untuk membeli suatu produk berdasarkan pada sebuah merek.

Menurut Boyd, Walker, dan Larreche (2000:6-7), seseorang menginginkan produk, merek, dan jasa tertentu untuk memuaskan kebutuhan. Selain itu keinginan orang juga dibentuk oleh pengaruh sosial, sejarah masa lalu, dan pengalaman konsumsi. Seseorang yang membeli suatu produk akan cenderung memilih produk yang sesuai dengan keinginannya sendiri. Keinginan seseorang tersebut dapat dilihat dari berbagai hal. Seseorang akan lebih memilih suatu produk jika produk tersebut memiliki merk yang sudah dikenal luas. Selain itu, minat beli juga akan dibentuk oleh pengaruh sosial dan pengalaman konsumsi.

Swastha dan Irawan (2001) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Sedangkan Super dan Crites (Lidyawatie, 1998) menjelaskan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu :¹³

- a. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.

¹³ <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html> diakses pada 26 juni 2015 Pkl.20.34

- b. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkan daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria, misalnya dalam pola belanja.
- e. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orangtua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas benda dan seseorang.

Sedangkan menurut Kotler, Bowen, dan Makens (1999) terdapat dua faktor yang mempengaruhi minat beli seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian, yaitu situasi tidak terduga (Unexpected situation) dan sikap terhadap orang lain (Respect to Others). Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah perbedaan pola hidup masyarakat. Dari mulai perbedaan pekerjaan yang akan berhubungan dengan perbedaan sosial ekonomi, perbedaan hobi, jenis kelamin serta usia. Selain itu hal-hal yang terjadi sebelum pembelian dapat juga mempengaruhi minat beli konsumen.

2.4.5 Kualitas Layanan

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk di antaranya adalah memberikan layanan yang berkualitas, hal ini sesuai dengan pendapat Tjitono (2007) dalam Widagdo (2011) bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang di harapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Banyak industri telah memperhatikan kualitas layanan sebagai salah satu alasan untuk meningkatkan kompetisi dan deregulasi (Reichheld & Sasser, 1990; Schlesinger & Heskett, 1991). Parasuraman et al (1994) dalam Rahma (2007), menyatakan kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai seberapa besar kesenjangan antara persepsi (keinginan) dengan kenyataan yang mereka terima. Kualitas merupakan kiat secara konsisten dan efisien untuk memberi pelanggan apa yang di inginkan dan diharapkan oleh pelanggan (Shelton, 1997). Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau

keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1998 dalam Harun, 2006).

2.5 FAKTOR PENENTU PEMILIHAN LOKASI KEGIATAN EKONOMI

Teori Lokasi dan analisis ekonomi spasial dilakukan dengan memerhatikan faktor-faktor utama yang menentukan pemilihan lokasi kegiatan ekonomi, baik pertanian, industri dan jasa. Disamping itu, pada umumnya faktor yang dijadikan dasar perumusan Teori Lokasi ini adalah yang dapat diukur agar pembahasan lebih konkret dan operasional. Namun demikian, tidak dapat disangkal bahwa dalam kenyataannya pemilihan lokasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi saja, tetapi juga oleh faktor sosial, geografi maupun kebijakan pemerintah.

Secara garis besarnya terdapat enam faktor ekonomi utama yang mempengaruhi pemilihan suatu kegiatan ekonomi dan sosial yang masing-masingnya dapat diuraikan sebagai berikut.

1. Ongkos Angkut

Merupakan faktor atau variabel utama yang sangat penting dalam pemilihan lokasi dari suatu kegiatan ekonomi. Alasannya adalah karena ongkos angkut tersebut merupakan bagian yang cukup penting dalam kalkulasi biaya produksi. Besar kecilnya ongkos angkut tersebut akan mempengaruhi pemilihan lokasi kegiatan ekonomi, karena pengusaha akan cenderung memilih lokasi yang dapat memberikan ongkos angkut minimum guna meningkatkan keuntungan secara maksimum.

2. Perbedaan Upah Antarwilayah

Dapat terjadi antar daerah pedesaan dan perkotaan dimana upah pada daerah perkotaan pada umumnya lebih tinggi daripada pedesaan karena perbedaan biaya hidup. Disamping itu, perbedaan upah ini dapat terjadi pula antarwilayah yang relatif maju dengan wilayah yang relatif terbelakang karena perbedaan kegiatan ekonomi dan tingkat produktifitas. Hal ini terutama disebabkan karena di negara maju

kebanyakan masyarakat bekerja di sektor industri, perdagangan dan jasa dengan tingkat produktifitas yang lebih tinggi, sedangkan di negara terbelakang umumnya masyarakat bekerja di sektor pertanian dengan tingkat produktifitas lebih rendah.

3. Keuntungan Aglomerasi

Besar kecilnya keuntungan aglomerasi yang dapat diperoleh bila berlokasi pada tempat tertentu, kegiatan ekonomi saling terkait satu sama lainnya terkonsentrasi pada suatu tempat tertentu. Keuntungan aglomerasi tersebut dapat muncul dalam 3 bentuk. *Pertama*, adalah Keuntungan Skala Besar (*Scale Economi*) yang terjadi karena baik bahan baku maupun pasar sebagian telah tersedia pada perusahaan terkait yang ada pada lokasi tersebut. *Kedua*, adalah keuntungan lokalisasi yang diperoleh dalam bentuk penurunan ongkos angkut baik bahan baku maupun hasil produksi bila memilih lokasi pada konsentrasi tertentu. *Ketiga*, adalah keuntungan karena penggunaan fasilitas secara bersama seperti listrik, gudang, armada angkut, air dan lainnya.

4. Konsentrasi Permintaan

Suatu perusahaan berlokasi pada wilayah dimana terdapat konsentrasi permintaan yang cukup besar, maka jumlah penjualan yang diharapkan dapat meningkat. Disamping itu, biaya pemasaran yang harus dikeluarkan perusahaan dapat menjadi lebih kecil karena pasar telah ada pada lokasi di mana perusahaan berada. Keadaan ini selanjutnya akan dapat pula meningkatkan keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan bersangkutan.

5. Kompetisi Antarwilayah

Persaingan antarwilayah adalah persaingan sesama perusahaan yang menghasilkan dan menjual produksi barang yang sama dalam wilayah tertentu atau antarwilayah. Bila persaingan ini sangat tajam seperti pada Persaingan Pasar Sempurna (*Perfect Competition*), maka pemilihan lokasi perusahaan akan cenderung terkonsentrasi dengan perusahaan lain yang menjual produk yang sejenis.

6. Harga dan Sewa Tanah

Dalam rangka memaksimalkan keuntungan, perusahaan akan cenderung memilih lokasi di mana *land-rent* lebih rendah dari *bid-rent* yang dapat dihasilkan. Logika ini terutama akan terjadi pada perusahaan atau kegiatan pertanian yang memerlukan tanah relatif banyak dibandingkan dengan perusahaan industri atau perdagangan yang memerlukan tanah lebih sedikit. Pemilihan lokasi dalam hal ini menjadi penting karena harga tanah bervariasi antartempat. Harga tanah akan semakin tinggi apabila terdapat fasilitas transportasi yang memadai untuk angkutan orang atau barang¹⁴.

2.6 ANALISA DESKRIFTIF KUALITATIF

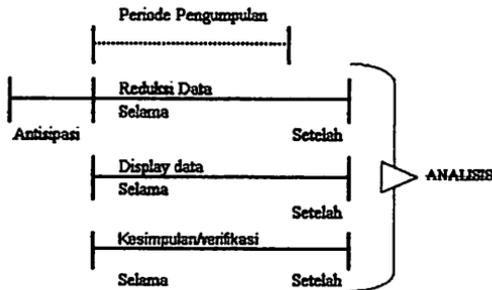
Seperti dinyatakan oleh Milles and Huberman (1984), bahwa “yang paling serius dan sulit dalam analisis data kualitatif adalah kaarena metode analisis belum dirumuskan dengan baik”.¹⁵ Dalam hal analisis kualitatif, Bogdon menyatakan bahwa “Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan ke orang lain.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan dari data tersebut, selanjutnya dicarikan

¹⁴ *Buku Ekonomi Wilayah dan Perkotaan – Sjafrizal (Hal 22-28).*

¹⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung :Alfabeta. 2012. Hlm.244



Gambar 2.2 Komponen- komponen Analisis Data Model Alir

2.6.1 Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Sebagaimana kita ketahui, reduksi data, berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung. Sebenarnya bahkan sebelum data benar-benar terkumpul, antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (acapkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo). Reduksi data/proses-transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

2.6.2 Penyajian Data

Alur penting yang kedua dan kegiatan analisis adalah penyajian data. Miles dan Huberman membatasi suatu “penyajian” sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. BÉraneka penyajian yang dapat ditemukan dalam kehidupan sehari-hari mulai dari alat pengukur bensin, surat kabar, sampai layar

komputer. Dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan lebih jauh menganalisis ataupun mengambil tindakan berdasarkan atas pemahaman yang didapat dan penyajian-penyajian tersebut.

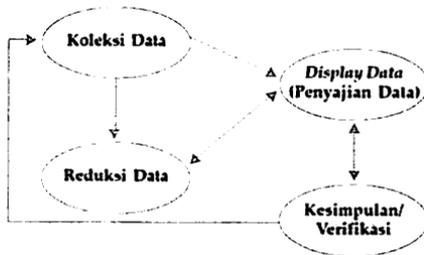
Dalam pelaksanaan penelitian Miles dan Huberman yakin bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid. Penyajian-penyajian yang dimaksud meliputi berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih, dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataupun terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

2.6.3 Menarik Kesimpulan/ Verifikasi

Kegiatan analisis ketiga yang penting adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi. Peneliti yang berkompeten akan menangani kesimpulan-kesimpulan itu dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis, tetapi kesimpulan sudah disediakan, mula-mula belum jelas, namun dengan meminjam istilah kiasik dan Glaser dan Strauss (1967) kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh. Kesimpulan-kesimpulan "final" mungkin tidak muncul sampai pengumpulan data berakhir, tergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan-tuntutan pemberi dana, tetapi seringkali kesimpulan itu telah dirumuskan sebelumnya sejak awal, sekalipun seorang peneliti menyatakan telah melanjutkannya "secara induktif".

Penarikan kesimpulan, dalam pandangan Miles dan Huberman, hanyalah sebagian dan satu kegiatan dan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat

pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan memakan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan “kesepakatan intersubjektif,” atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dan data harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Jika tidak demikian, yang dimiliki adalah cita-cita yang menarik mengenai sesuatu yang terjadi dan yang tidak jelas kebenaran dan kegunaannya.



Gambar 2.3 Komponen – komponen analisis data Model Interaktif

2.6.4 Meningkatkan Keabsahan Hasil

Dalam meningkatkan keabsahan hasil memuat beberapa hal diantaranya adalah kredibilitas atau validitas internal, transferabilitas serta dependabilitas dan conformabilitas .

a. Kredibilitas (Validitas Internal)

Keabsahan atas hasil-hasil penelitian dilakukan melalui :

- Meningkatkan kualitas keterlibatan peneliti dalam kegiatan di lapangan;
- Pengamatan secara terus menerus;
- Trianggulasi, baik metode, dan sumber untuk mengecek kebenaran data dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh

sumber lain, dilakukan, untuk mempertajam tilikan kita terhadap hubungan sejumlah data;

- Pelibatan teman sejawat untuk berdiskusi, memberikan masukan dan kritik dalam proses penelitian;
- Menggunakan bahan referensi untuk meningkatkan nilai kepercayaan akan kebenaran data yang diperoleh, dalam bentuk rekaman, tulisan, copy-an, dll;
- Membercheck, pengecekan terhadap hasil-hasil yang diperoleh guna perbaikan dan tambahan dengan kemungkinan kekeliruan atau kesalahan dalam memberikan data yang dibutuhkan peneliti.

b. Transferabilitas

Bahwa hasil penelitian yang didapatkan dapat diaplikasikan oleh pemakai penelitian, penelitian ini memperoleh tingkat yang tinggi bila para pembaca laporan memperoleh gambaran dan pemahaman yang jelas tentang konteks dan fokus penelitian.

c. Dependabilitas dan Conformabilitas

Dilakukan dengan audit trail berupa komunikasi dengan pembimbing dan dengan pakar lain dalam bidangnya guna membicarakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam penelitian berkaitan dengan data yang harus dikumpulkan.

2.6.5 Narasi Hasil Analisis

Pembahasan dalam penelitian kualitatif menyajikan informasi dalam bentuk teks tertulis atau bentuk-bentuk gambar mati atau hidup seperti foto dan video dan lain-lain. Dalam menarasikan data kualitatif ada beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu;

- a. Tentukan bentuk (form) yang akan digunakan dalam menarasikan data.
- b. Hubungkan bagaimana hasil yang berbentuk narasi itu menunjukkan tipe/bentuk keluaran yang sudah di disain sebelumnya.
- c. Jelaskan bagaimana keluaran yang berupa narasi itu mengkoparasikan antara teori dan literasi-literasi lainnya yang mendukung topik.

BAB III

METODE PENELITIAN

Studi Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung di Jalan MT Haryono – Jalan Mertojoyo – Jalan Sigura – gura dan Jalan Gajayana di Kecamatan Lowokwaru di Kota Malang bertujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik pengunjung kafe dan alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung yang ada di Kecamatan Lowokwaru di Kota Malang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, maka diperlukan metode dalam penyusunannya. Metode-metode yang digunakan meliputi metode pengumpulan data dan metode analisa.

3.1 METODE PENGUMPULAN DATA

Metode ini terdiri atas dua yaitu survey primer atau observasi ke lapangan guna mengenal lokasi studi serta survey sekunder. Survey primer merupakan usaha mengidentifikasi karakteristik lokasi sedangkan survey sekunder usaha mengidentifikasi berdasarkan studi literatur dan survey instansi yang terkait.

3.1.1 Survey Pendahuluan

Survey pendahuluan ini merupakan tahap survey awal yang berbentuk observasi dan wawancara dan bertujuan untuk mendapatkan data-data gambaran umum lokasi studi. Dalam survey ini, yang dilakukan adalah melihat secara keseluruhan bagaimana kondisi lokasi kafe serta apa saja yang ada di lokasi tersebut. Survey ini juga bertujuan untuk mendapatkan gambaran umum pada lokasi studi yang menjadi lokasi penelitian. Dalam survey pendahuluan, peneliti melihat bagaimana kondisi lokasi kafe berdasarkan apa yang dilihat secara kasat mata oleh peneliti. Kondisi yang dilihat adalah situasi lokasi, tingkat keramaian, kondisi lingkungan, sarana prasarana yang ada, pengunjung, pedagang, barang yang dijual serta kondisi fisik dari lokasi tempat kafe tersebut.

Selain kegiatan observasi, peneliti juga melakukan kegiatan wawancara untuk mengetahui secara detail lokasi kafe tersebut. Wawancara dilakukan untuk

mengetahui bagaimana system yang ada di lokasi tersebut, dan bagaimana pengembangan ataupun kebijakan-kebijakan yang ada disana. Dalam wawancara ini, yang menjadi narasumber adalah para pengelola ataupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam lokasi kafe tersebut.

3.1.2 Survey Primer

Survey primer merupakan survey yang dilakukan dengan terjun langsung ke lokasi penelitian. Dalam pengumpulan data primer ada beberapa hal yang harus dilakukan diantaranya adalah observasi, kuisisioner, system sampling dan penentuan responden. Hal-hal tersebut dapat dilihat dibawah ini.

a) Observasi

Secara luas, observasi atau pengamatan berarti setiap kegiatan untuk melakukan pengukuran. Akan tetapi, observasi atau pengamatan di sini diartikan lebih sempit, yaitu pengamatan dengan menggunakan indera penglihatan untuk lebih mengenal dan memahami karakteristik lokasi studi. Observasi dilakukan pada 9 lokasi kafe yang ada di Jalan MT Haryono, Jalan Mertojoyo, Jalan Sigura – gura, dan Jalan Gajayana di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang selama 1 minggu. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam melakukan observasi, yaitu cara observasi dan juga waktu yang tepat untuk observasi.

Observasi yang dilakukan di tempat lokasi kafe dengan melakukan pengamatan terhadap beberapa aspek sosial ekonomi, Hal-hal yang termasuk ke dalam aspek social adalah interaksi, kenyamanan, keramahan serta harga yang ditawarkan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi bagaimana karakteristik lokasi kafe tempat ngopi berdasarkan aspek sosial ekonomi.

1. Interaksi

Interaksi meliputi interaksi antara pengunjung dengan pengunjung, pengunjung dengan pedagang, maupun pedagang dengan pedagang. Dalam interaksi yang diperhatikan adalah bagaimana keramahmataman pedagang dalam melayani pengunjung. Pedagang yang melayani

pengunjung dengan baik akan sangat membantu dan menyenangkan pengunjung. Sebaliknya, pedagang yang bersikap cuek akan membuat pengunjung beralih tempat dan meninggalkan kafe tersebut.

2. Kenyamanan

Pengunjung membutuhkan kenyamanan agar dapat menikmati wisata. Kenyamanan dapat berupa kondisi yang ditawarkan maupun lingkungan dalam lokasi tersebut.

3. Sistem Pelayanan

Sistem Pelayanan yang dimaksud adalah bagaimana pelayanan yang ditawarkan pedagang maupun pengelola dan pekerja yang ada di lokasi tersebut kepada pengunjung.

4. Harga yang ditawarkan

Kisaran harga dari barang-barang yang dijual dari tiap-tiap barang di masing-masing lokasi.

b) Kuesioner

Dalam penelitian mengenai preferensi masyarakat, alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data-data yang akan dianalisis adalah dengan menggunakan kuesioner. Kedudukan kuesioner dalam penelitian ini sebagai alat bantu utama. Dalam kuisisioner berisi pertanyaan terstruktur yang diisi sendiri oleh responden atau diisi oleh pewawancara yang membacakan pertanyaan dan kemudian mencatat jawaban yang berikan (Sulistyo-Basuki, 2006: 110).

Pertanyaan yang akan diberikan pada kuesioner ini adalah pertanyaan menyangkut fakta dan pendapat responden, sedangkan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana responden diminta menjawab pertanyaan dan menjawab dengan memilih dari sejumlah alternatif. Keuntungan bentuk tertutup ialah mudah diselesaikan, mudah dianalisis, dan mampu memberikan jangkauan jawaban.

Peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan dengan cara perbandingan kriteria. Responden disini hanya akan memberikan tanda check (✓) pada pilihan kriteria yang sesuai dengan pendapat responden. Kriteria-kriteria yang

diberikan pada kuesioner ini berisi tentang pemilihan kafe berdasarkan sosial ekonomi.

Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuisisioner yang berdasarkan sasaran 1 dan sasaran 2. Kuisisioner berdasarkan sasaran 1 dan 2 merupakan sasaran yang berisi pertanyaan mengenai variable berdasarkan pengukuran skala likert. Yaitu penilaian menggunakan batasan dengan beberapa penilaian. Penilaian tersebut merupakan suatu tingkatan dari suatu sampel berdasarkan penilaian responden sendiri. Kriteria dari penilaian ada 5 tingkatan yaitu sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Penilaian tersebut diberikan oleh setiap responden terhadap variable yang disajikan atau dari pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner tersebut. Setiap responden berhak memberikan penilaian menurut pendapat responden masing-masing tanpa adanya pengaruh dari pihak lain.

c) Sistem Sampling

Sampel adalah “bagian dari kumpulan objek penelitian atau populasi yang dipelajari dan diamati”. (Rakhmat, 2001 : 78). Sedangkan menurut Hasan (2002 : 58) sampel adalah “bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dan dianggap bisa mewakili populasi”.

Menurut Nawawi (1997:44) menyatakan bahwa “Sampel adalah sebagian dari populasi yang emnjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penulisan, sebagian individu yang diselidiki itu sebagai sampel dan contoh. Dan sampel adalah sebagian yang diambil dai populasi yang menggunakan cara-cara tertentu”.

Pengambilan (simple random sampling) sampel acak sederhana adalah suatu cara pengambilan sampel dimana tiap unsur yang membentuk populasi diberi kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel.

Dalam penarikan sampel maka jumlahnya harus representative untuk nanti hasilnya bisa digeneralisasikan. Untuk memenuhi persyaratan tersebut maka dalam penentuan jumlah sampel untuk kuisisioner, peneliti menggunakan

pengambilan sampel acak sederhana dengan menggunakan tingkat kepercayaan mendekati 100% dan proporsi 40%. Rumus tersebut adalah :

$$n = \frac{NZ^2p(1-p)}{Nd^2 + Z^2S^2}$$

keterangan :

n = Jumlah Sampel yang dicari

N = Jumlah Populasi

Z = Tingkat kepercayaan (mendekati 100%)

p = Proporsi (40%)

d = Jumlah Presisi 10% (0,10)

S = $p(1-p)$

d) Responden

Responden pada penelitian ini adalah pengunjung kafe yang ada di Kota Malang yang terdiri dari pengunjung-pengunjung pada hari biasa maupun akhir pekan. Pengunjung disini adalah orang yang berada pada lokasi kafe (tempat ngopi) yang melakukan berbagai aktifitas dalam lokasi tersebut. Responden yang seperti ini digunakan dalam mendapatkan data berdasarkan sasaran 1 dan sasaran 2.

3.2 METODE PENGOLAHAN DATA

Pengolahan data merupakan salah satu bagian rangkaian kegiatan penelitian setelah kegiatan pengumpulan data. Agar analisis penelitian menghasilkan informasi yang benar, paling tidak ada tiga tahapan dalam pengolahan data yang harus dilalui yaitu editing, coding dan tabulating

3.2.1 Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperlukan terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemrosesan data dengan teknik statistik. Data penelitian yang dikumpulkan oleh peneliti melalui metode survai atau metode observasi perlu di edit dari kemungkinan kekeliruan dalam proses pencatatan yang dilakukan oleh pengumpul data, pengisian kuisioner yang tidak lengkap atau tidak konsisten. Tujuan peng-

editan data adalah untuk menjamin kelengkapan, konsistensi dan kesiapan data penelitian dalam proses analisis.

Pengeditan dapat juga dilakukan di tempat peneliti (*in house editing*) setelah beberapa atau semua data terkumpul, karena *field editing* sulit dilakukan jika peneliti menggunakan teknik pengiriman kuisioner melalui pos (*mailing system*). Pelaksanaan editing akan dapat mempermudah proses coding dan data entry.

Editing dilakukan pada data yang didapat dari kuisioner maupun data yang didapat dari hasil observasi. Data-data yang didapat harus melalui proses editing agar data yang didapat dapat dianalisis. Jika data tidak diedit terlebih dahulu, kemungkinan data-data tersebut akan mempengaruhi proses analisis.

3.2.2 Coding

Pemberian kode merupakan proses identifikasi dan klasifikasi data penelitian kedalam skor numeric atau karakter symbol. Proses ini diperlukan terutama untuk data penelitian yang dapat diklasifikasikan, misal jawaban dari tipe pertanyaan tertutup (*close ended questions*) yang tidak memberikan alternative kepada responden selain pilihan jawaban yang tersedia. Pemberian kode pada jawaban dari tipe pertanyaan terbuka (*open ended questions*) relative lebih sulit karena memerlukan judgement dari pemberi kode dalam mengintepretasikan jawaban responden. Tujuan pemberian kode pada tipe pertanyaan terbuka adalah untuk mengurangi variasi jawaban responden menjadi beberapa kategori umum sehingga dapat diberi skor numeric atau symbol.

3.2.3 Tabulating

Tabulasi menunjukkan pengaturan data ke dalam suatu table atau suatu format ringkas. Perhitungan jumlah respons dari sebuah pertanyaan dan meletakkan jawaban responden ke dalam distribusi frekuensi adalah merupakan hal yang sederhana. Tabulasi sederhana dari hasil observasi atau respons terhadap pertanyaan-pertanyaan atau artikel merupakan bentuk informasi yang paling dasar bagi peneliti dan dalam kebanyakan kasus merupakan informasi yang paling berharga. Hal ini akan menginformasikan pada peneliti besarnya frekwensi kejadian untuk setiap respons. Poin awal analisis ini membutuhkan perhitungan

hasil observasi untuk setiap kategori atau kode-kode yang telah ditetapkan ke dalam suatu variabel.

Data yang melalui proses tabulating adalah data hasil observasi dan data hasil kuisioner. Data-data tersebut dimasukkan dalam tabel berdasarkan kode yang telah ditetapkan. Dengan demikian, proses analisa data akan lebih mudah. Setelah semua data telah tertuang dalam tabel-tabel, maka data-data tersebut telah dapat dianalisa.

3.3 METODE ANALISA DATA

Analisa yang digunakan dalam penelitian “Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung di Kecamatan Lowokwaru Kota Malang” adalah Analisa Deskriptif dan Skala Pengukuran yaitu Skala Likert.

3.3.1 Analisa Deskriptif Kualitatif

Langkah dalam analisis deskriptif kualitatif menurut model Miles and Hubberman meliputi reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan serta narasi. Dalam reduksi data yang merupakan penyederhanaan hasil observasi merupakan langkah dalam menyederhanakan hasil pengamatan lapangan berdasarkan variabel yang diamati. Langkah selanjutnya adalah penyajian data dimana hasil dari penyederhanaan hasil pengamatan lapangan berdasarkan variabel disajikan dalam bentuk yang informatif. Bentuk informatif disini dapat berupa tabel, grafik ataupun gambar. Penyajian disini juga memuat pengkodean dari tiap lokasi serta hasil di tiap lokasi studi. Setelah langkah penyajian data, selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dari pengamatan di lapangan/observasi yang disajikan dalam bentuk narasi atau teks tertulis yang memuat hasil analisis, keluaran dari penelitian serta bentuk gambar/foto dari hasil observasi. Keluaran dari penelitian yang dimaksud disini adalah keluaran yang berupa identifikasi karakteristik kafe.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan bagian dari penelitian kualitatif. Deskriptif kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk membedah suatu fenomena di lapangan. Penelitian deskriptif kualitatif adalah metode yang menggambarkan dan menjabarkan temuan di lapangan. Metode deskriptif

kualitatif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian dengan metode ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi, dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Metode penelitian kualitatif adalah metode untuk menyelidiki obyek yang tidak dapat diukur dengan angka-angka ataupun ukuran lain yang bersifat eksak. Penelitian kualitatif juga bisa diartikan sebagai riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif jauh lebih subyektif daripada penelitian atau survei kuantitatif dan menggunakan metode sangat berbeda dari mengumpulkan informasi, terutama individu, dalam menggunakan wawancara secara mendalam dan grup fokus. Teknik pengumpulan data kualitatif diantaranya adalah interview (wawancara), questionere (pertanyaan-pertanyaan/kuesioner), schedules (daftar pertanyaan), dan observasi (pengamatan, participant observer technique), penyelidikan sejarah hidup (life historical investigation), dan analisis konten (content analysis). Metode kualitatif ada 4 macam :

a. Metode Historis

Yaitu metode yang menggunakan analisa atau peristiwa-peristiwa dalam masa silam kemudian dijadikan sebagai prinsip-prinsip yang bersifat umum.

b. Metode Komparatif/Metode Perbandingan

Yaitu metode yang mempergunakan perbandingan antara bermacam-macam masyarakat beserta bidang-bidangnya untuk memperoleh perbedaan-perbedaan dalam persamaan-persamaan, kemudian untuk mendapatkan petunjuk-petunjuk mengenai perikelakuan manusia dalam masyarakat.

c. Metode Historis Komparatif

Yaitu metode yang dipergunakan untuk meneliti masyarakat pada masa silam dan masa sekarang.

d. Metode Case Study / Studi Kasus

Yaitu metode yang dipergunakan dengan tujuan untuk mempelajari sedalam-dalamnya salah satu gejala yang nyata dalam kehidupan bermasyarakat. Obyeknya adalah keadaan kelompok-kelompok dalam masyarakat, lembaga-lembaga masyarakat, maupun individu-individu dalam masyarakat. (Sri W. dan Sutapa Mulya, 2007).

Penelitian deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan suatu gejala sosial. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat studi. Metode kualitatif ini memberikan informasi yang lengkap sehingga bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan serta lebih banyak dapat diterapkan pada berbagai masalah. Metode penyelidikan deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Metode ini menuturkan, menganalisa, dan mengklasifikasi ; menyelidiki dengan teknik survey, interview, angket, observasi, atau dengan teknik test ; studi kasus, studi komperatif, studi waktu dan gerak, analisa kuantitatif, studi kooperatif atau operasional. Bisa disimpulkan bahwa metode deskriptif ini ialah metode yang menuturkan dan menafsirkan data yang ada, misalnya tentang situasi yang dialami, satu hubungan, kegiatan, pandangan, sikap yang menampak, atau tentang satu proses yang sedang berlangsung, pengaruh yang sedang bekerja, kelainan yang sedang muncul, kecenderungan yang menampak, pertentangan yang meruncing, dan sebagainya.

Pelaksanaan metode-metode deskriptif tidak terbatas hanya sampai pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisa dan interpretasi tentang arti data itu. Karena itulah maka dapat terjadi sebuah penyelidikan deskriptif, membandingkan persamaan dan perbedaan fenomena tertentu lalu mengambil bentuk studi komperatif ; atau mengukur sesuatu dimensi seperti dalam berbagai bentuk studi kuantitatif, angket, test, interview, dan lain-lain. Ciri-ciri metode deskriptif itu sendiri adalah memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual, kemudian data

yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan, dan kemudian dianalisa (karena itu metode ini sering pula disebut metode analitik). Sifat-sifat lainnya adalah sama seperti pada setiap metode penyelidikan secara umum. Untuk memperoleh hasil sebesar-besarnya, seorang penyelidik umumnya mengusahakan agar :

1. Menjelaskan setiap langkah penyelidikan deskriptif itu dengan teliti dan terperinci, baik mengenai dasar-dasar metodologi maupun mengenai detail teknik secara khusus.
 2. Menjelaskan prosedur pengumpulan data, serta pengawasan dan penilaian terhadap data itu.
 3. Memberi alasan yang kuat mengapa dalam metode deskriptif tersebut penyelidik mempergunakan teknik tertentu dan bukan teknik lainnya.
- (Winarno, 1994)

Pengertian penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang menghasilkan data deskriptif mengenai kata-kata lisan maupun tertulis, dan tingkah laku yang dapat diamati dari orang-orang yang diteliti (Taylor dan Bogdan, 1984:5). Penelitian kualitatif yang berakar dari 'paradigma interpretatif' pada awalnya muncul dari ketidakpuasan atau reaksi terhadap 'paradigma positivist' yang menjadi akar penelitian kuantitatif. Dipandang dari sudut pendekatan dan proses penelitiannya, penelitian kualitatif memiliki karakteristik khusus sebagai berikut :

1. Bersifat induktif
Mendasar pada prosedur logika yang berawal dari proposisi khusus sebagai hasil pengamatan dan berakhir pada suatu kesimpulan (pengetahuan baru) hipotesis yang bersifat umum.
2. Melihat pada setting dan manusia sebagai suatu kesatuan
Mempelajari manusia dalam konteks dan situasi dimana mereka berada, manusia dan setting dilihat sebagai suatu kesatuan yang saling berhubungan. Memahami perilaku manusia dari sudut pandang mereka sendiri (sudut pandang yang diteliti)

3. Dilakukan dengan cara melakukan empati pada orang-orang yang diteliti dalam upaya memahami bagaimana mereka melihat berbagai hal dalam kehidupannya.
4. Lebih mementingkan proses penelitian daripada hasil penelitian.
5. Menekankan pada validitas data sehingga ditekankan pada dunia empiris.
6. Bersifat humanistik
7. Memahami secara pribadi orang yang diteliti dan ikut mengalami apa yang dialami orang yang diteliti dalam kehidupannya sehari-hari.

Semua aspek kehidupan sosial dan manusia dianggap berharga dan penting untuk dipahami karena dianggap bersifat spesifik dan unik. (Bagong Suyanto dan Sutinah, 2006)

Dalam penelitian kualitatif terjadi tiga alur kegiatan untuk mendapatkan data yang valid, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data:

Reduksi dapat diartikan sebagai proses memilah, memusatkan, dan menyederhanakan data yang baru diperoleh dari penelitian yang masih mentah yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan terus menerus ketika pengumpulan data masih dilakukan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, memperjelas data yang diperoleh dan membuang data yang tidak dibutuhkan. Tujuan dari reduksi data ini adalah untuk mendapatkan data yang lebih mudah untuk diolah.

2. Penyajian Data:

Proses kedua setelah reduksi data adalah penyajian data. Sekumpulan data yang diperoleh disajikan dalam bentuk text naratif yang berguna untuk mempermudah dalam proses analisa data dan penarikan kesimpulan. Dengan melihat data yang sudah disajikan, peneliti harus memahami apa yang sedang terjadi pada objek penelitiaannya dan peneliti harus tahu apa yang akan dilakukan selanjutnya.

3. Penarikan Kesimpulan:

Kegiatan analisis ketiga yang penting setelah kedua kegiatan analisis di atas adalah penarikan kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, seorang peneliti telah mencari pola-pola, anomali-anomali, dan gejala-gejala pada objek penelitiannya, maka pada tahap ini peneliti harus menarik kesimpulan atas objek kajiannya. Kesimpulan atas hasil penelitian adalah hasil akhir atau klimaks dari penelitian yang telah dilakukan¹.

3.3.2 Analisa Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian².

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata.

Skala Likert menurut Djaali (2008:28) ialah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuisioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survey. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, pendidik dan ahli psikolog Amerika Serikat Rensis Likert telah mengembangkan sebuah skala untuk mengukur sikap masyarakat di tahun 1932. Skala itu sendiri salah satu artinya, sekedar memudahkan, adalah ukuran

¹ <http://juwita.blog.fisip.uns.ac.id/2013/03/29/deskriptif-kualitatif/> diakses pada tanggal 28 agustus 2015, pukul 17.37.

² Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Hal. 12-13, DR. Riduan, M.B.A, Penerbit Alfabeta

berjenjang. Skala penilaian, misalnya, merupakan skala untuk memulai sesuatu yang pilihannya berjenjang, misalnya 0, 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10. Skala Likert juga merupakan alat untuk mengukur (mengumpulkan data dengan cara “mengukur-menimbang”) yang “itemnya” (butir-butir pertanyaannya) berisikan (memuat) pilihan yang berjenjang.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial . dengan skala Likert, variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indicator variable. Kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Skala Likert itu “aslinya” untuk mengukur kesetujuan dan ketidaksetujuan seseorang terhadap sesuatu objek, yang jenjangnya bisa tersusun atas.

Pernyataan Positif

Sangat Setuju (SS) = 5
 Setuju (S) = 4
 Netral (N) = 3
 Tidak Setuju (TS) = 2
 Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Pernyataan Negatif

Sangat Setuju (SS) = 1
 Setuju (S) = 2
 Netral (N) = 3
 Tidak Setuju (TS) = 4
 Sangat Tidak Setuju (STS) = 5

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Orientasi Wilayah

Kota Malang terdiri dari 5 Kecamatan yaitu Kedungkandang, Klojen, Blimbing, Lowokwaru, dan Sukun serta 57 kelurahan. Secara geografis wilayah Kota Malang berada antara 07°46'48" - 08°46'42" Lintang Selatan dan 112°31'42" - 112°48'48" Bujur Timur, dengan luas wilayah 110,06 km². Kota Malang mempunyai elevasi antara 300 - 1.694 m di atas muka air laut dan secara morfologi dikelompokkan menjadi 3 (tiga) satuan morfologi, yaitu satuan morfologi dataran yang menempati bagian tengah dan selatan, satuan morfologi pegunungan bergelombang menempati bagian timur dan utara, dan satuan morfologi pegunungan menempati wilayah bagian barat, utara dan timur. Karena letaknya yang cukup tinggi, Kota Malang memiliki udara yang sejuk dengan suhu rata-rata 24,13°C dan kelembaban udara 72% serta cerah hujan rata-rata 1.883 milimeter per tahun. Secara geologi daerahnya disusun oleh batuan hasil kegiatan gunungapi yang terdiri dari tufa, tufa pasir, breksi gunung api, aglomerat, dan lava. Secara hidrogeologi akumulasi air tanah di Cekungan Malang dijumpai pada lapisan *akuifer* yang dapat dipisahkan menjadi 3 (tiga) kelompok, yaitu kelompok *akuifer* dengan kedalaman kurang dari 40 m, kelompok *akuifer* dengan kedalaman antara 40 - 100 m, dan kelompok *akuifer* dengan kedalaman antara 100 - 150 m.

