

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. UB Press.
- Arfah. (2023a). Manajemen Pemasaran. In *pemasaran*.
- Arfah, L. (2023b). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/EQ4SEQA-AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=teori+pemasaran&printsec=frontcover
- Barat, B. J. (2024). *Produksi Perkebunan Rakyat Menurut Jenis Tanaman di Provinsi Jawa Barat*. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y0hOWWFGZHpPVkpUVjFKUlowVjBhMUI1Wm1aWFp6MDkjMw==/production-of-smallholder-by-type-of-crops-in-jawa-barat-province-thousand-ton---2021.html?year=2022>
- BPS, K. B. (2023). *Kecamatan Pangalengan Dalam Angka*. BPS Kabupaten Bandung.
- Darsana, M. (2022). *Strategi Pemasarn*.
- Ekowati. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kue Home Industry Bay Tat Ricka Di Kota Bengkulu. *Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 1487–1496.
- Elliyana. (2022). Dasar-Dasar pemasaran. *Pemasaran*, 1.
- Fauzi. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya saing Di Coffeshop Pulang Manado. *Riset Ekonomi*, 10, 51.
- Grace, M. (2021). *Strategi pemasarn*.
- Harmoko. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*. 188–204.
- Herlyana. (2012). *Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. 1, 22–41.
- Isyariansyah. (2018). Analisis Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Robusta Di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 31.
- Kotakita.com. (2014). *1000 Kota di Indonesia*. Blogspot. <https://info-kotakita.blogspot.com/2014/01/kota-pangalengan.html>
- Muhlis, A., & -, S. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar

- Internasional. *Agribios*, 21(1), 25.
<https://doi.org/10.36841/agribios.v21i1.2807>
- Nuraini. (2016). Teknik Analisis SWOT. *Jurnal Pemasaran*, 2, 27.
- Octavia. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan UMKM keripik Gedeбок Pisang di Blora. *Ekonomi Pemasaran*, 3, 281–289.
- Piartrini, P. S. (2021). DETERMINANT OF COFFE SHOP SERVICE QUALITY IN THE NEW NORMAL ERA, EMPIRICAL EVIDENCE FROM DENPASAR CITY. *Jurnal Sekretari*, 8, 1.
- Ramdani. (2024). Mengenal kopi Malabar. *Pertanian*.
- Rasmikayati. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinagor (Kasus pada Belike Coffe Shop dan balad Coffe Works). *Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan*, 1, 26–45.
- Rusdi. (2019). Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah jaya. *Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1, 83–88.
- Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama.
- Septiani. (2021). Analsis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 3, 126–135.
- Setiawan. (2022). Startegi pemasaran Pada cafe Van Ommen Coffeshop Manado. *Jurnal EMBA*, 10, 1740–1748.
- Situmeang. (2024). *Analisis Sebaran Pergerakan Kopi Di Provinsi Jawa Barat*. 2, 1.
- Supriyadi. (2022). Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pelayanan Penyedia Jasa Angkutan Terhadap Pengiriman Semen Di PT. Cipta Mortar Utama. *Management*, 1, 28–41.
- Yulia. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Anggito. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. UB Press.
- Arfah. (2023a). Manajemen Pemasaran. In *pemasaran*.
- Arfah, L. (2023b). *MANAJEMEN PEMASARAN*.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran/EQ4SEQA-AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=teori+pemasaran&printsec=frontcover
- Barat, B. J. (2024). *Produksi Perkebunan Rakyat Menurut Jenis Tanaman di*

- Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/3/Y0hOWWFGZHpPVkpUVjFKUlowVjBhMUI1Wm1aWFp6MDkjMw==/production-of-smallholder-by-type-of-crops-in-jawa-barat-province--thousand-ton---2021.html?year=2022>
- BPS, K. B. (2023). *Kecamatan Pangalengan Dalam Angka*. BPS Kabupaten Bandung.
- Darsana, M. (2022). *Strategi Pemasarn*.
- Ekowati. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kue Home Industry Bay Tat Ricka Di Kota Bengkulu. *Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 1487–1496.
- Elliyana. (2022). Dasar-Dasar pemasaran. *Pemasaran*, 1.
- Fauzi. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya saing Di Coffeshop Pulang Manado. *Riset Ekonomi*, 10, 51.
- Grace, M. (2021). *Strategi pemasarn*.
- Harmoko. (2017). *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah Dalam Persaingan Bisnis Perbankan Nasional*. 188–204.
- Herlyana. (2012). *Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. 1, 22–41.
- Isyariansyah. (2018). Analisis Faktor-Faktor Produksi Yang Mempengaruhi Produksi Kopi Robusta Di Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 2(1), 31.
- Kotakita.com. (2014). *1000 Kota di Indonesia*. Blogspot. <https://info-kotakita.blogspot.com/2014/01/kota-pangalengan.html>
- Muhlis, A., & -, S. (2023). Analisis Daya Saing Kopi Indonesia Di Pasar Internasional. *Agribios*, 21(1), 25. <https://doi.org/10.36841/agribios.v21i1.2807>
- Nuraini. (2016). Teknik Analisis SWOT. *Jurnal Pemasaran*, 2, 27.
- Octavia. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan UMKM keripik Gedeбок Pisang di Blora. *Ekonomi Pemasaran*, 3, 281–289.
- Piartirini, P. S. (2021). DETERMINANT OF COFFE SHOP SERVICE QUALITY IN THE NEW NORMAL ERA, EMPIRICAL EVIDENCE FROM DENPASAR CITY. *Jurnal Sekretari*, 8, 1.
- Ramdani. (2024). Mengenal kopi Malabar. *Pertanian*.
- Rasmikayati. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi Di Jatinagor (Kasus pada Belike Coffe Shop dan balad Coffe Works). *Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan*, 1, 26–45.
- Rusdi. (2019). Strategi pemasaran Untuk Meningkatkan volume Penjualan pada Perusahaan Genting UD. Berkah jaya. *Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1, 83–88.
- Said. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama.
- Septiani. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ilmiah Feasible*, 3, 126–135.
- Setiawan. (2022). Startegi pemasaran Pada cafe Van Ommen Coffeshop Manado. *Jurnal EMBA*, 10, 1740–1748.
- Situmeang. (2024). *Analisis Sebaran Pergerakan Kopi Di Provinsi Jawa Barat*. 2, 1.

- Supriyadi. (2022). Analisis Kualitas Sumber Daya Manusia Dan Pelayanan Penyedia Jasa Angkutan Terhadap Pengiriman Semen Di PT. Cipta Mortar Utama. *Management, 1*, 28–41.
- Yulia. (2019). *Manajemen Pemasaran*.

LAMPIRAN 1 KUSIONER

KUESIONER OWNER *COFFEESHOP* ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MALABAR MOUNTAIN COFFEE

Data Pribadi

Nama Pemilik :
Jenis Kelamin : Laki-Laki/Perempuan
Alamat Lengkap :
Umur :
Pendidikan : SD/SMP/SMA/DIPLOMA/STRATA
Pekerjaan :
Pendapatan : Rp/tahun No. Hp :

Profil Usaha

Nama Usaha :
Tahun Berdiri Usaha :
Umur Usaha :
Jenis Usaha : pribadi/kelompok
Status Kepemilikan Usaha : Berbadan hukum/belum berbadan hukum
Jumlah Tenaga Kerja : orang

Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Produk

1. Bagaimana anda menggambarkan kualitas dan keunikan produk kopi yang ditawarkan oleh *Malabar Mountain Coffee* ?
Jawaban :
2. Apa yang menjadi pertimbangan utama dalam memilih biji kopi yang digunakan di *Malabar Mountain Coffee* ?
Jawaban :
3. Bagaimana anda menentukan variasi menu kopi dan minuman lainnya di *Malabar Mountain Coffee* ?
Jawaban :
4. Seberapa sering anda memperbarui atau menambah produk baru ke dalam menu?
Jawaban :
5. Bagaimana Anda memastikan bahwa setiap cangkir kopi yang disajikan memiliki kualitas yang konsisten?
Jawaban :
6. Apa saja tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjaga standar kualitas produk?

Jawaban :

B. Harga

1. Bagaimana Anda menentukan harga untuk setiap produk di Malabar *Mountain Coffee*?

Jawaban :

2. Apa yang menjadi pertimbangan utama dalam menetapkan harga kopi dan menu lainnya di sini?

Jawaban :

3. Bagaimana Anda memastikan bahwa harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk?

Jawaban :

4. Bagaimana reaksi pelanggan terhadap harga produk di *Coffeeshop* ini? Apakah mereka merasa harga tersebut wajar?

Jawaban :

5. Apakah Anda pernah mempertimbangkan strategi diskon atau penawaran khusus? Jika ya, kapan biasanya strategi tersebut diterapkan?

