

**LAMPIRAN**  
**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PEMILIK DAN MANAJER**

**A. Identitas Responden**

Nama : Deo Varens  
Jabatan : Pemilik  
Waktu Bekerja: 10 bulan  
Pendidikan : Sarjana Ekonomi

**B. Petunjuk Pengisian**

**Kriteria Bobot**

Setiap faktor diberi bobot dengan skala :

0,0 = Tidak Penting

1,0 = Sangat Penting

Di mana seluruh bobot tersebut jika ditotal tidak melebihi dari 1,00

Bobot ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh variabel terhadap perkembangan perusahaan atau organisasi.

**Kriteria Rating**

Setiap faktor diberi rating dengan skala sebagai berikut :

Strength diberi skor 1 jika respon buruk dan skor 4 jika respon baik

Weakness diberi skor 1 jika respon baik dan skor 4 jika respon buruk

Opportunity diberi skor 1 jika respon buruk dan skor 4 jika respon baik

Threat diberi skor 1 jika respon baik dan skor 4 jika respon buruk

Penentuan rating berdasarkan strategi perusahaan terhadap variabel

Tabel ; IFAS

No	IFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>STRENGTH :</b>				
1	Cita rasa produk yang konsisten.	0,15	3	0,45
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.	0,25	4	1
3	Citra produk Café Take Time yang baik.	0,07	2	0,14
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.	0,03	1	0,03
<b>WEAKNESS :</b>				
1	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.	0,25	4	1
2	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.	0,15	3	0,45
3	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.	0,1	2	0,2
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>		<b>3,27</b>

Tabel : EFAS

No	EFAS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>OPPORTUNITY :</b>				
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat.	0,1	2	0,2
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.	0,25	4	1
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.	0,15	3	0,45
<b>THREATS :</b>				
1	Adanya 75ompetitor yang semakin banyak.	0,25	4	1
2	Gencarnya promosi dari 75ompetitor.	0,15	3	0,45
3	Kreativitas 75ompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.	0,1	2	0,2
<b>TOTAL</b>		1,00		3,3

**C. Identitas Responden**

Nama : Yosua  
Jabatan : Manajer  
Waktu Bekerja: 8 bulan  
Pendidikan : Sarjana Ekonomi

**D. Petunjuk Pengisian****Kriteria Bobot**

Setiap faktor diberi bobot dengan skala :

0,0 = Tidak Penting

1,0 = Sangat Penting

Di mana seluruh bobot tersebut jika ditotal tidak melebihi dari 1,00

Bobot ditentukan berdasarkan seberapa besar pengaruh variabel terhadap perkembangan perusahaan atau organisasi.

**Kriteria Rating**

Setiap faktor diberi rating dengan skala sebagai berikut :

Strength diberi skor 1 jika respon buruk dan skor 4 jika respon baik

Weakness diberi skor 1 jika respon baik dan skor 4 jika respon buruk

Opportunity diberi skor 1 jika respon buruk dan skor 4 jika respon baik

Threat diberi skor 1 jika respon baik dan skor 4 jika respon buruk

Penentuan rating berdasarkan strategi perusahaan terhadap variabel

**Tabel ; IFAS**

No	IFAS	Bobot	Rating
<b><i>Strength :</i></b>			
1	Cita rasa produk yang konsisten.	0,15	3
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.	0,25	4
3	Citra produk Café Take Time yang baik.	0,07	2
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.	0,03	1
<b><i>Weakness :</i></b>			
1	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.	0,25	4
2	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.	0,15	3
3	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.	0,1	2

**Tabel : EFAS**

No	EFAS	Bobot	Rating
<b><i>Opportunity :</i></b>			
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat.	0,1	2
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.	0,25	4
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.	0,15	3
<b><i>Threats :</i></b>			
1	Adanya kompetitor yang semakin banyak.	0,25	4
2	Gencarnya promosi dari kompetitor.	0,15	3
3	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.	0,1	2

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ronal  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Mahasiswa

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.				V
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.			V	
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Michael Ardito  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.		V		
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	



**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Skolastika Arfinike

Usia : 20

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.		V		
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.		V		

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Nensya  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.				V
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.			V	
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.				V
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.				V
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Nike  
 Usia : 22  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Guru

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.		V		
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ajie  
 Usia : 24  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.		V		
3	Citra produk Café Take Time yang baik.		V		
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.		V		
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Hartono  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.		V		
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Lukas  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Mahasiswa

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.				V
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.				V
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.			V	
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.				V
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Alvin Kristyanto

Usia : 23

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Wirausaha

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.				V
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.		V		
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ivan Sunaryo