4.2. Profil Wilayah Penelitian

Kecamatan Lowokwaru terletak pada bagian Utara - Barat Kota Malang dengan luas 2.169,51 Ha. Secara regional Kecamatan Lowokwaru dipengaruhi oleh kondisi geografis Kota Malang yang terletak pada koordinat 112°34'09,48" BT - 112°04'34,93" BT dan 7°54'52,22" LS - 8°03'05,11" LS. Adapun batas administrasi Kecamatan Lowokwaru adalah:

- Sebelah Utara : Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang
- Sebelah Timur : Kecamatan Blimbing
- Sebelah Selatan : Kecamatan Sukun dan Kecamatan Klojen
- Sebelah Barat : Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Secara administrasi Kecamatan Lowokwaru memiliki 12 kelurahan yang terdiri dari 119 RW dan 751 RT. Adapun kelurahan yang terdapat di Kecamatan Lowokwaru adalah Kelurahan Tasikmadu, Kelurahan Tunggulwulung, Kelurahan Tlogomas, Kelurahan Merjosari, Kelurahan Dinoyo, Kelurahan Sumbersari, Kelurahan Ketawang Gede, Kelurahan Jatimulyo, Kelurahan Tunjungsekar, Kelurahan Mojolangu, Kelurahan Tulusrejo dan Kelurahan Lowokwaru. Kecamatan Lowokwaru terletak di posisi barat daya kota Malang yang merupakan lokasi dataran tinggi, dimana ketinggiannya 460 m dari permukaan laut. Adapun perguruan tinggi yang berkembang pada jalan-jalan utama antara lain :

Tabel 4.1
Lokasi Perguruan Tinggi Di Kecamatan Lowokwaru

No	Nama Jalan	Perguruan Tinggi
1.	Jalan Veteran	Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang
2.	Jalan Tlogomas	Universitas Islam Malang, Universitas Muhammadiyah, dan Sekolah Tinggi Ilmu Akutansi
3.	Jalan Gajayana	Universitas Islam Negeri
4.	Jalan Borobudur	Universitas Widyagama, Universitas Malang Kucecwara dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
5.	Jalan Soekarno-Hatta	Politeknik Malang, Institut Pertanian Malang
6.	Jalan Bend.Sutami	Universitas Muhammadiyah Kampus 2

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

Sedangkan untuk perguruan tinggi yang berada pada kawasan permukiman antara lain :

- ✚ Jalan Kecubung : Institut Teknologi Palapa
- ✚ Jalan Simp. Borobudur : Universitas Widya Gama Kampus 2
- ✚ Jalan Tirta Gangga : Sekolah Tinggi Pertanian Tribuana
- ✚ Jalan Merjosari : Universitas Gajayana
- ✚ Jalan Bendungan Sigura-gura : Institut Teknologi Nasional Malang
- ✚ Jalan Joyo raharjo : Sekolah Tinggi Ilmu Hukum Sunan Giri
- ✚ Jalan Candi Panggung : STTM

Selain memiliki fungsi pelayanan primer sebagai kawasan pendidikan, Kecamatan Lowokwaru juga memiliki fungsi pelayanan primer perdagangan dan jasa yang memiliki perkembangan yang pesat, hal ini disebabkan Kecamatan Lowokwaru dilewati oleh jaringan jalan yang merupakan akses regional (Kota Malang – Kota Batu/Kabupaten Kediri/Kabupaten Jombang), sehingga pada jalan-jalan utama kawasan tersebut menjadi kawasan yang mempunyai nilai ekonomis yang tinggi dan berkembang untuk kegiatan komersial.

Dengan adanya beberapa perguruan tinggi di Kota Malang serta fenomena perubahan gaya hidup masyarakat dimana kafe tempat ngopi menjadi satu sarana untuk melepaskan kepenatan / istirahat, pertemuan dengan relasi kerja, kerabat bahkan keluarga dan juga sebagai tempat untuk bertukar pikiran (berdiskusi) maka terdapat berbagai kafe yang tersebar di hampir semua Kota Malang baik berupa warung, kedai maupun Cafè kopi. Kafe tempat – tempat ngopi di Kota Malang terutama di Lowokwaru antara lain Kopi Miring, Exelso, My Kopi O, Ladang Kopi, PM coffe, Kedai Andika Eskaffe dan lainnya.

4.3. Gambaran Kafe Di Wilayah Penelitian

Pada sub – bab ini akan diuraikan mengenai karakteristik kafe di Wilayah Perencanaan. Kafe di Wilayah penelitian digambarkan berdasarkan karakteristik / identitas. Kafe yang menjadi focus penelitian adalah 9 kafe yang berada sepanjang koridor di wilayah jl Bendungan Sigura-gura, jl Gajayana, jl MT

Haryono dan Jl Mertojoyo. kafe yang dipilih adalah kafe yang dekat dengan lingkungan kampus. Perguruan tinggi yang berada di sekitar wilayah penelitian antara lain ITN, universitas Brawijaya, Universitas Islam Malang, dan Universitas Gajayana. Dari 9 kafe yang ada di kawasan penelitian semua kafe beroperasi (jam buka) pada sore hari sekitar jam 4 sore hingga jam 12 malam. Untuk lebih jelasnya pada sub-bab ini akan di bagi menjadi 2 bahasan yaitu Karakteristik Pengunjungnya serta Alasan pemilihan Lokasi Kafe menurut pengunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada peta titik lokasi kafe 4.1 berikut.

4.3.1 Karakteristik Kafe dan Pengunjungnya

Karakteristik pengunjung kafe meliputi tingkat usia pengunjung, jenis kelamin, status sosial (pekerjaan), jam berkunjung dan hari berkunjung. Untuk lebih jelasnya akan dijabarkan pada sub – bab dibawah ini.

4.3.1.1 Karakteristik Pengunjung

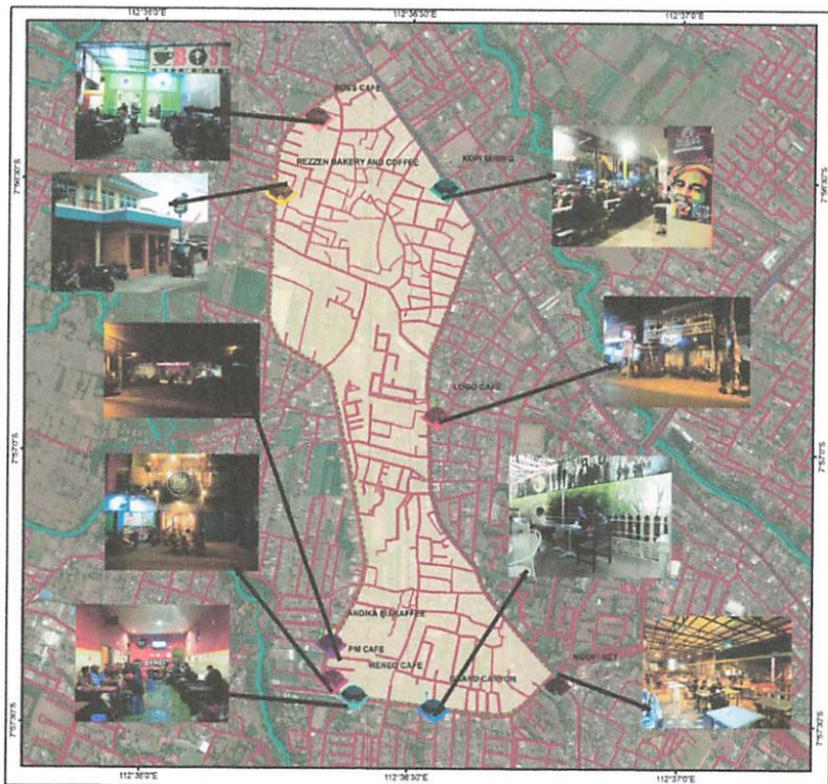
A. Usia

Dari hasil pengamatan terhadap 9 lokasi penelitian kafe, khususnya tingkat usia 18 – 26 tahun menunjukkan jumlah terbesar yaitutotal 43 pengunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
Tingkat Usia Pengunjung

No	Nama Kafe	Usia (Tahun)			Σ
		18-26	27-35	36-45	
1	Ngopi Net	6	2	2	10
2	Grand Canyon Café	5	2	3	10
3	PM Café	4			4
4	Reneo Café	5	2	3	10
5	Kedai Andika Eiskaffee	2	2		4
6	Rezzen Bakery and Coffee	3			3
7	Boss Café	3	1		4
8	Kopi Miring Café	8	4	3	15
9	Logo Café	7	2	1	10
	jumlah	43	15	12	70

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015



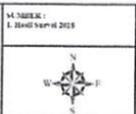
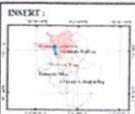
TUGAS AKHIR
 JURISAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
 FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
 INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MAULANA
 2018

ALASAN PEMILIHAN LOKASI TEMPAT NGOPSI
 MENURUT PENGUNJUNG

REKALD
 WILAYAH STUDI



- LEGENDA:
- Jalan Kota
 - Sungai
 - DE WAB KOP
 - BEZZEN BAKERY AND COFFEE
 - KOPPI MIRIND
 - LOGO CAFE
 - ANDIKA BAKERY
 - PNI CAFE
 - MENDO CAFE
 - BRAND CANYON
 - NODDY REST



B. Jenis kelamin

Jenis kelamin laki – laki menempati jumlah kunjungan tertinggi dengan total jumlah 51 pengunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Pengunjung

No	Nama Kafe	Jenis Kelamin		Σ
		Laki - Laki	Perempuan	
1	Ngopi Net	7	3	10
2	Grand Canyon Café	7	3	10
3	PM Café	3	1	4
4	Reneo Café	8	2	10
5	Kedai Andika Eiskaffee	4	0	4
6	Rezzen Bakery and Coffee	1	2	3
7	Boss Café	4	0	4
8	Kopi Miring Café	11	4	15
9	Logo Café	6	4	10
	jumlah	51	19	70

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

C. Pekerjaan

Dari jenis pekerjaan (status sosial) pengunjung kafe khususnya mahasiswa adalah jumlah pengunjung terbanyak dengan total 37 pengunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4
Jenis Pekerjaan Pengunjung

No	Nama Kafe	Pekerjaan			Σ
		Pelajar	Mahasiswa	Karyawan	
1	Ngopi Net	2	6	2	10
2	Grand Canyon Café	2	4	4	10
3	PM Café	1	2	1	4
4	Reneo Café	1	7	2	10
5	Kedai Andika Eiskaffee		3	1	4
6	Rezzen Bakery and Coffee		2	1	3
7	Boss Café	1	2	1	4
8	Kopi Miring Café	4	8	3	15
9	Logo Café	4	3	3	10
	Jumlah	15	37	18	70

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

D. Jam Berkunjung

Berikut adalah hasil survei primer mengenai jam berkunjung para pengunjung di 9 lokasi kafe.

Tabel 4.5
Jam Berkunjung Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Jam Berkunjung			Σ
		pukul 15.00 - 17.00	pukul 17.01 - 19.00	pukul 19.01 - 21.00	
1	Ngopi Net	2	5	3	10
2	Grand Canyon Café	3	4	3	10
3	PM Café		4		4
4	Reneo Café	2	3	5	10
5	Kedai Andika Eiskaffee		3	1	4
6	Rezzen Bakery and Coffee		3		3
7	Boss Café	3	1		4
8	Kopi Miring Café	3	6	6	15
9	Logo Café	4	3	3	10
	jumlah	17	32	21	70

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

E. Hari Berkunjung

Sementara hari berkunjung rata – rata pengunjung kafe paling ramai adalah hari sabtu dan hari rabu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Hari Berkunjung Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Hari Berkunjung							Σ
		senin	selasa	rabu	kamis	jum'at	sabtu	minggu	
1	Ngopi Net	1		1		1	3	4	10
2	Grand Canyon Café		2	3		1	3	1	10
3	PM Café		1		1		2		4
4	Reneo Café	1	2	1	2	1	2	1	10
5	Kedai Andika Eiskaffee			1			2	1	4
6	Rezzen Bakery and Coffee						1	2	3
7	Boss Café						2	2	4
8	Kopi Miring Café	2	1	2	2	2	4	2	15
9	Logo Café	1	2	2	1	1	2	1	10
	jumlah	5	8	10	6	6	21	14	70

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

4.3.1.2 Karakteristik Kafe

A. Grand Canyon Coffee

Café yang terletak di Jalan Bendungan Sigura – gura ini sudah berdiri sejak 2 tahun lalu ini berada pada deratan ruko yang baru berdiri juga. Ruko 2 lantai yang menjadi lokasi Grand Canyon ini menawarkan kafe yang memberikan sensasi ngopi bernuansa zaman dahulu dengan ornament dari bahan kayu yang disusun rapi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table di bawah ini.

Tabel 4.8
Profil Grand Canyon Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Remy (29 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Bendungan Sigura-Gura Barat, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65145	
3.	Usia Pengunjung	19-48 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	60%Laki – laki 40%Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa - Karyawan	
6.	Jam Buka	Dari jam 11 siang sampai jam 11 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata Jam 2 sampai 5 dan jam 8 sampai jam 10	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung kondisi paling ramai hari Rabu dan Sabtu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

B. Logo Café

Logo Café adalah salah satu Café atau tempat ngopi yang berada di JI Sumpersari, Café ini mengusung tema *Board and Game*, Logo Café bukan hanya

menyediakan tempat bagi penikmat kopi namun bagi para pengunjung yang ingin menikmati permainan seperti Uno game, Monopoly, Permainan Ular tangga dsb. Untuk lebih jelasnya dapat di lihat pada table 4.9 profil Logo Café di bawah ini.

Table 4.9
Profil Logo Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Erika Andriana (28 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Gajayana Ruko No. 20A-20B	
3.	Usia Pengunjung	20-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	60 %Laki – Laki 40%Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa - Karyawan	
6.	Jam Buka	Dari jam 10 pagi hingga jam 11 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam 2 sampai jam 11	
8.	Hari Berkunjung	Rata hari berkunjung pada hari Rabu dan Sabtu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

C. Kopi Miring

Kawasan pertokoan, perdagangan dan jasa Dinoyo menjadi lokasi yang strategis untuk sebuah kafe yang bernama Kopi Miring tepatnya berada di Jl MT Haryono No 133 Malang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini.

Tabel 4.10
Profil Kopi Miring Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Yos (35 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. MTHaryono No 133 Malang	
3.	Usia Pengunjung	20-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	Rata – rata pengunjung 60% laki - Laki	
5.	Status Sosial	Pelajar - Mahasiswa - Karyawan	
6.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 12 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung pada jam 7 – 9 malam	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung pada malam minggu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

D. Boss Café

Boss Café adalah salah satu kafe yang berada di dekat kawasan pemukiman mertoyojo sehingga para pengunjung sebagian besar adalah penduduk di dekat daerah itu dan sebagian lagi mahasiswa. Menu yang ditawarkan oleh kafe ini lumayan beragam. Boss Café ini juga ramai dikunjungi karena ada bangkitan dari lokasi sebelahnya adalah tempat persewaan *Play Station*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.11
Profil Boss Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Bambang (30 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Sigura-gura No.	
3.	Usia Pengunjung	19 - 20 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	Rata – rata pengunjung 90 %Laki-Laki	
5.	Status Sosial	Mahasiswa – masyarakat sekitar	
6.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 12 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung dari jam 7 sampai jam 12	
8.	Hari Berkunjung	Rata-rata hari berkunjung malam minggu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

E. Rezzan Bakery and Coffee

Rezzan Bakery and Coffee menawarkan nuansa kafe yang beraneka ragam karena karena ruko 2 lantai ini menyediakan balkon untuk penikmat kopi yang ingin menikmati kopi sambil memandang indahnya suasana malam hari. Selain bermacam-macam kopi yang disediakan di kafe ini, ada juga beragam roti yang ditawarkan. Berikut adalah tabel 4.12 profil Rezzan Bakery and Coffee.

Tabel 4.12
Profil Rezzen Bakery and Coffe

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Rezzen Bakery	
2.	Alamat	Jl. Sigura-gura No.	
3.	Usia Pengunjung	19-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	40% Laki- Laki 60% Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa	
6.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 11 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung dari jam 7 sampai 10	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung pada malam minggu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

F. Kedai Andika Eiskaffe

Lokasi Kedai Andika Eiskaffe ini berada di jalan Bendungan Sigura – gura, kafe ini biasanya akan sangat ramai jika ada pertandingan sepak bola, karena kafe ini menawarkan sarana bagi pecinta penonton bola yaitu kafe sekaligus tempat nonton bareng (nobar). Pengunjung yang datang sebagian besar laki-laki karena kafe ini buka dari jam 5 sore hingga jam 12 malam. Berikut adalah profil Kedai Andika Eiskaffe.

Tabel 4.13
Profil Kedai Andika Eiskaffe

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Andika (30 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Bendungan Sigura-gura	
3.	Usia Pengunjung	19-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	Rata – rata pengunjung 70 %Laki-Laki dan 30%Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa – karyawan	
6.	Kelompok/ Perorangan	Rata – rata mayoritas pengunjung berkelompok	
7.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 12 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata dari jam 8 hingga jam 10 malam	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung pada hari rabu dan sabtu malam, terlebih jika ada jadwal pertandingan bola	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

G. Renoe Café

Renoé Café adalah kafe yang sebagian besar dikunjungi oleh mahasiswa dari Indonesia bagian timur. Karena kafe ini pemiliknya adalah orang asli Ambon (Irfan). Yang menjadi menarik adalah papan nama bertuliskan Renoe Café yang artinya “kemarilah” (dalam bahasa jawa) tapi pemiliknya adalah orang asli Ambon. Kafe ini terkesan sederhana namun aktifitas yang ada didalamnya begitu kekeluargaan.

Tabel 4.14
Profil Renoe Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Irfan (35 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Bendungan Sigurgura Barat	
3.	Usia Pengunjung	20-45 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	Mayoritas hingga 90%Laki-Laki	
5.	Status Sosial	Mahasiswa - karyawan	
6.	Jam Buka	Dari jam 2 siang hingga jam 2 pagi	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung dari jam 5 sore 8 malam dan 10 malam	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung malam minggu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

H. PM Café

Adalah salah satu *Coffee Shop Independence* yang berada di Kota Malang, PM Café berada di kawasan yang cukup strategis karena dekat dengan lokasi kos-kosan mahasiswa. Ruko 2 lantai dengan konsep *industrial theme* ini menawarkan kepada semua pecinta kopi pada khususnya bagaimana sensasi kopi yang sebenarnya, karena di PM Café ini mereka yang menikmati kopi akan melihat secara langsung proses pembuatan oleh barista mulai dari penggilingan hingga di sajikan kepada pengunjung.

Tabel 4.15
Profil PM Café

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Della (22 Tahun)	 
2.	Alamat	Jl. Sigura-gura Barat 2 KAV 2 depan Atlantic DVD	
3.	Usia Pengunjung	19-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	80% Laki-laki 20%Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa - karyawan swasta	
6.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 11 malam	
7.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung pada jam 7 malam dan jam 10 malam	
8.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung pada malam minggu	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

1. Ngopi Net

Perempatan ITN pojok kanan samping ATM BCA adalah lokasi kafe dari Ngopi Net. kafe ini menjadi tempat untuk nonton bareng pertandingan bola yang sangat ramai. Berikut ini adalah profil Ngopi net.