Jawaban :

6. Bagaimana Anda menyesuaikan harga produk dengan perubahan biaya operasional atau bahan baku?

Jawaban :

C. Tempat

1. Mengapa Anda memilih lokasi ini untuk Malabar *Mountain Coffee*? Apa keunggulan lokasi ini menurut Anda?

Jawaban :

2. Bagaimana Anda melihat peran lokasi dalam keberhasilan *Coffeeshop* ini?

Jawaban :

3. Apakah Anda melihat ada kebutuhan untuk membuka cabang baru di lokasi lain? Jika ya, apa pertimbangan utama Anda?

Jawaban :

4. Bagaimana peran lingkungan sekitar (seperti area perkantoran, sekolah, atau pusat perbelanjaan) dalam menarik pelanggan ke *Coffeeshop* ini?

Jawaban :

5. Seberapa penting Anda menganggap suasana dan kenyamanan *Coffeeshop* bagi kepuasan pelanggan?

Jawaban :

6. Bagaimana Anda menilai lokasi *Coffeeshop* ini dalam hal persaingan dengan *Coffeeshop* lain di sekitar?

Jawaban :

D. Promosi

1. Apa saja strategi promosi yang paling efektif untuk menarik pelanggan ke Malabar *Mountain Coffee*?
Jawaban :
2. Bagaimana Anda memanfaatkan media sosial dalam *mempromosikan Coffeeshop* ini?
Jawaban :
3. Apakah Anda pernah mengadakan event atau kegiatan khusus untuk menarik perhatian pelanggan? Jika ya, bagaimana hasilnya?
Jawaban :
4. Bagaimana Anda mengukur keberhasilan kampanye promosi yang Anda lakukan?
Jawaban :
5. Bagaimana Anda membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan setia?
Jawaban :
6. Apakah ada strategi promosi tertentu yang Anda anggap kurang berhasil? Mengapa demikian?
Jawaban :
7. Bagaimana Anda mempromosikan keunikan dari Malabar *Mountain Coffee* dibandingkan dengan pesaing?
Jawaban :
8. Seberapa penting peran promosi dari mulut ke mulut dalam menarik pelanggan baru ke *Coffeeshop* ini?
Jawaban :

DAFTAR PERTANYAAN

Indetitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : L/P
3. Umur :

Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda check list/centang (✓) pada jawaban yang anda pilih pada pernyataan berikut ini.

KETERANGAN :

SS	= SANGAT SETUJU	TS	= TIDAK SETUJU
S	= SETUJU	STS	= SANGAT TIDAK SETUJU
N	= NETRAL		

Daftar Pertanyaan IFAS dan EFAS

Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan)

	Pertanyaan	jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
S1	Produk yang ditawarkan di <i>coffeeshop</i> ini konsisten dalam hal rasa dan penyajian					
S2	Harga kopi di Malabar <i>mountain coffee</i> sebanding dengan kualitas yang ditawarkan					
S3	Pelayanan di Malabar <i>mountain coffee</i> ramah dan profesional					
S4	Staf di Malabar <i>mountain coffee</i> memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan					
S5	Bahan baku yang digunakan di Malabar <i>Mountain Coffee</i> berkualitas tinggi					
W1	Lokasi Malabar <i>mountain coffeemudah</i> dijangkau oleh saya					
W2	Area parkir di sekitar Malabar <i>mountain coffee</i> cukup memadai					
W3	Pilihan menu di Malabar <i>Mountain Coffee</i> cukup beragam untuk memenuhi selera saya					
W4	<i>Coffeeshop</i> ini kurang memperhatikan kebersihan ruangnya					
W5	Susana di <i>coffeeshop</i> terlalu berisik					

Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

Pertanyaan	jawaban				
	SS	S	N	TS	STS

O1	Tertarik dengan kopi yang memiliki informasi lengkap tentang asal usul biji kopi yang digunakan					
O2	Tertarik dengan informasi tentang metode pengolahan yang digunakan dalam produk kopi yang ditawarkan di Malabar <i>Mountain Coffee</i> (misalnya, <i>washed, natural, honey process</i>)					
O3	Lebih memilih produk di Malabar <i>Mountain Coffee</i> yang memiliki cita rasa unik dan tidak mudah ditemukan di tempat lain					
O4	Akan merekomendasikan Malabar <i>Mountain Coffee</i> kepada teman-teman saya karena keunikan produk yang ditawarkan					
O5	Malabar <i>Mountain Coffee</i> perlu menyesuaikan menu mereka dengan tren makanan dan minuman yang sedang populer					
T1	Produk yang ditawarkan oleh <i>Coffeeshop</i> lain lebih unggul dibandingkan dengan Malabar <i>Mountain Coffee</i>					
T2	Lokasi <i>Coffeeshop</i> lain lebih mudah diakses daripada Malabar <i>Mountain Coffee</i>					
T3	Lebih sering mengunjungi <i>Coffeeshop</i> lain karena mereka menawarkan harga yang lebih kompetitif					
T4	<i>Coffeeshop</i> lain menawarkan variasi menu yang lebih menarik dibandingkan dengan Malabar <i>Mountain Coffee</i>					
T5	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh <i>Coffeeshop</i> lain lebih menarik bagi saya dibandingkan dengan Malabar <i>Mountain Coffee</i>					