Usia : 27

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	



## DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN & KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME

### A. Identitas Responden

Nama : Yadi  
 Usia : 32  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

### B. Petunjuk Pengisian

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.		V		
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.		V		
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Jessica Lius  
 Usia : 20  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Gustaf Sebastian

Usia : 24

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Yohanes Wijaya

Usia : 24

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Vera Widiarso  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.		V		
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Inne Naryawati  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.				V
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Shirley  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.				V
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Raditya Adi  
 Usia : 27  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Wirausaha

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.		V		
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.				V
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.				V
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V



**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Vinnie  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.			V	
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.			V	
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.			V	
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI KEKUATAN  
& KELEMAHAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Viktor  
 Usia : 28  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Cita rasa produk yang konsisten.			V	
2	Mutu dan produk yang sudah terjamin.			V	
3	Citra produk Café Take Time yang baik.				V
4	Café Take Time memiliki produk unggulan.			V	
5	Café Take Time memiliki layout tempat yang kurang nyaman.			V	
6	Café Take Time tidak memiliki tenaga marketing.				V
7	Kurangnya strategi promosi dari Café Take Time.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ronal  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Mahasiswa

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**C. Identitas Responden**

Nama : Michael Ardito  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**D. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.		V		
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.		V		

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Skolastike Arfinike  
 Usia : 20  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).				V
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.				V
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Nensya  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).				V
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Nike  
 Usia : 22  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Guru

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ajie  
 Usia : 24  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).		V		
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.		V		
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	



**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Hartono  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).				V
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.				V
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.		V		
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.		V		

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Lukas  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Mahasiswa

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).				V
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.				V
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Alvin Kristyanto  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Wirausaha

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.		V		

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Ivan Sunaryo  
 Usia : 27  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Yadi  
 Usia : 32  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Jessica Lius  
 Usia : 20  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Mahasiswi

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.				V
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Gustaf Sebastian  
 Usia : 24  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Yohanes Wijaya

Usia : 24

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : IT

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.				V
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.				V
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	



**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Vera Widiarso  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).		V		
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Inne Naryawati  
 Usia : 25  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.		V		
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Shirley  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.				V
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Raditya Adi  
 Usia : 27  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Wirausaha

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).			V	
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.			V	
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Vinnie  
 Usia : 23  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).		V		
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.				V
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.				V
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.				V

**DAFTAR WAWANCARA UNTUK PELANGGAN MENGENAI PELUANG &  
ANCAMAN CAFÉ TAKE TIME**

**A. Identitas Responden**

Nama : Viktor  
 Usia : 28  
 Jenis Kelamin : Laki-laki  
 Pekerjaan : Karyawan Swasta

**B. Petunjuk Pengisian**

Mohon untuk memberikan tanda centang (v) di setiap pernyataan pada salah satu kolom yang anda pilih.

No	Pernyataan	Skala Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Adanya peningkatan pendapatan masyarakat (UMR).				V
2	Adanya faktor demografis yang sesuai dengan target market Café Take Time yaitu masyarakat dengan usia 15-35 tahun.			V	
3	Adanya perkembangan teknologi yang pesat.				V
4	Adanya kompetitor yang semakin banyak.			V	
5	Gencarnya promosi dari kompetitor.			V	
6	Kreativitas kompetitor dalam berinovasi yang baik sehingga memiliki kekuatan kompetitif yang tinggi.			V	



**8.71%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

## Report #14070603

BAB I PENDAHULUAN LATAR BELAKANG MASALAH Pada tahun 2020 telah terjadi suatu bencana yang tidak pernah dibayangkan oleh banyak orang, yaitu terjadinya bencana wabah Virus Corona yang melanda dunia termasuk Negara Indonesia. Wabah ini mengakibatkan seluruh kegiatan di seluruh dunia menjadi lumpuh antara lain seperti kegiatan bisnis, sekolah, dan tempat umum lainnya. Pada bulan Juni 2020, pemerintah akan memulai suatu sistem kehidupan baru yang disebut "New Normal". Menurut Achmad Yurianto juru bicara penanganan Covid-19 dalam artikel Dian Erika Nugraheny di [kompas.com](https://kompas.com), sistem kehidupan "New Normal" memiliki arti tatanan atau kebiasaan baru yang berbasis pada adaptasi yang membiasakan perilaku hidup bersih dan sehat. Dalam kondisi "New Normal" ini seluruh kegiatan perekonomian, pendidikan, dan kegiatan lain akan mulai dibertakukan secara normal kembali dengan memperhatikan protokol-protokol kesehatan yang berlaku termasuk kegiatan berbisnis. Dalam berbisnis, seseorang harus memiliki strategi yang matang. Matang yang dimaksudkan di sini