Tabel 4.16
Profil Ngopi Net

No	Identitas	Keterangan	Gambar
1.	Nama Pemilik / penanggungjawab	Andika (25 Tahun)	
2.	Alamat	Jl. Bendungan Sutami	

No	Identitas	Keterangan	Gambar
No. 1			
3.	Usia Pengunjung	18-35 Tahun	
4.	Jenis Kelamin	80% Laki-laki 20% Perempuan	
5.	Status Sosial	Mahasiswa – Karyawan	
6.	Kelompok/ Perorangan	Rata – rata mayoritas pengunjung berkelompok	
7.	Jam Buka	Dari jam 5 sore hingga jam 12 malam	
8.	Jam Berkunjung	Rata – rata jam berkunjung pada jam 7 malam dan jam 10 malam	
9.	Hari Berkunjung	Rata – rata hari berkunjung pada hari rabu dan sabtu malam, terlebih jika ada jadwal pertandingan bola	

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

4.4.1 Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung

A. *Grand Canyon Coffee*

Grand Canyon Café rata – rata di kafe ini para pengunjung datang menikmati kopi berdasarkan karena alasan rekomendasai dari teman. Dari hasil wawancara dengan penanggungjawab kafe yang bernama Remy (29 Tahun) konsep dari kafe yang mereka gunakan adalah *vintage* dengan model pemasaran menggunakan bahasa dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.17 dibawah ini.

Tabel 4.17
Hasil Kuesioner di Grand Canyon Coffee

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	6	4				10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	6	3	1			10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	7	2	1			10
	JUMLAH	19	9	2	0	0	30
B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	2	6	2			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	3	5	2			10
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	6	2	2			10
	JUMLAH	11	13	6	0	0	30
C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	6	2	2			10
2.	Harga produk di <i>Cafe</i> ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	4	5	1			10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	6	2			10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar	2	3	5			10
	JUMLAH	14	16	10	0	0	40
D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	4	4	2			10
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum				10		10
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	5	5				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	6	4				10
	JUMLAH	15	13	2	10	0	40

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	4	4	2			10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	7	3				10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	4	6				10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	3	5			10
JUMLAH		22	21	7	0	0	50
F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	7	3				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	6	4				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	7	3				10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	8	2				10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	6	4				10
JUMLAH		34	16	0	0	0	40

Sumber : Hasil rekapitan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

B. Logo *Café*

Responden di Logo *Café* lebih banyak milih ngopi disini karena alasan nyaman dan produk yang ditawarkan oleh Logo *Café* itu sendiri. Pengunjung memilih lingkungan yang nyaman untuk ngopi dan berkumpul dengan teman total skornya adalah 28 memilih sangat setuju. Selain kopi dan makanan ringan pendamping saat ngopi, kafe ini juga menawarkan beragam permainan yang menjadi kunci sukses pemasaran kafe ini. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.18 di bawah ini.

Tabel 4.18
Hasil Kuesioner di Logo Café

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	6	4				10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	2	6	2			10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	5	5				10
JUMLAH		13	15	2	0	0	30
B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3	6	1			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	5	5				10
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	6	4				10
JUMLAH		14	15	1	0	0	30
C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	4	5	1			10
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	3	7				10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	7	1			10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		5	3	2		10
JUMLAH		9	24	5	2	0	40
D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis	5	5				10
2.	Lokasi <i>Cafe ini</i> banyak dilalui angkutan umum	6	4				10
3.	<i>Cafe ini</i> menyediakan tempat parkir	4	6				10
4.	Suasana di <i>Cafe ini</i> nyaman	6	4				10
JUMLAH		21	19	0	0	0	40
E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ

1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	4	6				10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	5	5				10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	7	3				10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	3	5	2			10
	JUMLAH	24	24	2	0	0	50
F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	6	4				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	5	5				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	7	3				10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	4	6				10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	6	4				10
	JUMLAH	28	22	0	0	0	50

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

C. Kopi Miring

Responden di Kopi Miring lebih banyak milih ngopi disini karena lokasinya strategis, yaitu daerah jangkauan angkutan umum, dan harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal. Kebanyakan pengunjung yang datang karena rekomendasi dari teman dan tertarik dengan menu yang disediakan. Selain itu Kopi Miring menawarkan keramahan, kenyamanan dari karyawan mereka dan tersedianya tempat parkir yang luas sehingga pengunjung betah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.19 di bawah ini.

Tabel 4.19
Hasil Kuesioner di Kopi Miring

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	8	3	1	1	15
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		5	7	1	2	15
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		8	4	3		15
	JUMLAH	2	21	14	5	3	45
B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	2	8	3	1	1	15
2.	Nama merek produk mudah diingat	4	10	1			15
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	4	8	3			15
	JUMLAH	10	26	7	1	1	45
C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	3	2	10			15
2.	Harga produk di <i>Cafe</i> ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	8	7				15
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	7	8				15
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		7	8			15
	JUMLAH	18	24	18	0	0	60
D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	13	2				15
2.	Lokasi <i>Cafe ini</i> banyak dilalui angkutan umum	12	3				15
3.	<i>Cafe</i> ini menyediakan tempat parkir	7	8				15
4.	Suasana di <i>Cafe</i> ini nyaman	9	6				15
	JUMLAH	41	19	0	0	0	60
E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ

1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	11	2			15
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	10				15
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	4	10	1			15
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	3	10	2			15
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	8	2	2	1	15
	JUMLAH	16	49	7	2	1	75
F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaannya dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	3	9	3			15
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	13	1			15
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	6	9				15
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	5	10				15
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	5	10				15
	JUMLAH	20	51	4	0	0	75

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

D. Boss Café

Responden di Boss Café lebih banyak milih ngopi disini karena rekomendasi dari teman. Boss Café menawarkan kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu menu yang bervariasi dan harga yang terjangkau menjadikan Boss Café menjadi pilihan pengunjung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.20 di bawah ini.

Tabel 4.20
Hasil Kuesioner di Boss Café

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	1	2	1			4

2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	2	1	1		4	
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	1	2	1		4	
	JUMLAH	1	5	4	2	0	12

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		2	1	1		4
2.	Nama merek produk mudah diingat		2	1	1		4
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	1	1		4
	JUMLAH	0	6	3	3	0	12

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	1	2	1			4
2.	Harga produk di <i>Cafe</i> ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	1	1			4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	2	1			4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		2	1	1		4
	JUMLAH	4	7	4	1	0	16

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	1	1	2			4
2.	Lokasi <i>Cafe ini</i> banyak dilalui angkutan umum		1	2	1		4
3.	<i>Cafe</i> ini menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di <i>Cafe</i> ini nyaman	1	3				4
	JUMLAH	6	5	4	1	0	16

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	1	1	2			4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	1	1	2			4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang		2	2			4

4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	2	2			4	
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	1	2	1		4	
	JUMLAH	2	7	10	1	0	20

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	2	2				4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	3				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		1	2	1		4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		2	2			4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	2	2				4
	JUMLAH	5	10	4	1	0	20

Sumber : Hasil rekapitan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

E. *Rezzan Bakery and Coff e*

Responden *Rezzan Bakery and Coffee* kebanyakan tertarik oleh harganya yang beragam. *Rezzan Bakery and Coffee* menarik perhatian pelanggan dengan penyajian yang menarik. Selain itu tempat yang nyaman juga menarik pengunjung untuk datang kembali ke *cafe*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut ini.

Tabel 4.21
Hasil Kuesioner di *Rezzan Cafe*

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	1				3
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	1			3
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	3					3
	JUMLAH	5	3	1	0	0	9

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3					3
2.	Nama merek produk mudah diingat	1	2				3
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	1	2				3
JUMLAH		5	4	0	0	0	9

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh Cafe ini beragam	3					3
2.	Harga produk di Cafe ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	1	2				3
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	2				3
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	1	1		3
JUMLAH		5	5	1	1	0	12

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi Cafe ini sangat strategis	2	2				4
2.	Lokasi Cafe ini banyak dilalui angkutan umum		2	1	1		4
3.	Cafe ini menyediakan tempat parkir	2	2				4
4.	Suasana di Cafe ini nyaman	3	1				4
JUMLAH		7	7	1	1	0	16

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di Cafe ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	2				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	2	2				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	1	3				4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	3				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		2	2			4
JUMLAH		6	12	2	0	0	20

F. Lingkungan Fisik							
---------------------	--	--	--	--	--	--	--

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencapaian dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	1	2	1			4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	2				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	1				4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	2	2				4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	3	1				4
JUMLAH		11	8	1	0	0	20

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

F. Kedai Andika Eskaffe

Kedai Andika Eskaffe, pengunjung disugahi dengan berbagai macam produk yang dibutuhkan pelanggan. Kedai Andika Eskaffe juga menyediakan tempat yang nyaman dan letaknya yang strategis. Kedai Andika Eskaffe seringkali mengadakan nobar. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.22 berikut ini.

Tabel 4.22
Hasil Kuesioner di Kedai Andika Eskaffe

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	2				4
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	2			4
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		2	2			4
JUMLAH		2	6	4	0	0	12
B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	1	3				4

2.	Nama merek produk mudah diingat	2	2				4
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	1	2	1			4
	JUMLAH	4	7	1	0	0	12

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	1	2	1			4
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	2				4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	3				4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	2	1		4
	JUMLAH	4	8	3	1	0	16

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis	1	3				4
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum				4		4
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman	3	1				4
	JUMLAH	8	4	0	4	0	16

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe Ini</i> cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	2				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	2	2				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	1	3				4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	3				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	1	1			4
	JUMLAH	8	11	1	0	0	20

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
-----	------------	----	---	----	----	-----	----------

1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	1	2	1			4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	2				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	1	3				4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	1	3				4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	3	1				4
	JUMLAH	8	11	1	0	0	20

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

G. *Renoë Café*

Pada *Renoë Café*, pengunjung disugahi dengan kenyamanan dan kebersihan serta penataan interiornya yang menarik. Selain itu tersedianya tempat parkir dan lokasi yang strategis menjadi nilai tambah bagi pengunjung. Menu yang ditawarkan bervariasi dengan harga yang terjangkau serta pelayanan yang ramah menjadikan pengunjung betah berlama-lama di *café* ini dengan total skornya adalah 18 memilih sangat setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.23 berikut.

Tabel 4.23
Hasil Kuesioner di *Renoë Café*

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	4	4	2			10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini			6	4		10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.			6	4		10
	JUMLAH	4	4	14	8	0	30

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		2	6	2		10
2.	Nama merek produk mudah diingat	2	4	4			10
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	6	2		10
	JUMLAH	2	8	16	4	0	30
C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh Cafe ini beragam		4	4	2		10
2.	Harga produk di Cafe ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	6	4				10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	5	5				10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		4	6			10
	JUMLAH	11	17	10	2	0	40
D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi Cafe ini sangat strategis	1	6	3			10
2.	Lokasi Cafe Ini banyak dilalui angkutan umum				10		10
3.	Cafe Ini menyediakan tempat parkir	2	8				10
4.	Suasana di Cafe Ini nyaman	3	7				10
	JUMLAH	6	21	3	10	0	40
E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di Cafe Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	5	5				10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	4	5	1			10
4.	Penyajian makanan / minuman	2	6	2			10

	pelanggan yang akan pulang						
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	2	2				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	1	2	1			4
	JUMLAH	9	10	1	0	0	20

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	3	1				4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	3				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	4					4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	4					4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	4					4
	JUMLAH	16	4	0	0	0	20

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

I. Ngopi Net

Lokasi Ngopi Net cukup strategis dan banyak dilalui angkutan umum. Selain itu tempat parkir yang tersedianya tempat parkir dan suasana yang nyaman menjadi pilihan pengunjung yang datang di *café* ini. Skornya adalah 24 orang yang memilih sangat setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.25 berikut.

Tabel 4.25
Hasil Kuesioner di Ngopi Net

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	3	3	4			10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena		2	5	1	2	10

	prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini						
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	2	3	2	3		10
	JUMLAH	5	8	11	4	2	30

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3	5	2			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	4	5	1			10
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		5	3	2		10
	JUMLAH	7	15	6	2	0	30

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe</i> ini beragam	2	5	3			10
2.	Harga produk di <i>Cafe</i> ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	5	3			10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	4	6				10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		2	3	5		10
	JUMLAH	8	18	9	5	0	40

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	8	2				10
2.	Lokasi <i>Cafe</i> ini banyak dilalui angkutan umum	7	3				10
3.	<i>Cafe</i> ini menyediakan tempat parkir	4	6				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> ini nyaman	5	5				10
	JUMLAH	24	16	0	0	0	40

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	3	7				10

	sangat menarik						
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	6	2			10
	JUMLAH	18	27	5	0	0	50
F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaannya dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	4	5	1			10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	8				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	5	2			10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	2	5	3			10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	4	6				10
	JUMLAH	15	29	6	0	0	50

Sumber : Hasil rekapitan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

H. PM Coffee

Di PM Coffee menawarkan suasana yang nyaman bagi pengunjung. System pencahayaan dan penataan ruang yang menarik membuat pengunjung yang datang merasa nyaman. Skornya 16 orang yang sangat setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut.

Tabel 4.24
Hasil Kuesioner di PM Coffee

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	3	1				4
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	1	2	1			4
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya	3	1				4

hobi mencicipi.

JUMLAH		7	4	1	0	0	12
B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		1	3			4
2.	Nama merek produk mudah diingat	1	3				4
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	2			4
JUMLAH		1	6	5	0	0	12
C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Harga yang ditawarkan oleh Cafe ini beragam	2	2				4
2.	Harga produk di Cafe ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	1	3				4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	2				4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	2	1		4
JUMLAH		5	8	2	1	0	16
D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Lokasi Cafe ini sangat strategis	4					4
2.	Lokasi Cafe Ini banyak dilalui angkutan umum				4		4
3.	Cafe Ini menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di Cafe Ini nyaman	4					12
JUMLAH		8	0	0	4	0	20
E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di Cafe Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	1	3				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	3	1				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada	2	2				4

2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	5	5				10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	4	5			10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		3	4	3		10
	JUMLAH	14	24	9	3	0	50

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	5	5				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	4	5	1			10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	5	2			10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	3	6	1			10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	5	5				10
	JUMLAH	20	26	4	0	0	50

Sumber : Hasil rekapan kuesioner tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

BAB V

ANALISA DAN HASIL PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan analisis alasan terhadap pemilihan lokasi kafe berdasarkan pengunjung. Hasil disini meliputi karakteristik kafe berdasarkan pengunjung dan alasan pemilihan lokasi kafe yang didapat dari hasil kuesioner. Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya pada point karakteristik lokasi penelitian, maka lokasi penelitian dibagi kedalam 9 lokasi. Dari hasil pengamatan yang dilakukan di kawasan penelitian diperoleh jumlah sampel dari tiap – tiap kafe.

Tabel 5.1
Jumlah Sampel Tiap – Tiap Kafe

No	Nama Kafe	Jumlah Pengunjung	Sampel	L	P
1.	Ngopi Net	100	10	7	3
2.	Grand Canyon Café	100	10	7	3
3.	PM Café	40	4	3	1
4.	Reneo Café	100	10	8	2
5.	Kedai Andika Eiskaffee	40	4	4	0
6.	Rezzen Bakery and Coffee	30	3	1	2
7.	Boss Café	40	4	4	0
8.	Kopi Miring Café	150	15	11	4
9.	Logo Café	100	10	6	4
	Total	700	70	51	19

Sumber : Hasil Survey Tahun 2015

5.1. Analisis Karakteristik Pengunjung

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui karakteristik kafe berdasarkan pengunjung. Karakteristik kafe merupakan pembahasan dari hasil kuesioner dan hasil observasi yang telah dilakukan peneliti. Analisis ini meliputi usia pengunjung, jenis kelamin, jam berkunjung dan hari berkunjung.

5.1.1 Usia

Usia erat kaitannya dengan hubungan pengunjung kafe, karena dari segi usia dapat dilihat bahwa posisi usia pada kelompok usia dari pengunjung tersebut. Dari hasil analisa dapat disimpulkan bahwa pengunjung kafe sebagian besar dari kelompok usia muda yakni 61 % dari total seluruh responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut.

Tabel 5.2
Analisa Usia Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Usia			Σ
		18-26	27-35	36-45	
1	Ngopi Net	60%	20%	20%	100%
2	Grand Canyon Café	50%	20%	30%	100%
3	PM Café	100%	0%	0%	100%
4	Reneo Café	50%	20%	30%	100%
5	Kedai Andika Eiskaffee	50%	50%	0%	100%
6	Rezzen Bakery and Coffee	100%	0%	0%	100%
7	Boss Café	75%	25%	0%	100%
8	Kopi Miring Café	53%	27%	20%	100%
9	Logo Café	70%	20%	10%	100%
	jumlah	61%	21%	17%	100%

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Pada seluruh Kafe di wilayah penelitian didominasi oleh kelompok umur antara 18 – 26 tahun yaitu 61 %. Bila dilihat berdasarkan kelompok umur dan dilihat pada masing – masing kafe diketahui bahwa untuk usia 18 – 26 tahun paling dominan di PM Cafe dan Rezzen Bakery and Coffee, dan untuk usia tertinggi yaitu 34 – 45 tahun dominan di Grand Canyon Cafe dan Reneo Cafe. Dari gambaran diatas menunjukkan bahwa pada wilayah penelitian untuk kafe didominasi oleh anak usia muda (usia 18 – 26 tahun).

5.1.2 Jenis kelamin

Pada kenyataannya jenis kelamin pengunjung kafe kaum laki – laki masih mendominasi kegiatan ngopi. Sebagian besar laki laki menjadikan kafe sebagai tempat untuk bersantai dengan teman dan kerabat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut.

Tabel 5.3
Analisa Jenis Kelamin Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Jenis Kelamin		Σ
		Laki - Laki	Perempuan	
1	Ngopi Net	70%	30%	100%
2	Grand Canyon Café	70%	30%	100%
3	PM Café	75%	25%	100%
4	Reneo Café	80%	20%	100%
5	Kedai Andika Eiskaffee	100%	0%	100%
6	Rezzen Bakery and Coffee	33%	67%	100%
7	Boss Café	100%	0%	100%
8	Kopi Miring Café	73%	27%	100%
9	Logo Café	60%	40%	100%
	jumlah	73%	27%	100%

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Pada seluruh kafe di wilayah penelitian jenis kelamin laki – laki masih mendominasi dengan 73 % dari semua total responden dan sisanya jenis kelamin perempuan. Jumlah pengunjung laki – laki terbanyak ada pada Kedai Andika Eiskaffee dan Boss Cafe. Sedangkan peminat terendah pengunjung kafe untuk jenis kelamin perempuan ada di Reneo Cafe.

5.1.3 Pekerjaan

Dari hasil kuesioner dan analisa mayoritas pengunjung kafe yang datang untuk menikmati kopi dan jajanan, sebagian besar pengunjung adalah dari kalangan mahasiswa. Sebuah kafe erat kaitannya lokasi kampus, karena dari hasil wawancara pasar yang ditembak oleh pengelola kafe adalah sebagian besar dari kalangan mahasiswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.4 berikut.

Tabel 5.4
Analisa Pekerjaan Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Pekerjaan			Σ
		Pelajar	Mahasiswa	Karyawan	
1	Ngopi Net	20%	60%	20%	100%
2	Grand Canyon Café	20%	40%	40%	100%
3	PM Café	25%	50%	25%	100%
4	Reneo Café	10%	70%	20%	100%
5	Kedai Andika Eiskaffee	0%	75%	25%	100%

No	Nama Kafe	Pekerjaan			Σ
		Pelajar	Mahasiswa	Karyawan	
6	Rezzen Bakery and Coffee	0%	67%	33%	100%
7	Boss Café	25%	50%	25%	100%
8	Kopi Miring Café	27%	53%	20%	100%
9	Logo Café	40%	30%	30%	100%
	Jumlah	21%	53%	26%	100%

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Sekitar 53 % dari jumlah responden pengunjung kafe adalah kalangan mahasiswa dan prosentase yang terendah adalah pelajar. Bila dilihat dari masing – masing kafe pengunjung dari kalangan mahasiswa paling banyak dikunjungi adalah Kedai Andika Eiskaffee dengan prosentase 75% dan yang terendah adalah Logo Café. Logo Café mendapat nilai terendah untuk kunjungan dari kalangan mahasiswa namun mendapat skor tertinggi untuk kunjungan dari kalangan pelajar, hal ini karena Logo Café menyediakan fasilitas permainan yang beragam jenis. Yang menarik dari Logo Café ini adalah mereka bukan hanya menyediakan tempat untuk orang yang ingin sekedar minum kopi namun mereka menyediakan berbagai macam permainan, karena mereka mengusung tema Logo Café Board and Game.

5.1.4 Jam Berkunjung

Dari hasil rekapan kuesioner dan analisa, untuk analisa jam berkunjung para pengunjung kafe, rata – rata para pengunjung memilih waktu sore hari untuk mengunjungi kafe tersebut. Hal ini terjadi karena pada waktu sore hari adalah waktu yang sangat tepat untuk sekedar minum kopi atau bercengkrama dengan teman dan relasi. Total 46% pengunjung mendatangi kafe pada pukul 17.01 – 19.00. untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.5 berikut.

Tabel 5.5
Analisa Jam Berkunjung Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Jam Berkunjung			Σ
		pukul 15.00 - 17.00	pukul 17.01 - 19.00	pukul 19.01 - 21.00	
1	Ngopi Net	20%	50%	30%	100%
2	Grand Canyon Café	30%	40%	30%	100%

3	PM Café	0%	100%	0%	100%
4	Reneo Café	20%	30%	50%	100%
5	Kedai Andika Eiskaffee	0%	75%	25%	100%
6	Rezzen Bakery and Coffee	0%	100%	0%	100%
7	Boss Café	75%	25%	0%	100%
8	Kopi Miring Café	20%	40%	40%	100%
9	Logo Café	40%	30%	30%	100%
	jumlah	24%	46%	30%	100%

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Dengan total 46% responden memilih waktu sore hari yaitu pukul 17.01 – 19.00 dan 24 % memilih waktu siang hari, hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ngopi di kafe saat ini tahun 2015 bukan hanya dinikmati pada malam hari saja, namun sore dan siang haripun bahkan pagi hari adalah waktu yang cocok untuk menikmati kopi. PM Café dan Rezzen Bakery and Coffee adalah kafe yang favorit dikunjungi pada waktu sore (pukul 17.01 – 19.00) dengan jumlah prosentase sama yaitu 100%.

5.1.5 Hari Berkunjung

Hari sabtu dan minggu adalah hari terbanyak para pengunjung kafe dengan masing - masing prosentase 30% dan 20%. Pemilihan waktu di akhir pekan menjadi penting karena sebagian besar pengunjung memilih hari sabtu dan minggu karena pada hari itu rata – rata pengujung mendapat libur dari berbagai aktifitas yang dilalui selama seminggu. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.6 berikut.

Tabel 5.6
Analisa Hari Berkunjung Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Hari Berkunjung							Σ
		senin	selasa	rabu	kamis	jum'at	sabtu	minggu	
1	Ngopi Net	10%	0%	10%	0%	10%	30%	40%	100%
2	Grand Canyon Café	0%	20%	30%	0%	10%	30%	10%	100%
3	PM Café	0%	25%	0%	25%	0%	50%	0%	100%
4	Reneo Café	10%	20%	10%	20%	10%	20%	10%	100%
5	Kedai Andika Eiskaffee	0%	0%	25%	0%	0%	50%	25%	100%
6	Rezzen Bakery and Coffee	0%	0%	0%	0%	0%	33%	67%	100%
7	Boss Café	0%	0%	0%	0%	0%	50%	50%	100%
8	Kopi Miring Café	13%	7%	13%	13%	13%	27%	13%	100%

No	Nama Kafe	Hari Berkunjung							Σ
		senin	selasa	rabu	kamis	jum'at	sabtu	minggu	
9	Logo Café	10%	20%	20%	10%	10%	20%	10%	100%
	jumlah	7%	11%	14%	9%	9%	30%	20%	100%

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Terdapat 3 lokasi kafe yang paling banyak menarik pengunjung pada hari sabtu dan minggu, PM Café, Kedai Andika Eiskaffee dan Boss Café adalah kafe yang paling ramai dikunjungi di akhir pekan, masing – masing prosentase dengan nilai 50% dari total responden memilih hari sabtu dan minggu. Rezzen Bakery and Coffee dengan Prosentase 67% menarik pengunjung pada hari minggu, selain menyediakan aneka macam kopi baik dari nusantara maupun kopi *blended* Rezzen Bakery and Coffee juga menyediakan roti mini murah meriah yang menjadi khas kafe tersebut.

Dari ke 5 aspek yang menjadi tolak ukur penilaian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kegiatan ngopi di kafe erat kaitannya dengan kaum laki – laki yang notabeni lebih banyak mengunjungi kafe dengan rata – rata umur adalah anak usia muda yaitu umur 18 – 26 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa. Jam dan waktu berkunjungpun bervariasi namun saat yang paling ramai adalah akhir pekan pada hari sabtu dan minggu pada pukul 17.01 – 19.00 sore hari. Fenomena seperti ini membuktikan bahwa kegiatan ngopi bukan hanya dinikmati oleh kaum paruh baya saja, namun kalangan anak muda dan pelajar sudah mulai menggandrungi kegiatan semacam ini.

Tabel 5.7
Rekapitulasi Karakteristik Pengunjung Kafe

No	Nama Kafe	Variabel				
		Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Jam Berkunjung	Waktu Berkunjung
1	Ngopi Net					
2	Grand Canyon Café					
3	PM Café					
4	Reneo Café					
5	Kedai Andika Eiskaffee					

- 6 Rezzen Bakery and Coffee
- 7 Boss Café
- 8 Kopi Miring Café
- 9 Logo Café

Sumber : Hasil Analisa tahun 2015

Keterangan :

Usia : 18 – 26 Tahun

Jenis Kelamin : Laki – Laki

Pekerjaan : Mahasiswa

Jam Berkunjung : 17.01 – 19.00

Waktu Berkunjung : Sabtu dan Minggu

Dari tabel 5.7 diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kedudukan ke 5 variable pada masing – masing kafe adalah pada variable usia yang paling banyak dengan usia 18 – 26 tahun adalah di kafe PM Café dan Rezzen Bakery and Coffee. Kemudian variable jenis kelamin yang terbanyak adalah laki - laki pengunjung kafe Kedai Andika Eiskaffee dan Boss Kafe. Kemudian variabel pekerjaan yang notabeni mahasiswa adalah di kafe Kedai Andika Eiskaffee. Terakhir adalah untuk variabel jam dan waktu berkunjung adalah pada kafe PM kafe dan Rezzen Bakery and Coffee yaitu pada pukul 17.01 – 19.00 di hari sabtu dan minggu.

5.2. Analisis Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Menurut Pengunjung

Analisis alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung pada sub – bab ini akan diuraikan yang bertujuan untuk mengetahui alasan pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung adapun analisis yang meliputi pertama analisa gaya hidup, analisa produk, analisa harga, analisa lokasi, analisa pelayanan dan terakhir analisa lingkungan kafe.

5.2.1 Analisa Gaya Hidup

Dari hasil kuesioner dan analisa mengenai gaya hidup, hampir 50% responden memilih sangat setuju dengan alasan mengunjungi kafe karena rekomendasi dari teman, dan prosentase total 47,15% memilih setuju mengunjungi kafe dengan alasan *prestise/trend*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut.

Tabel 5.8
Analisa Gaya Hidup Pengunjung Kafe

Nama Kafe	Variabel																	
	A					B					C							
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	15	12	12	0	0	39	0	10	25	5	10	50	10	12	6	6	0	34
Logo Café	30	16	0	0	0	46	10	30	10	0	0	50	25	20	0	0	0	45
Kopi Miring	10	32	9	2	1	54	0	23	35	5	10	75	0	32	12	6	0	50
Boss Café	5	8	3	0	0	16	0	10	5	5	0	20	0	4	6	2	0	12
Rezzan	10	4	0	0	0	14	0	10	5	0	0	15	15	0	0	0	0	15
Andika	15	8	0	0	0	18	0	10	10	0	0	20	0	8	6	0	0	14
PM Café	15	4	0	0	0	19	5	10	5	0	0	20	15	4	0	0	0	19
Reno Café	20	16	6	0	0	42	0	0	30	20	0	50	0	0	18	8	0	26
Grand Canyon	30	16	0	0	0	46	30	15	5	0	0	50	35	8	3	0	0	46
Jumlah	145	116	30	2	1	294	45	120	130	35	20	350	100	88	51	22	0	261
%	49,32%	39,46%	10,20%	0,68%	0,34%	100%	12,86%	34,29%	37,14%	10,00%	5,71%	100,00%	38,31%	33,72%	19,54%	8,43%	0,00%	100,00%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Dari gambaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada lokasi penelitian dengan total 49,32% memilih alasan sangat setuju

untuk mengunjungi kafe karena rekomendasi dari teman, dan sekitar 11,22% memilih tidak setuju. Prosentase terendah dengan total 8,43%

memilih tidak setuju karena alasan mengunjungi kafe karena hobi mencicipi minuman kopi dan jajanan.

5.2.2 Analisa Produk

Dari ketiga pernyataan yang menjadi tolak ukur alasan pemilihan lokasi kafe prosentase 52,23% memilih setuju mengunjungi kafe adalah karena alasan nama merek produk di kafe tersebut mudah diingat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.9 berikut.

Tabel 5.9
Analisa Produk Kafe

Nama Kafe	Variabel																		
	A						B						C						
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	
Ngopi Net	15	20	6	0	0	41	20	20	3	0	0	43	0	20	9	4	0	33	
Logo Café	15	24	3	0	0	42	25	20	0	0	0	45	30	16	0	0	0	46	
Kopi Miring	10	32	9	2	1	54	20	40	3	0	0	63	20	32	9	0	0	61	
Boss Café	0	8	3	2	0	13	0	8	3	2	0	13	0	8	3	2	0	13	
Rezzen	15	0	0	0	0	15	5	8	0	0	0	13	5	8	0	0	0	13	
Andika	5	12	0	0	0	17	10	8	0	0	0	18	5	8	3	0	0	16	
Pm Café	0	4	9	0	0	13	5	12	0	0	0	17	0	8	6	0	0	14	
Reneo Café	0	8	18	4	0	30	10	16	12	0	0	38	0	8	18	4	0	30	
Grand Canyon	10	24	6	0	0	40	15	20	6	0	0	41	30	8	6	0	0	44	
Jumlah	70	132	54	8	1	265	110	152	27	2	0	291	90	116	54	10	0	270	
%	26.42%	49.81%	20.38%	3.02%	0.38%	100.00%	37.80%	52.23%	9.28%	0.69%	0.00%	100.00%	33.33%	42.96%	20.00%	3.70%	0.00%	100.00%	

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

B. Nama merek produk mudah diingat

C. Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap

Dari gambaran diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa di wilayah penelitian alasan nama merek produk yang mudah diingat menjadi pilihan responden terbanyak dengan prosentase 52,23%, dan kurang dari 1% memilih tidak setuju.

5.2.3 Analisa Harga

Dari variabel harga prosentase 39,86% memilih alasan memilih lokasi kafe menurut pengunjung karena harga yang ditawarkan oleh kafe cukup beragam, dan total prosentase 1,45% memilih tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.10 berikut.

Tabel 5.10
Analisa Harga Kafe

Nama Kafe	Variabel											
	A						B					
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	10	20	9	0	0	39	10	20	9	0	0	39
Logo Café	20	20	3	0	0	43	15	28	0	0	0	43
Kopi Miring	15	8	30	0	0	53	40	28	0	0	0	68
Boss Café	5	8	3	0	0	16	10	4	3	0	0	17
Rezzen	15	0	0	0	0	15	5	8	0	0	0	13
Andika	5	8	3	0	0	16	10	8	0	0	0	18
Pm Café	10	8	0	0	0	18	5	12	0	0	0	17
Reneo Café	0	16	12	4	0	32	30	16	0	0	0	46
Grand Canyon	30	8	6	0	0	44	20	20	3	0	0	43
Jumlah	110	96	66	4	0	276	145	144	15	0	0	304
%	39.86%	34.78%	23.91%	1.45%	0.00%	100.00%	47.70%	47.37%	4.93%	0.00%	0.00%	100.00%

Lanjutan tabel 5.9...

Variabel											
C					D						
SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
20	24	0	0	0	44	0	8	9	10	0	27
10	28	3	0	0	41	0	20	9	4	0	33
35	32	0	0	0	67	0	28	24	0	0	52
5	8	3	0	0	16	0	8	3	2	0	13
5	8	0	0	0	13	0	4	3	2	0	9
5	12	0	0	0	17	0	4	3	2	0	9
10	8	0	0	0	18	0	4	6	2	0	12
25	20	0	0	0	45	0	16	18	0	0	34
10	24	6	0	0	40	10	12	15	0	0	37
125	164	12	0	0	301	10	104	90	22	0	226
41.53%	54.49%	3.99%	0.00%	0.00%	100.00%	4.42%	46.02%	39.82%	9.73%	0.00%	100.00%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Harga yang ditawarkan oleh *Cafe mi* beragam

B. Harga produk di *Cafe* ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan

C. Harga produk mampu bersaing dengan produk lain

D. Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar

Dari gambaran diatas pada lokasi penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa alasan pemilihan lokasi karena harga yang ditawarkan terjangkau dengan produk dengan total prosentase 47,37% memilih sangat setuju, dan prosentase 4,93% memilih tidak setuju.

5.2.4 Analisa Lokasi

Dari hasil kuesioner dan analisa prosentase terbanyak 60,32% pengunjung memilih lokasi kafe karena alasan lokasi kafe dijangkau oleh angkutan umum, dan 6,67% memilih tidak setuju. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut.

Tabel 5.11
Analisa Lokasi Kafe

Nama Kafe	Variabel											
	A						B					
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	40	8	0	0	0	48	35	12	0	0	0	47
Logo Café	25	20	0	0	0	45	30	16	0	0	0	46
Kopi Miring	65	8	0	0	0	73	60	12	0	0	0	72
Boss Café	5	4	6	0	0	15	5	4	6	0	0	15
Rezzzen	10	8	0	0	0	18	10	8	0	0	0	18
Andika	5	12	0	0	0	17	5	12	0	0	0	17
Pm Café	20	0	0	0	0	20	20	0	0	0	0	20
Reneo Café	5	24	9	0	0	38	5	24	9	0	0	38
Grand Canyon	20	16	6	0	0	42	20	16	6	0	0	42
Jumlah	195	100	21	0	0	316	190	104	21	0	0	315
%	61.71%	31.65%	6.65%	0.00%	0.00%	100.00%	60.32%	33.02%	6.67%	0.00%	0.00%	100.00%

Lanjutan tabel 5.10.....

Nama Kafe	Variabel											
	C						D					
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	20	24	0	0	0	44	25	20	0	0	0	45
Logo Café	20	24	0	0	0	44	30	16	0	0	0	46
Kopi Miring	35	32	0	0	0	67	45	24	0	0	0	69
Boss Café	0	4	6	2	0	12	20	0	0	0	0	20
Rezzen	0	8	3	2	0	13	10	8	0	0	0	18
Andika	0	0	0	8	0	8	10	8	0	0	0	18
Pm Café	0	0	0	8	0	8	20	0	0	0	0	20
Reneo Café	0	0	0	20	0	20	10	32	0	0	0	42
Grand Canyon	0	0	0	20	0	20	25	20	0	0	0	45
Jumlah	75	92	9	60	0	236	195	128	0	0	0	323
%	31.78%	38.98%	3.81%	25.42%	0.00%	100.00%	60.37%	39.63%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S :Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Lokasi *Café* ini sangat strategis

B. Lokasi *Café* Ini banyak dilalui angkutan umum

C. *Café* Ini menyediakan tempat parkir

D. Suasana di *Café* Ini nyaman

Dari gambaran diatas pada lokasi penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa prosentase 60,32% memilih kafe dengan alasan lokasi kafe dilewati jalur angkutan umum.

5.2.5 Analisa Pelayanan

Dari hasil kuesioner dan analisa variabel pelayanan prosentase 50,63% memilih alasan mengunjungi kafe karena karyawan pada kafe tersebut memberikan pelayanan yang sangat ramah dan mengucapkan terimakasih kepada pengunjung saat kembali. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.12 berikut.

Tabel 5.12
Analisa Pelayanan Kafe

Nama Kafe	Variabel																		
	A						B						C						
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	
Ngopi Net	15	28	0	0	0	43	25	20	0	0	0	45	25	20	0	0	0	45	
Logo Café	20	24	0	0	0	44	25	20	0	0	0	45	25	20	0	0	0	45	
Kopi Miring	10	44	6	0	0	60	25	40	6	0	0	71	20	44	6	0	0	70	
Boss Café	5	4	6	0	0	15	5	4	6	0	0	15	0	0	0	0	0	0	
Rezzen	10	8	0	0	0	18	10	8	0	0	0	18	5	0	0	0	0	5	
Andika	10	8	0	0	0	18	10	8	0	0	0	18	5	48	6	0	0	59	
Pm Café	5	12	0	0	0	17	15	4	0	0	0	19	10	4	3	0	0	17	
Reneo Café	25	20	0	0	0	45	25	20	0	0	0	45	20	8	0	0	0	28	
Grand Canyon	20	16	6	0	0	42	20	20	0	0	0	40	35	20	3	0	0	58	
Jumlah	120	164	18	0	0	302	160	144	12	0	0	316	145	164	18	0	0	327	
%	39.74%	54.30%	5.96%	0.00%	0.00%	100.00%	50.63%	45.57%	3.80%	0.00%	0.00%	100.00%	44.34%	50.15%	5.50%	0.00%	0.00%	100.00%	

Lanjutan tabel 5.11... ..

Nama Kafe	Variabel											
	D						E					
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	5	16	15	0	0	36	0	12	12	6	0	30
Logo Café	35	12	0	0	0	47	15	20	6	0	0	41
Kopi Miring	15	40	6	0	0	61	10	32	6	4	1	53
Boss Café	0	8	6	0	0	14	0	4	6	2	0	12
Rezzen	5	12	0	0	0	17	0	8	6	0	0	14
Andika	5	12	0	0	0	17	10	4	3	0	0	17
Pm Café	10	8	0	0	0	18	5	8	3	0	0	16
Reneo Café	10	24	6	0	0	40	10	24	6	0	0	40
Grand Canyon	20	24	0	0	0	44	10	12	15	0	0	37
Jumlah	105	156	33	0	0	294	60	124	63	12	1	260
%	35.71%	53.06%	11.22%	0.00%	0.00%	100.00%	23.08%	47.69%	24.23%	4.62%	0.38%	100.00%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S :Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Karyawan di *Café* Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan

B. Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan

C. Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang

D. Penyajian makanan / minuman sangat menarik

E. Penyajian yang dilakukan cepat

Dari gambaran diatas pada lokasi penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa prosentase 50,32% memilih alasan mengunjungi tempat ngopi karena alasan karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan, dan prosentase terendah 3,80% memilih tidak setuju.

5.2.6 Analisa Lingkungan

Dari hasil kuesioner dan analisa variabel lingkungan dengan prosentase 59,01% memilih lokasi kafe berdasarkan alasan kenyamanan saat berada di kafe tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 5.13 berikut.

Tabel 5.13
Analisa Lingkungan Kafé

Nama Kafé	Variabel																	
	A					B					C							
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Negopi Net	25	20	0	0	0	45	20	20	3	0	0	43	15	20	6	0	0	41
Logo Café	30	16	0	0	0	46	25	20	0	0	0	45	25	20	0	0	0	45
Kopi Miring	15	36	9	0	0	60	5	52	9	0	0	66	30	36	9	0	0	75
Boss Café	10	8	0	0	0	18	5	12	0	0	0	17	0	0	0	0	0	0
Rezzen	5	8	3	0	0	16	10	8	3	0	0	21	15	0	0	0	0	15
Andika	5	8	3	0	0	16	10	8	3	0	0	21	5	32	3	0	0	40
Pm Café	15	4	0	0	0	19	5	12	0	0	0	17	20	4	0	0	0	24
Reneo Café	20	20	3	0	0	43	10	32	3	0	0	45	15	0	0	0	0	15
Grand Canyon	35	12	0	0	0	47	35	16	0	0	0	51	35	20	6	0	0	61
Jumlah	160	132	18	0	0	310	125	180	21	0	0	326	160	132	24	0	0	316
%	51.61%	42.58%	5.81%	0.00%	0.00%	100.00%	38.34%	55.21%	6.44%	0.00%	0.00%	100.00%	50.63%	41.77%	7.59%	0.00%	0.00%	100.00%

Lanjutan tabel 5.12.....

Nama Kafe	Variabel											
	D						E					
	SS	S	KS	TS	STS	Σ	SS	S	KS	TS	STS	Σ
Ngopi Net	15	24	3	0	0	42	25	20	0	0	0	45
Logo Café	20	24	0	0	0	44	30	16	0	0	0	46
Kopi Miring	25	40	0	0	0	65	25	40	0	0	0	65
Boss Café	0	8	6	0	0	14	10	8	0	0	0	18
Rezzzen	10	8	0	0	0	18	15	4	0	0	0	19
Andika	5	12	0	0	0	17	15	4	0	0	0	19
Pm Café	20	0	0	0	0	20	20	0	0	0	0	20
Reneo Café	10	20	9	0	0	39	20	24	0	0	0	44
Grand Canyon	40	8	0	0	0	48	30	16	0	0	0	46
Jumlah	145	144	18	0	0	307	190	132	0	0	0	322
%	47.23%	46.91%	5.86%	0.00%	0.00%	100.00%	59.01%	40.99%	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Pencahayaan dalam *Cafe* Ini cukup

B. Temperatur udara dalam *Cafe* sejuk

C. Penataan ruangan didalam *Cafe* teratur

D. Kebersihan dalam *Cafe* terjaga

E. Saya merasa nyaman saat berbelanja di *Cafe* Ini

Dari gambaran diatas pada lokasi penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa prosentase total 59,01% pengunjung memilih lokasi kafe berdasarkan alasan karena kenyamanan saat berada/ berbelanja di kafe tersebut. Pada urutan kedua prosentase terbanyak adalah karena alasan penataan ruangan yang teratur di dalam kafe dengan total prosentase 50,63%.

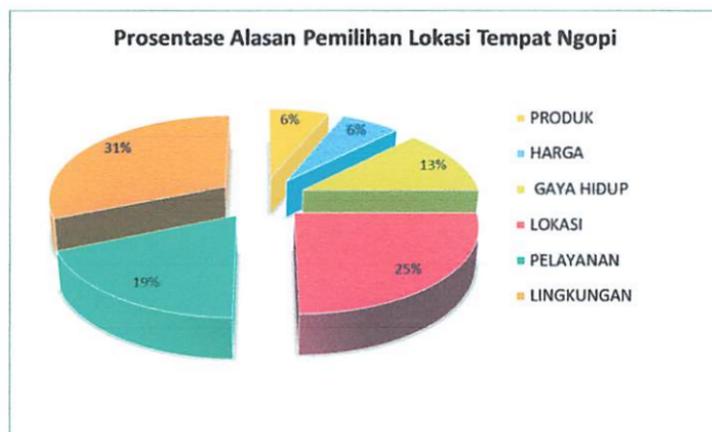
Tabel 5.14
Rekapitulasi Alasan Pemilihan Kafe

No	Café	Variabel Alasan					
		Produk	Harga	Gaya Hidup	Lokasi	Pelayanan	Lingkungan
1	Ngopi Net						
2	Logo Café						
3	Kopi Miring						
4	Boss Café						
5	Rezzan Bakery and Coffee						
6	Kedai Andika Eiskaffee						
7	Reneo Café						
8	Pm Cafe						
9	Grand Canyon						
JUMLAH		1	1	2	4	3	5
PROSENTASE		6,3%	6,3%	12,5%	25%	18,8%	31,3%

Sumber : Hasil Analisa Tahun 2015

Berdasarkan hasil rekapitulasi kafe pada tabel diatas menunjukkan bahwa alasan dengan prosentase terbesar adalah Lingkungan Fisik sebesar 31,3% dengan sub-variabel meliputi pencahayaan, temperatur ruangan, penataan ruangan, kebersihan, dan kenyamanan.

Diagram 5.1



Berdasarkan proses hasil analisa menggunakan Pengukuran Skala Likert, menunjukkan bahwa karakteristik pengunjung kafe sebagian besar adalah laki – laki dengan prosentase 73%. Dilihat dari usia berkisar antara 18 – 26 tahun dengan latar belakang sebagai mahasiswa. Jam berkunjung yang paling diminati adalah sekitar pukul 17.01 – 19.00 diakhir pekan. Sementara itu, alasan yang paling dominan pemilihan lokasi kafe adalah alasan lingkungan fisik yang meliputi Pencahayaan, Temperatur udara, Penataan ruangan, Kebersihan dan kenyamanan saat berada di kafe tersebut.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Kemudian bagian akhir bab ini akan disampaikan beberapa rekomendasi dan usulan bagi studi lanjutan.

6.1 KESIMPULAN

Dari hasil analisa yang telah dilakukan peneliti dapat dirumuskan sebagai berikut :

- ✚ Kegiatan ngopi di kafe ternyata erat kaitannya dengan kaum laki – laki yang notabeni lebih banyak mengunjungi tempat ngopi dengan rata – rata umur adalah anak usia muda yaitu umur 18 – 26 tahun yang berstatus sebagai mahasiswa. Jam dan waktu berkunjungpun bervariasi namun saat yang paling ramai adalah akhir pekan pada hari sabtu dan minggu pada pukul 17.01 – 19.00 sore hari. Fenomena seperti ini membuktikan bahwa kegiatan ngopi bukan hanya dinikmati oleh kaum paruh baya saja, namun kalangan anak muda dan pelajar sudah mulai menggandrungi kegiatan semacam ini.
- ✚ Berdasarkan hasil analisa pada kafe menunjukkan bahwa alasan dengan prosentase terbesar pemilihan lokasi kafe menurut pengunjung adalah Lingkungan Fisik sebesar 31,3% dengan sub-variabel meliputi pencahayaan, temperatur ruangan, penataan ruangan, kebersihan, dan kenyamanan.

6.2 REKOMENDASI

Dengan berbagai keterbatasan studi yang ada, studi lanjutan yang disarankan adalah :

- ✚ Setiap penelitian tentunya memiliki kekurangan dan keterbatasan, begitu juga dengan penelitian ini yang memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada konsumen atau pengunjung. Sebaiknya para peneliti di masa yang akan datang dapat melakukan penelitian mencakup keseluruhan program maupun strategi yang dilakukan manajemen serta mengetahui

alasan pemilihan lokasi menurut pemilik/pengelola tempat ngopi sehingga dapat terlihat kemampuan perusahaan kafe dalam bersaing dengan restoran atau café lainnya dan memberikan kepuasan pada setiap konsumennya agar menciptakan loyalitas tinggi terhadap tempat ngopi tersebut.

- ✚ Perlu dikaji juga bagaimana alasan pemilihan lokasi tempat ngopi menurut pengunjung menggunakan metode analisa Konjoin.
- ✚ Perlunya dikaji juga bagaimana tingkat kepuasan pengunjung terhadap kafe tempat ngopi di Kecamatan Lowokwaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Aice, Aeki (2010) *Sejarah*, <http://www.aeki-aice.org/page/sejarah/id> = 10 mei 2015, 10:20.
- Akuingsukses (2012) Fakta Sebenarnya Tentang Mitos Minum Kopi, <http://www.akuingsukses.com/fakta-sebenarnya-tentang-mitos-minum-kopi/> = 10 mei 2015, 10:15.
- Binus, Library (2001) *Thesis Doc Chapter 2*, Library Binus, <http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2012-2-01603-MN%20Bab2001.pdf> = 20 Juni 2015, 10:16.
- Citilink, Majalah (2015) *Perjalanan Pulang Kampung Ke Lombok Dari Bandara Juanda Menuju Bandara Internasional Lombok*, Citilink = 20 Mei 2015, 04:45.
- Diskusikripsi (2010) Faktor Pembelian Di Coffee Shop, <http://www.diskusikripsi.com/2010/05/faktor-pembelian-di-cofee-shop.html> = 31 agustus 2015, 15:35.
- Ilmiah, Pusat Referensi (2010) <https://pusatreferensiilmiah.wordpress.com/> = 23 Juni 2015, 11:21.
- LBS, Iskandar (2012) <http://iskandarlbs.files.wordpress.com> = 4 April 2015, 10:27
- Manfaatkopi (2013) : <http://www.manfaatkopi.com/> = 25 mei 2015, 12:13
- Mey, 20 (2009) <https://mey20.wordpress.com/kesehatan/bahaya-dan-manfaat-kopi-bagi-kesehatan/> = 11 Mei 2015, 11:10
- Ottencoffee, Majalah (2013) <http://www.ottencoffee.co.id/majalah/192/> = 10 mei 2015, 11:05
- Reza. (2010), *Perilaku Konsumen terhadap Konsumsi Kopi*, Jurnal Penelitian, <http://rezadnk.wordpress.com/2010/11/27/168> = Maret 2013
- Riduan. (2013) *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*, Alfabeta, Jakarta.
- Schiffman, Leon & Kanuk, Leslie Lazar (2008) *Perilaku Konsumen*, Andi, Jogjakarta

- SDM Jurnal. (2011) *Membangun minat beli-definisi factor*, <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.html> = 26 juni 2015, 20:34.
- Sjafrizal. (2010) *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*, Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2012) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta, Jakarta.
- Tani, Alam (2014) *Kopi Arabika*, Alamtani <http://alamtani.com/kopi-arabika.html> (diakses pada 10 Mei 2015, pukul 11.21 WIB).
- UNS, Fisip, (2013) *Deskriptif Kualitatif*, Blog Fisip UNS <http://juwita.blog.fisip.uns.ac.id/2013/03/29/deskriptif-kualitatif/> = 28 agustus 2015, 17:37.

HASIL KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : Heru Herman
Jenis Kelamin : laki laki
Umur : 21
Pekerjaan : Sales

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : ...kayo... coffee.....

Berilah tanda checklist () pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan			✓		
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang		✓			
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik			✓		
5.	Penyajian yang dilakukan cepat			✓		

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk		✓			
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		✓			
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? *Kapan - kapan kalau ada waktu*
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? *Jam 9 Malam dst*
pada Malam Minggu

~ TERIMKASIH DAN HATI - HATI DI JALAN ~

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman		✓			
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada				✓	
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.				✓	

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		✓			
2.	Nama merek produk mudah diingat			✓		
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		✓			

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	✓				
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar			✓		

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum	✓				
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir		✓			
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman		✓			

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : Agung
Jenis Kelamin : laki-laki
Umur : 30
Pekerjaan :

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : BOSS COFFEE

Berilah tanda checklist () pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan		✓			
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang		✓			
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik		✓			
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		✓			

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk		✓			
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		✓			
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? *Ada, karna di sini sangat Menarik*
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? *Kalo lagi ngga ada kerjaku saya nongkrong di sini*

~ TERIMKASIH DAN HATI - HATI DI JALAN ~

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan			✓		
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang		✓			
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik			✓		
5.	Penyajian yang dilakukan cepat			✓		

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk		✓			
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		✓			
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? *Kapan-kapan kalau ada waktu*
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? : *Jam 9 Malam dst pada Malam Minggu*

~ TERIMKASIH DAN HATI - HATI DI JALAN ~

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		✓			
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar					✓

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe ini</i> banyak dilalui angkutan umum					✓
3.	<i>Cafe ini</i> menyediakan tempat parkir		✓			
4.	Suasana di <i>Cafe ini</i> nyaman		✓			

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam					
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan					
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain					
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar					

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis					
2.	Lokasi <i>Cafe ini</i> banyak dilalui angkutan umum					
3.	<i>Cafe ini</i> menyediakan tempat parkir					
4.	Suasana di <i>Cafe ini</i> nyaman					

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman			✓		
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada			✓		
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	✓				

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		✓			
2.	Nama merek produk mudah diingat		✓			
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		✓			

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : Mayang
Jenis Kelamin : Perempuan
Umur : 24 thn
Pekerjaan : Karyawan

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : Rezzell

Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan		✓			
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	✓				
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	✓				
5.	Penyajian yang dilakukan cepat			✓		

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk		✓	✓		
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		✓			
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? Ya.....
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? : Sabtu, 6.00 pm.....

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		✓			
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		✓			

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum			✓		
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir	✓				
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman	✓				

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman				✓	
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada				✓	
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		✓			

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan			✓		
2.	Nama merek produk mudah diingat		✓			
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap			✓		

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : A. SYAH PAMUNGKAS
Jenis Kelamin : L
Umur : 20
Pekerjaan : MAHASISWA

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : kedai Andika

Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan		✓			
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan			✓		
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang			✓		
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik			✓		
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		✓			

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk			✓		
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		✓			
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? *ya*.....
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? *Jumat 13.00 WIB - sd. selesai*.....

~ TERIMKASIH DAN HATI - HATI DI JALAN ~

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		✓			
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar					✓

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum				✓	
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir		✓			
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman	✓				

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman					
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada					
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.					

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan					
2.	Nama merek produk mudah diingat					
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap					

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : *Anira*
Jenis Kelamin : *Perempuan*
Umur : *20*
Pekerjaan : *Pelajar*

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : *PM Caffe*

Berilah tanda checklist (\checkmark) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan					
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan					
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang					
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik					
5.	Penyajian yang dilakukan cepat					

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaannya dalam <i>Cafe</i> Ini cukup					
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk					
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur					
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga					
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini					

- o Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini?.....
- o Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? :.....

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	✓				
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	✓				
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	✓				
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar					✓

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis			✓		
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum		✓			
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir	✓				
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman	✓				

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman				✓	
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada					✓
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.				✓	

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan					✓
2.	Nama merek produk mudah diingat		✓			
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap					✓

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : Kushariyanto
Jenis Kelamin : Laki - laki
Umur : 19 tahun
Pekerjaan : mahasiswa.

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : Grand Canyon Cafe & Resto.

Berilah tanda checklist () pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan		✓			
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang				✓	
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik			✓		
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		✓			

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk			✓		
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur			✓		
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga			✓		
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	✓				

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? Ya
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? SABTU 20:00

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		✓			
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		✓			

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum		✓			
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir	✓				
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman	✓				

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	✓				
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada		✓			
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.			✓		

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		✓			
2.	Nama merek produk mudah diingat		✓			
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap			✓		

KUESIONER PENELITIAN

“Alasan Pemilihan Lokasi Kafe Sebagai Tempat Ngopi Menurut
Pengunjung
Di Kecamatan Lowokwaru Di Kota Malang”.

I. Identitas Responden

Nama : *Aditya Pratama*
Jenis Kelamin : *♂ Laki-laki*
Umur : *31*
Pekerjaan : *Siswa*

II. Petunjuk Pengisian

Nama Kafe : *NGUPI NET*

Berilah tanda checklist (\checkmark) pada jawaban yang Anda pilih.

Kriteria penilaian:

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Proses

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan		✓			
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan		✓			
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang			✓		
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik		✓			
5.	Penyajian yang dilakukan cepat			✓		

F. Lingkungan Fisik

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup		✓			
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk		✓			
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	✓				
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		✓			
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini		✓			

- Apakah akan ada rencana untuk kembali lagi ke kafe ini? *Ada, karena penataan ruangan dalam *Caffe* ini da*
- Pada hari apa dan jam berapa biasanya anda memutuskan untuk nongkrong di kafe? *hari Rabu dan malam minggu. sekitar jam 7 malam.*

~ TERIMKASIH DAN HATI - HATI DI JALAN ~

C. Harga

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		✓			
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan		✓			
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain		✓			
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar				✓	

D. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi <i>Cafe ini</i> sangat strategis		✓			
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum		✓			
3.	<i>Cafe Ini</i> menyediakan tempat parkir		✓			
4.	Suasana di <i>Cafe Ini</i> nyaman		✓			

A. Gaya hidup

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman		✓			
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada				✓	
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.				✓	

B. Produk

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Cafe</i> ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		✓			
2.	Nama merek produk mudah diingat			✓		
3.	<i>Cafe</i> ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		✓			

Hasil rekapan kuesioner tentang Pekerjaan

No	Nama Kafe	Pekerjaan			Σ
		Pelajar	Mahasiswa	Karyawan	
1	Ngopi Net	2	6	2	10
2	Logo Cafe	2	4	4	10
3	Kopi Miring	1	2	1	4
4	Boss Cafe	1	7	2	10
5	Rezzen Bakery and Coffee		3	1	4
6	Kedai Andika Eiskaftee		2	1	3
7	Reneo Cafe	1	2	1	4
8	Pm Cafe	4	8	3	15
9	Grand Canyon	4	3	3	10
	Jumlah	15	37	18	70

Hasil rekapan kuesioner tentang usia

No	Nama Kafe	usia			Σ
		18-26	27-35	36-45	
1	Ngopi Net	6	2	2	10
2	Logo Cafe	5	2	3	10
3	Kopi Miring	4	0	0	4
4	Boss Cafe	5	2	3	10
5	Rezzen Bakery and Coffee	2	2	0	4
6	Kedai Andika Eiskaftee	3	0	0	3
7	Reneo Cafe	3	1	0	4
8	Pm Cafe	8	4	3	15
9	Grand Canyon	7	2	1	10
	Jumlah	43	15	12	70

Hasil rekapan kuesioner tentang jenis kelamin

No	Nama Kafe	Jenis Kelamin		Σ
		Laki - Laki	Perempuan	
1	Ngopi Net	7	3	10
2	Logo Café	7	3	10
3	Kopi Miring	3	1	4
4	Boss Café	8	2	10
5	Rezzen Bakery and Coffee	4	0	4
6	Kedai Andika Eiskaffee	1	2	3
7	Reneo Café	4	0	4
8	Pm Cafe	11	4	15
9	Grand Canyon	6	4	10
jumlah		51	19	70

Hasil rekapan kuesioner tentang jam berkunjung

No	Nama Kafe	Jam Berkunjung			Σ
		pukul 15.00 - 17.00	pukul 17.01 - 19.00	pukul 19.01 - 21.00	
1	Ngopi Net	2	5	3	10
2	Logo Café	3	4	3	10
3	Kopi Miring	0	4	0	4
4	Boss Café	2	3	5	10
5	Rezzen Bakery and Coffee	0	3	1	4
6	Kedai Andika Eiskaffee	0	3	0	3
7	Reneo Café	3	1	0	4
8	Pm Cafe	3	6	6	15
9	Grand Canyon	4	3	3	10
jumlah		17	32	21	70

Hasil rekapan kuesioner tentang hari berkunjung

No	Nama Kafe	Hari Berkunjung							Σ
		senin	selasa	rabu	kamis	jum'at	sabtu	minggu	
1	Ngopi Net	1	0	1	0	1	3	4	10
2	Logo Cafè	0	2	3	0	1	3	1	10
3	Kopi Miring	0	1	0	1		2		4
4	Boss Cafè	1	2	1	2	1	2	1	10
5	Rezzen Bakery and Coffee	0	0	1	0	0	2	1	4
6	Kedai Andika Eiskaffee	0	0	0	0	0	1	2	3
7	Reneo Cafè	0	0	0	0	0	2	2	4
8	Pm Cafe	2	1	2	2	2	4	2	15
9	Grand Canyon	1	2	2	1	1	2	1	10
jumlah		5	8	10	6	6	21	14	70

Hasil rekapan kuesioner tentang hari berkunjung

Pembobotan pengukuran skala likert

SS	S	KS	TS	STS
5	4	3	2	1

NGOPI NET

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	5	5				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	4	5	1			10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	5	2			10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	3	6	1			10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	5	5				10
JUMLAH		20	26	4	0	0	50

LOGO

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	6	4				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	5	5				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	7	3				10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	4	6				10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	6	4				10
JUMLAH		28	22	0	0	0	50

KOPI
MIRING

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	3	9	3			15
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	13	1			15
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	6	9				15
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	5	10				15
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	5	10				15
JUMLAH		20	51	4	0	0	75

BOSS

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	2	2				4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	3				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur		1	2	1		4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga		2	2			4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	2	2				4
JUMLAH		5	10	4	1	0	20

REZZEN

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	1	2	1			4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	2				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	1				4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	2	2				4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	3	1				4
JUMLAH		11	8	1	0	0	20

ANDIKA

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencapaian dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	1	2	1			4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	2				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	1	3				4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	1	3				4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	3	1				4
JUMLAH		8	11	1	0	0	20

PM

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencapaian dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	3	1				4
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	1	3				4
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	4					4
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	4					4
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	4					4
JUMLAH		16	4	0	0	0	20

RENEO

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencapaian dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	4	5	1			10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	2	8				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	3	5	2			10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	2	5	3			10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	4	6				10
JUMLAH		15	29	6	0	0	50

GRAND
CANYON

F. Lingkungan Fisik							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Pencahayaan dalam <i>Cafe</i> Ini cukup	7	3				10
2.	Temperatur udara dalam <i>Cafe</i> sejuk	6	4				10
3.	Penataan ruangan didalam <i>Cafe</i> teratur	7	3				10
4.	Kebersihan dalam <i>Cafe</i> terjaga	8	2				10
5.	Saya merasa nyaman saat berbelanja di <i>Cafe</i> Ini	6	4				10
JUMLAH		34	16	0	0	0	50

Hasil rekapitan kuesioner tentang pelayanan

NGOPI
NET

E. Proses								
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ	
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	3	7				10	
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10	
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	5	5				10	
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	4	5			10	
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		3	4	3		10	
JUMLAH		14	24	9	3	0	50	

LOGO

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	4	6				10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	5	5				10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	7	3				10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	3	5	2			10
JUMLAH		24	24	2	0	0	50

KOPI

MIRING

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	11	2			15
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	10				15
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	4	10	1			15
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	3	10	2			15
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	8	2	2	1	15
JUMLAH		16	49	7	2	1	75

BOSS

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	1	1	2			4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	1	1	2			4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang		2	2			4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik		2	2			4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		1	2	1		4
JUMLAH		2	7	10	1	0	20

REZZEN

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	2				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	2	2				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	1	3				4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	3				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat		2	2			4
JUMLAH		6	12	2	0	0	20

ANDIKA

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	2	2				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	2	2				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	1	3				4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	1	3				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	1	1			4

JUMLAH	8	11	1	0	0	20
--------	---	----	---	---	---	----

PM

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	1	3				4
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	3	1				4
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	2	2				4
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	2	2				4
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	1	2	1			4
JUMLAH		9	10	1	0	0	20

RENEO

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	5	5				10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	4	5	1			10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	2	6	2			10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	6	2			10
JUMLAH		18	27	5	0	0	50

GRAND
CANYON

E. Proses							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Karyawan di <i>Cafe</i> Ini cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan	4	4	2			10
2.	Karyawan bersikap ramah dalam melayani pelanggan	5	5				10
3.	Tenaga penjual memberikan ucapan terima kasih kepada pelanggan yang akan pulang	7	3				10
4.	Penyajian makanan / minuman sangat menarik	4	6				10
5.	Penyajian yang dilakukan cepat	2	3	5			10
JUMLAH		22	21	7	0	0	50

Hasil rekapan kuesioner tentang gaya hidup

NGOPI NET

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	3	3	4			10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	5	1	2	10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	2	3	2	3		10
JUMLAH		5	8	11	4	2	30

LOGO

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	6	4				10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	2	6	2			10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	5	5				10
JUMLAH		13	15	2	0	0	30

KOPI
MIRING

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	8	3	1	1	15
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		5	7	1	2	15
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		8	4	3		15
JUMLAH		2	21	14	5	3	45

BOSS

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	1	2	1			4
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	1	1		4
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		1	2	1		4
JUMLAH		1	5	4	2	0	12

REZZEN

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	1				3
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	1			3
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	3					3
JUMLAH		5	3	1	0	0	9

ANDIKA

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	2	2				4
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini		2	2			4
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.		2	2			4
JUMLAH		2	6	4	0	0	12

PM

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	3	1				4
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	1	2	1			4
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	3	1				4
JUMLAH		7	4	1	0	0	12

RENEO

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	4	4	2			10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini			6	4		10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.			6	4		10
JUMLAH		4	4	14	8	0	30

GRAND
CANYON

A. Gaya hidup							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena rekomendasi dari teman	6	4				10
2.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena prestise/gaya hidup akan tren baru yang ada saat ini	6	3	1			10
3.	Saya membeli makanan / minuman di <i>Cafe</i> ini karena saya hobi mencicipi.	7	2	1			10
JUMLAH		19	9	2	0	0	30

Hasil rekapan kuesioner tentang lokasi

NGOPI NET

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	8	2				10
2.	Lokasi <i>Cafe</i> Ini banyak dilalui angkutan umum	7	3				10
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	4	6				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	5	5				10
JUMLAH		24	16	0	0	0	40

LOGO

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	5	5				10
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum	6	4				10
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	4	6				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	6	4				10
JUMLAH		21	19	0	0	0	40

KOPI MIRING

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	13	2				15
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum	12	3				15
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	7	8				15
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	9	6				15
JUMLAH		41	19	0	0	0	60

BOSS

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	1	1	2			4
2.	Lokasi <i>Cafe Ini</i> banyak dilalui angkutan umum		1	2	1		4
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	1	3				4
JUMLAH		6	5	4	1	0	16

REZZEN

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	2	2				4
2.	Lokasi <i>Cafe</i> Ini banyak dilalui angkutan umum	2	2	1	1		4
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	2	2				4
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	3	1				4
JUMLAH		7	7	1	1	0	16

ANDIKA

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	1	3				4
2.	Lokasi <i>Cafe</i> Ini banyak dilalui angkutan umum				4		4
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	3	1				4
JUMLAH		8	4	0	4	0	16

PM

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	4					4
2.	Lokasi <i>Cafe</i> Ini banyak dilalui angkutan umum				4		4
3.	<i>Cafe</i> Ini menyediakan tempat parkir	4					4
4.	Suasana di <i>Cafe</i> Ini nyaman	4					12
JUMLAH		8	0	0	4	0	20

RENEO

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	1	6	3			10
2.	Lokasi <i>Cafe</i> ini banyak dilalui angkutan umum				10		10
3.	<i>Cafe</i> ini menyediakan tempat parkir	2	8				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> ini nyaman	3	7				10
JUMLAH		6	21	3	10	0	40

GRAND CANYON

D. Lokasi							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Lokasi <i>Cafe</i> ini sangat strategis	4	4	2			10
2.	Lokasi <i>Cafe</i> ini banyak dilalui angkutan umum				10		10
3.	<i>Cafe</i> ini menyediakan tempat parkir	5	5				10
4.	Suasana di <i>Cafe</i> ini nyaman	6	4				10
JUMLAH		15	13	2	10	0	40

Hasil rekapitan kuesioner tentang harga

NGOPI NET

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe</i> ini beragam	2	5	3			10
2.	Harga produk di <i>Cafe</i> ini terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	5	3			10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	4	6				10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		2	3	5		10
JUMLAH		8	18	9	5	0	40

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	4	5	1			10
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	3	7				10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	7	1			10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		5	3	2		10
JUMLAH		9	24	5	2	0	40

KOPI MIRING

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	3	2	10			15
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	8	7				15
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	7	8				15
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		7	8			15
BOSS							

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	1	2	1			4
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	1	1			4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	2	1			4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		2	1	1		4
JUMLAH		4	7	4	1	0	16

REZZEN

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	3					3
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	1	2				3
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	2				3
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	1	1		3
JUMLAH		5	5	1	1	0	12

ANDIKA

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	1	2	1			4
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	2	2				4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	1	3				4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	2	1		4
JUMLAH		4	8	3	1	0	16

PM

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	2	2				4
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	1	3				4
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	2				4
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		1	2	1		4
JUMLAH		5	8	2	1	0	16

RENEO

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam		4	4	2		10
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	6	4				10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	5	5				10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar		4	6			10
JUMLAH		11	17	10	2	0	40

GRAND CANYON

C. Harga							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Harga yang ditawarkan oleh <i>Cafe ini</i> beragam	6	2	2			10
2.	Harga produk di <i>Cafe ini</i> terjangkau sesuai dengan produk yang ditawarkan	4	5	1			10
3.	Harga produk mampu bersaing dengan produk lain	2	6	2			10
4.	Terdapat potongan harga bagi pembelian dalam jumlah yang besar	2	3	5			10
JUMLAH		14	16	10	0	0	40

Hasil rekapan kuesioner tentang produk

NGOPI NET

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	<i>Cafe ini</i> memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3	5	2			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	4	5	1			10
3.	<i>Cafe ini</i> menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		5	3	2		10
JUMLAH		7	15	6	2	0	30

LOGO

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3	6	1			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	5	5				10
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	6	4				10
JUMLAH		14	15	1	0	0	30

KOPI
MIRING

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	2	8	3	1	1	15
2.	Nama merek produk mudah diingat	4	10	1			15
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	4	8	3			15
JUMLAH		10	26	7	1	1	45

BOSS

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		2	1	1		4
2.	Nama merek produk mudah diingat		2	1	1		4
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	1	1		4
JUMLAH		0	6	3	3	0	12

REZZEN

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	3					3
2.	Nama merek produk mudah diingat	1	2				3
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	1	2				3
JUMLAH		5	4	0	0	0	9

ANDIKA

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	1	3				4
2.	Nama merek produk mudah diingat	2	2				4
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	1	2	1			4
JUMLAH		4	7	1	0	0	12

PM

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	0
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		1	3			4
2.	Nama merek produk mudah diingat	1	3				4
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	2			4
JUMLAH		1	6	5	0	0	12

RENEO

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan		2	6	2		10
2.	Nama merek produk mudah diingat	2	4	4			10
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap		2	6	2		10
JUMLAH		2	8	16	4	0	30

GRAND
CANYON

B. Produk							
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Σ
1.	Cafe ini memiliki berbagai macam produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	2	6	2			10
2.	Nama merek produk mudah diingat	3	5	2			10
3.	Cafe ini menawarkan jenis-jenis produk yang lengkap	6	2	2			10
JUMLAH		11	13	6	0	0	30

ADMINISTRASI

SURAT BIMBINGAN TUGAS AKHIR



PT. BNI PERSERO, MALANG
BANK NIAGA MALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : J. Bencurgan Sigura-pura No. 2 Telp. (0341) 551431 (Hunting), Fax. (0341) 553015 Malang 65145
Kampus II : J. Raya Karanglo, Km 2 Telp. (0341) 417838 Fax. (0341) 417834 Malang

Nomor : ITN.08.163/PWK.SKRIPL.VII.2015 29 Agustus 2015
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Tugas Akhir

Kepada Yth : Ida Soewarni, ST, MT,
Dosen Perencanaan Wilayah Dan Kota, PWK
Institut Teknologi Nasional
Di -

MALANG,

Dengan Hormat,

Kami dari Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang sedang mengembangkan perencanaan dari semua aspek, tidak hanya dari sisi pandang teknis, tetapi juga dari aspek lain, seperti : perilaku, budaya, sejarah, ekonomi dan sebagainya. Untuk itu kami mohon kesediaan Ibu / Bapak untuk membimbing Mahasiswa kami :

Nama : Acik Akar Afandi

NIM : 08.24.038

Judul TA :

"Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi Menurut Pengunjung."

Sejak Tanggal : 29 Agustus 2015 s/d 20 September 2015

(Maksimum 6 bulan). Dalam masa pembimbingan tersebut, Ibu / Bapak didampingi oleh Pembimbing II dari Jurusan kami, yaitu :
Agung Wijaksono, ST, MT untuk memudahkan penyamanan persepsi dalam penyusunan materi TA tersebut.

Besar harapan, Bapak / Ibu dapat menerima permohonan kami. Atas perhatian serta bantuannya kami ucapkan banyak terima kasih.

a.n. Dekan
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Ub. Ketua Jurusan Teknik Perencanaan
Wilayah dan Kota



Ida Soewarni, ST, MT
NIP. Y. 1039600293



PT BNU PERSERO MALANG
BANK NAGA MALANG

PERKUMPULAN PENGELOLA PENDIDIKAN UMUM DAN TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL MALANG
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER TEKNIK

Kampus I : Jl. Senguruh Sigur-gura No. 2, Telp. (0341) 551431 (Mursang), Fax. (0341) 552015 Malang 65145
Kampus II : Jl. Raya Karang, Km 2 Telp. (0341) 417838 Fax. (0341) 417834 Malang

Nomor : ITN.08.164.PWK.SKRIPSI.VII.2015 29 Agustus 2015
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Tugas Akhir
Kepada Yth : *Agung Wijaksana, ST, MT,*
Dosen Perencanaan Wilayah dan Kota PWK
Institut Teknologi Nasional
Di - MALANG.

Dengan Hormat,

Kami dari Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan Institut Teknologi Nasional Malang sedang mengembangkan perencanaan dari semua aspek, tidak hanya dari sisi pandang teknis, tetapi juga dari aspek lain, seperti : perilaku, budaya, sejarah, ekonomi dan sebagainya. Untuk itu kami mohon kesediaan Ibu / Bapak untuk membimbing Mahasiswa kami :

Nama : *Aclik Akar Afandi*

NIM : *08.24.038*

Judul TA :

"Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi Menurut Pengunjung."

Sejak Tanggal : 29 Agustus 2015 s/d 20 September 2015

(Maksimum 6 bulan). Dalam masa pembimbingan tersebut, Ibu / Bapak didampingi oleh Pembimbing I dari Jurusan kami, yaitu :

Ida Soewarni, ST, MT untuk memudahkan penyamanan persepsi dalam penyusunan materi TA tersebut.

Besar harapan, Bapak / Ibu dapat menerima permohonan kami. Atas perhatian serta bantuannya kami ucapkan banyak terima kasih.

a.n Dekan
Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
Lib. Ketua Jurusan Teknik Perencanaan
Wilayah dan Kota

Ida Soewarni, ST, MT
NIP. Y. 1039600293

LEMBAR BIMBINGAN



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL

MALANG

Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang

LEMBAR ASISTENSI

Nama : ACIK AKAR AFFANDI
 Nim : 08.24.030
 Program Studi : SFRPDS
 Pembimbing : IDA SEGUHUM, ST, MT.

NO	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
1.	5-5-2015	Tema : Di fokuskan pd . - Btk 'Tempat Ngopi' (Kebun, Cafe & Resto) - Tipologi Arsitektur wisata. LB : - Referensi - Catatan Kaki - Di tambah uraian ttg Kota Madya tempat 2 Ngopi .. 1. Materi : - Knp Knp . 1. Lokasi : - Knp 'Lokasi' . R. Mcl, Tj, & 5 alasan - betul kam!	
2.	22/6/2015.	- & 'staples' dengan 116 the Superh (tatar belakang) - Lanjut Bab II - tugas magnet bab I . - penulisan 'lekan' ?	
3.	28/7/2015	& 'staples' dengan 116 the Superh (tatar belakang). - Lanjut Bab II - tugas magnet bab I . - penulisan 'lekan' ? & 'staples' dengan 116 the Superh (tatar belakang). - Lanjut Bab II - tugas magnet bab I . - penulisan 'lekan' ? & 'staples' dengan 116 the Superh (tatar belakang). - Lanjut Bab II - tugas magnet bab I . - penulisan 'lekan' ? & 'staples' dengan 116 the Superh (tatar belakang). - Lanjut Bab II - tugas magnet bab I . - penulisan 'lekan' ?	



INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL

MALANG

Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2 Malang

LEMBAR ASISTENSI

Nama : ACIF AKAR APRIADI
Nim : 08.24.030.
Program Studi : SBPSP
Pembimbing : DA SOEWABENI ST, MT.

NO	TANGGAL	URAIAN	TANDA TANGAN
4.	17 Agustus 2015	<ul style="list-style-type: none">- Kumpulan max. 3 jurnal tentang "faktor penyebab perubahan tingkat keparahan penyakit Polio dan akibat kronis yg ditimbulkan"- Sesiin Workshop penelitian- Lembaran dg kuesioner.- Transkrip dan Sesiin- Faktor penyebab perubahan letak ngopi.- Ciri referensi tentang life, resto, wing, heli	
5.	23 Agustus 2015	<ul style="list-style-type: none">- Lembaran dan Pertukar Bab VI- Alamat analisis- Rekap Sesiin kuesioner !!!	
6.	24 Agustus 2015	<ul style="list-style-type: none">- Transkrip dan Pertukar data wawancara mengenai Ura, jenis kelamin, pekerjaan	
7	2/9/15	Ace Sidang :	

No. Tanggal	Keterangan	Paraf
1. 2/11	Pemb. C. Sesin. & Lembar Seminar bocor - orang	[Signature]

Nama : [Signature]
 NIM : 01.09.082
 Program studi : STP/PSI
 Dosen Pembimbing : [Signature]

LEMBAR ASISTENSI

Jl. Bendungan Sigura-gura No.2 Malang

MALANG

INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL



LEMBAR BERITA ACARA

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Nama : Acik Akar Affandi
NIM : 08.24.038
Judul : Alasan Pemilihan Lokasi Tempat Ngopi
Berdasarkan Pengunjung Di Kecamatan
Lowokwaru – Kota Malang
(Koridor Jalan MT Haryono-Mertojoyo-
Bendungan Sigura-gura-Gajayana)
Hari/ Tanggal : Senin, 31 Agustus 2015
Waktu : 09.00 WIB – Selesai

Penguji	Pertanyaan/ Saran	Paraf										
Maria Christina E., ST, MIUEM	1. Redaksional ➢ Abstrak ➢ Penulisan Footnote ➢ Penulisan Sistem Referensi 2. Materi ➢ Samplingannya (Penentuan Dasar Teori) ➢ Sasaran 1 belum ada hasil rekapitulasi ➢ Tempat ngopi VS cafe ➢ Variabel penelitian tempat ngopi ➢ Hasil quisioner yang tidak digunakan tidak perlu dipakai											
Mira Setiawati, ST, MT	1. Ketentuan + Konsistensi <table border="1"><thead><tr><th>No</th><th>Sasaran</th><th>Variabel</th><th>Analisa</th><th>Output</th></tr></thead><tbody><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></tbody></table> 2. Proses penentuan warung kopi sehingga keluar 9 tempat 3. Proses penentuan variabel	No	Sasaran	Variabel	Analisa	Output						
No	Sasaran	Variabel	Analisa	Output								

Malang, 1 September 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

Ida Soewarni, ST, MT


Agung Witjaksono, ST, MTP

LEMBAR PERBAIKAN SEMINAR HASIL

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Hasil tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi / Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : SENIN
Tanggal : 31 Agustus 2015

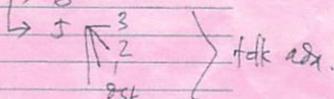
Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : ACIK AKAR
NIM : 08.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

Sasaran	Variabel	Analisa	Output	
1.				?
2.				→ 0
*				Referensi + Konsistensi

Proses penentuan warung kopi yang keluar 9 tempat.
* proses → penentuan variabel → 6



Dosen Penguji

Mira Setiawan

PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Dalam Seminar Hasil tingkat Sarjana Jurusan Teknik Planologi / Perencanaan Wilayah & Kota yang diadakan pada :

Hari : SENIN
Tanggal : 31 Agustus 2015

Perlu adanya perbaikan pada Tugas Akhir untuk :

Saudara : ACIK AKAR
NIM : 08.24.035

Perbaikan tersebut meliputi :

Redaksional.

- Penulisan abstrak → 1 paragraf.
- Penulisan footnote
- Penulisan sistem referensi

Materi

- Sampulnya → penentuan dasar teori
- Catatan → 1 belum ada hasil rekapitulasi?
- "Tempat Ngopi" vs Cafe!
- Variabel penelitian tempat ngopi? "?"
- "Ngopi?"
- Hasil akhir yg tdk digunakan tdk perlu dipajang!

Dosen Penguji

MARIA C. ENDARWATI

KARTU NONTON

DAFTAR ABSENSI MENGIKUTI
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI / PWK



Nama Mahasiswa : *Acik Akar Affandi*
Nim : *08-24-038-*

No	NAMA MAHASISWA DAN NIM	JUDUL SKRIPSI	TTD PENGUJI
1	<i>Wulandari T. R. P. (08.24.045)</i>	<i>Optimalisasi Pelayanan Jelajanan Transportasi Laut-CD, Kota Flores Torau - NTT.</i>	1. <i>As</i> 2. <i>Ono</i> 3. <i>Sate</i>
2	<i>Yelena Paula Chesa 08-24-009</i>	<i>Prioritas Penguasaan Fasilitas Berdasarkan Prilaku & Ref. Perumahan Cakun-Slun Kota NG.</i>	1. 2. <i>As</i> 3. <i>Sate</i>
3			1. 2. 3.
4			1. 2. 3.
5			1. 2. 3.

Mengetahui
Sekretaris Jurusan

[Signature]
Arif Setiyawan, ST, MT

[Signature]
Agung Wijayawati ST, MT

[Signature]
Tr. Trika Perwati, MT.

DAFTAR ABSENSI MENGIKUTI

SEMINAR HASIL

JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI / PWK



Nama Mahasiswa : Agik Atar Affaroli
 Nim : 08-24-038

No	NAMA MAHASISWA DAN NIM	JUDUL SKRIPSI	TTD PENGUJI
1	M. Syamsul Anifri 08-24-035	Identifikasi, Rencanaku dan Ruang Perumahan Kota Lima Malangan hari di Kota Malang di. Gajah Gubroto Kota Malang.	1. 2. 3.
2	Deni Woro Febrianto 10-24-032	Identifikasi perubahan alur-alur di Kota Batu perencana desa/waktu dan sejarah perkembangan.	1. 2. 3.
3	Murandar Adi S. 08-24-044	Rencana hambatan Semping di Kawasan Kemuning di. Sersan Haran Kota Malang.	1. 2. 3.
4	Marcus Valentim J.D.K. 07-24-001 2 September 2005 - 1.00. PM -	Identifikasi, Matrik Capaian Rantai di Kota Malang.	1. 2. 3.
5	Samuel, Prasanto 07-24-026 2 September 2005 - 1.30. PM -	Identifikasi pemukiman lahan Spg Marabau Kecamatan Pengembangan, Jalan alternatif di kawasan di. Candi Gunung - atording, timur	1. 2. 3.

Mengetahui,
 Sekretaris Jurusan

h. Titik Prasanti

DAFTAR ABSENSI MENGIKUTI
SIDANG KOMPREHENSIF
JURUSAN TEKNIK PLANOLOGI / PWK



Nama Mahasiswa : *Arief Setiawan*
Nim : *08240108*

No	NAMA MAHASISWA DAN NIM	JUDUL SKRIPSI	TTD PENGUJI
1	<i>Yohanes Paulus W. H. 08-24-009 23 Agustus 2015</i>	<i>Program Pemantauan Qualitas Lingkungan Pabrik dan Industri Pengolahan Alam - dan Malang</i>	1. <i>[Signature]</i> 2. <i>[Signature]</i> 3.
2	<i>Uma Afriziana 08-24-037 23 Agustus 2015</i>	<i>Pengaruh limbah pertanian dan industri secara langsung ke sungai (Studi Kasus di M. M. M.)</i>	1. <i>[Signature]</i> 2. <i>[Signature]</i> 3.
3	<i>Muhammad Aul Supriatno 08-24-077 23 Agustus 2015</i>	<i>Kemampuan bioteknologi samping di industri tekstil MADURA PETA MALANG</i>	1. 2. 3.
4	<i>Lidya Milla I. 08-24-089 23 Agustus 2015</i>	<i>Tingkat Kebersihan Air Pasca-tan Air Limbah Tee. Kuteh, Kab. Jombang.</i>	1. 2. 3.
5			1. 2. 3.

Mengetahui,
Sekretaris Jurusan

[Signature]
Arif Setiawan, ST, MT
[Signature] Prerok, MT

TOEFL

LANGUAGE LABORATORY NATIONAL INSTITUTE OF TECHNOLOGY MALANG

Bendungan, Sigura-gura Street No. 2 Malang, Phone (0341) 551431 Ext. 261

Certificate Of Achievement

TOEFL



This certifies that

ACIK AKAR AFFANDI

Nomor : 280/Lab.Bhs/T-GL/1/2015

has taken

TOEFL - PREDICTION TEST

administered

by ITN LANGUAGE LABORATORY

January 28, 2015

TOEFL-PREDICTION SCORE RECORD

Section 1	Section 2	Section 3	Total Score
43	43	40	420
SCALED SCORES			



ITN Language Laboratory

Dr. Addy Utomo, M.Pd
NIP. Y. 102 87 00162

CIMB NIAGA
MALANG

No. 65 127304

Tanggal: 31 Agustus 2015

Pengirim

Penerima

No. 035.01.01226.001

Atas nama : INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2
MALANG

Setoran Tunai

Debet Rekening kami

Setoran Cek/BG B. Niaga

Nama : Adik Akai Affandi

Jurusan : I. Planologi

No. Mhs / Pendaf.: 02.21.030.

Semester : Ganjil (2015)

Jumlah Setoran :

Rp. 75.000,-

Terbilang : Tujuh puluh lima Ribu Rupiah

Perincian :

1. Uang pendaftaran ulang _____ Rp. _____
2. Uang sumbangan _____ Rp. _____
3. Uang kuliah _____ Rp. _____
4. Uang praktikum/kredit _____ Rp. _____
5. Seminar proposal _____ Rp. 75.000,-
6. _____ Rp. _____

Bukti Transaksi :

Tanda Tangan Penyelor,



(Handwritten signature)

CUSTOMER COPY

BIAYA ADMINISTRASI SKRIPSI



No. 65 127305

Tanggal: 31 Agustus 2015

Pengirim

Penerima No. 035.01.01226.001

Atas nama : INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
Jl. Bendungan Sigura-gura No. 2
MALANG Setoran Tunai Debet Rekening kami Setoran Cek/BG B. NiagaNama : Acik Alwi AffandiJurusan : T. ManajemenNo. Mhs / Pendaf. : 00.24.030Semester : Ganjil (2015)

Jumlah Setoran :

Rp. 100.000Terbilang : Seratus Ribuan Rupiah

Perincian :

1. Uang pendaftaran ulang _____
2. Uang sumbangan _____
3. Uang kuliah _____
4. Uang praktikum/kredit _____
5. Seminar Hasil _____
6. _____

Rp. _____

Rp. _____

Rp. _____

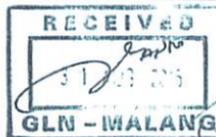
Rp. _____

Rp. 100.000

Rp. _____

CUSTOMER COPY

Bukti Transaksi :



Tanda Tangan Penyetor,

Pengirim

Tanggal : 3 September 2015

Penerima No. 035.01.00843.00.4

Atas nama : INSTITUT TEKNOLOGI NASIONAL
Jl. Bundungan Sigura-gura No. 2
MALANG

Setoran Tunai

Debet Rekening kami

Setoran Cek/BG B. Niaga

Nama : ACEK AKAR ALFANDI

Jurusan : T. PLANologi

No. Mhs / Pendaf.: 02. 24. 038

Semester : Genap (2015)

Jumlah Setoran :

Rp. 500.000,-

Terbilang : DUA RATUS RIBU RUPIAH

Perincian : 1. Uang pendaftaran ulang _____

Rp. _____

2. Uang sumbangan _____

Rp. _____

3. Uang kuliah _____

Rp. _____

4. Uang praktikum/kredit _____

Rp. _____

5. UANG LUNGGARAN _____

Rp. 200.000,-

6. _____

Rp. _____

Bukti Transaksi :

Tanda Tangan Penyetor,

Acek
(ACEK AKAR ALFANDI)

CUSTOMER COPY

TELAH DIBAYAR

Lembar persembahan

Sembah sujud puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, atas segala Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kukasihi dan kusayangi....

Buat Ibu dan Bapak,

Terimakasih yang tak terhingga mungkin belum cukup untuk menggambarkan rasa yang bergejolak ini, kiriman do'a dan keikhlasan cinta sampai detik ini tak mungkin dapat kubalas dengan selembar kertas ini. Semoga ini menjadi awal untuk membuat ibu dan bapak bahagia karena kusadar, selama ini belum bisa membuat yang lebih.

Terimakasih ibu.... terimakasih bapak....

Buat pangeran acik junior. Terimakasih motivasinya dek, maaf belum bisa menjadi panutan yang seutuhnya tapi kakak akan selalu menjadi yang terbaik buatmu.

Buat paman han, bik mona dek aan, kak enk, kak ita, dek alfie ma vro doddy ash' dan buat semua keluarga yg ga bisa ditampilkan satu-satu tengkiu support kalian.

Buat deretan kakak-kakakku yang sehat dan gagah, Emi, Hamzan dait washtan. Tampiasih gati bang support side pade sungguh ndek ternilae, side pade selalu jari motipasi tiyang sampe mangkin. Sengak cume tiyang mesak sak ndek man bau banggean dengan toak. Insyaaallah ite pade mudah-mudahan masih bau te berbakti lek dengan toak niki.

Amin.....

Terimakasih kaum Plananture'08

Buat kaks abe "ahh kopi doloo, kaks yang terbaik buat ade2 dong, treeet tet tet..."

Buat kaka deni "jangan sampe gantung itu kelelawar di tembok lagi na, kurangi itu tatap faketaxi segala rupalah. Hahaha"

Buat kaka dimas "nanti kita tukar kado umur 50 konco, saya kirim leak ko bungkus suanggi ee.."

Buat kaka fred "om jangan terlalu loko lah, jadi papa yang baik e"

Buat kuda besi tercinta "The Darkest",
Tampiasih gati coy, kalo nte bisa ngomong mungkin nte bakal nyumpah — nyumpahin ane hep,
tiada kata menolak walopun ane ajak nte kemane aja, setelah buku angker ini masuk di RRBD,
ane bakal memenjanakanmu kawan, ane beri serphis paling sempurna buat nte, sorry selama
skripsi ane belum sempet perhatiin nte kawan, sabar hep.

Buat ibu kontrakan yang sungguh mempesona,
Terimakasih bu karena telah menyediakan tempat tinggal untuk saya berteduh dari kelelahan saya
selama ini, tanpamu saya ini tidak berarti apa — apa.

Buat staf administrasi di kampus,
Terimakasih ibu puji, ibu danik, ibu narsih, mba evelin, sudah memberi semua kelancaran untuk
skripsi ini.

Buat mas ragil dan mas Eltitan (padahal lo namanya JNC),
Terimakasih Photocopianmu dan hasil printmu sungguh istimewa, klo ga ada mas — mas
sekalian entah bagaimana hasil skripsi ini.

Buat depot rafika,
Terimakasih asupan gizinya selama ini dan menjaga saya tetap sehat dan kenyang untuk
melakoni peran sebagai mahasiswa yang *rajin* di kampus selama ini, skripsi juga butuh tenaga
vrooh, haha.

Buat PLN,
Terimakasih bapak — ibu yang sudah bekerja siang dan malam yang entah dari mana asalnya,
yaa walaupun kadang sering bikin sakit hati yang melampaui batas, karena pemadaman tiba —
tiba, tapi dibalik itu semua tenaga listrik yang kau salurkan kepada kami sungguh — sungguh
sangat membantu terlahirnya buku hitam ini.

Terpenting buat Larry Page dan Sergey Brin,
Terimakasih telah menciptakan Google man, thanks banget,
kapan — kapan kalo sempet main ke Lombok vrooh, hahaaa ☺

"wisuda itu ga wajib, yang wajib itu sholat lima waktu"
"kuliah itu kayak naik gunung, makin tinggi makin nyesek."
Tapi pemandangan di puncak selalu lebih oke daripada di lembah"

Dan semua yang telah membantu dalam proses pengerjaan
skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu...
terimakasih banyak semuanya.
Wassalam.

Buat kaka mino "vroo kadang sesuatu itu harus kita ucapkan, ngomong dikit nappa"

Buat kaka ones "thanks vroo ~~~~ tetap FORZAJAN!!! hahaha"

Buat kaka arie "mandi rii... ~~~~ anak gunung kok takut tinggi, baah"

Buat kaka mandar "thanks vroo, saya dapat rival yang lebih sakti setelah ganip"

Buat kaka edo "yang kalah kopi yoooo.. kopimu paling istimewa cong wakakakaka"

Buat kaka aryo "eccc.. tokec dadi ayah yang baik buat austin, ojo mence-mence neh wes"

tuak pak, ngahahaha"

Buat kaka ganip "sorry hep hanimun nte ditunda, insyaallah ntar kita barengan aja"

Buat kaka lestari "aneh aruan geng, te gae merarik ne wah ngantih tekan to bale.."

Buat kaka erza sama kaka widi "ayo rek semangat rek. hehe"

Buat kaka fahmi "hati - hati bermain kata2 konco. peace!!"

The last man "thanks vroo, kode khusus saat hap kahi bertemu itu akan selalu ku ingat"

Semoga kau tenang disana amiiiiin.."

Buat noma ade "dec.. buburku mana de manaa 2015 ni"

Buat noma lani "cepet tinggi ya mel... eeh salah lagi kan.. nyaa lani!! 😊"

Buat noma wulan "mbuu makasi ya buat seemuanya..."

(buat atri, ima, chale, mandus, ryan, shinta, desi, dita khalim tega meninggalkanku di

pelataran kampus yang indah ini, tapi semoga sukses buat kalian yaa)

Yang paling terstimewa,

"Disini aku menemukan cinta, disini pula aku menibhikannya. Terimakasih resty,

supportku, pengertamu dan segalanya kamu masih mememani disampingku sampai saat

ini, kamu tetap yang terbaik. Lombok lebih indah OK!"

Keluarga besar "Elanologi 97N Malang

Seluruh dosen "Elanologi 97N Malang, terimakasih untuk segalanya, dan mohon maaf

apabila saat mengajarkan saya tentang pelajaran hidup ini terkadang menggores hati.

Khususnya terimakasih buat bu ida dan pak agung yang sudah bersedia membimbing

anak seperti saya ini.

Terimakasih semuanya saya sudah diberi kesempatan

menjadi bagian dari keluarga ini.