LAMPIRAN 2 TABULASI

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia (Thn)	Pendidikan
1	Abdullah Fauzi	Laki-laki	21	sma
2	Ade Rahyana	Perempuan	34	sma
3	Adi	Laki-laki	30	sma
4	Adrian Cahyaha	Laki-laki	21	sma
5	Ali	Laki-laki	28	s1
6	Alya	Perempuan	33	sma
7	Amirul	Laki-laki	24	s1
8	Anggi	Laki-laki	28	s1
9	Atiqah Zahra	Perempuan	24	s1
10	Cristian	Laki-laki	43	sma
11	Dani	Laki-laki	27	s1
12	Deni Kurniawan	Laki-laki	21	sma
13	Didi Zupriyadi	Laki-laki	36	sma
14	Diki	Laki-laki	37	s1
15	Doni	Laki-laki	24	s1
16	Fahrizal	Laki-laki	28	s1
17	Ferdina	Perempuan	31	sma
18	Gilang	Laki-laki	30	s1
19	Hanafi	Laki-laki	35	sma
20	Harfandi	Laki-laki	55	smp
21	Heru	Laki-laki	47	smp
22	Jafar	Laki-laki	35	sma
23	Lana Rosiana	Perempuan	27	s1
24	Maya Bela	Perempuan	25	s1
25	Naura	Perempuan	17	sma
26	Purnama	Laki-laki	29	s1
27	Rania Rizkyna	Perempuan	20	s1
28	Ratna	Perempuan	34	sma
29	Rio	Laki-laki	26	s1
30	Salsa	Perempuan	32	sma
31	Santi	Perempuan	31	sma
32	Sarah Syahida	Perempuan	26	s1
33	Teguh	Laki-laki	36	s1
34	Toda	Laki-laki	27	sma
35	Vivi Anisa	Perempuan	21	s1
36	Wawan	Laki-laki	32	sma
37	Yulia	Perempuan	28	s1

		Faktor Kekuatan					Faktor Kelemahan					Faktor Peluang					Faktor Ancaman								
No.	Nama	P1	P2	P3	P4	P5		P1	P2	P3	P4	P5		P1	P2	P3	P4	P5		P1	P2	P3	P4	P5	
1	Abdullah Fauzi	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	2	1	4	5	4	5	4	4	2	2	2	2	2	3
2	Ade Rahyana	3	5	5	5	5	5	4	4	3	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3
3	Adi	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	2	2
4	Adrian Cahyaha	4	4	4	4	5	5	5	5	4	1	1	1	5	5	4	2	4	4	3	2	3	2	4	4
5	Ali	3	5	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3
6	Alya	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	4
7	Amirul	4	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	Anggi	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4
9	Atiqah Zahra	5	4	4	4	4	4	1	5	2	2	1	1	2	4	4	2	2	2	4	5	2	5	4	4
10	Cristian	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
11	Dani	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	Deni Kurniawan	4	4	4	5	4	4	5	2	5	2	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
13	Didi Zupriyadi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	Diki	4	4	3	4	4	4	2	5	4	4	1	1	4	4	4	4	3	3	2	1	2	3	3	3
15	Doni	4	5	5	4	4	4	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2
16	Fahrizal	5	5	5	5	2	2	1	5	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	2	1	2	1	1
17	Ferdina	4	4	5	4	4	4	5	5	4	2	2	2	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2
18	Gilang	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	4
19	Hanafi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4
20	Harfandi	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	1	1	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	1	1
21	Heru	4	4	5	5	5	5	4	5	4	2	2	2	4	5	4	5	5	5	4	5	4	2	2	2
22	Jafar	4	4	4	5	5	5	2	5	4	4	2	2	4	4	5	4	2	2	2	4	2	1	2	2
23	Lana Rosiana	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4		4	4	4	5	2	4	2	5	5
24	Maya Bela	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	5	2	2
25	Naura	4	5	4	5	5	5	3	4	5	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3
26	Purnama	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	2	2	5	5	4	4	4	4	2	4	2	4	2	2
27	Rania Rizkyna	4	4	4	2	2	2	4	5	4	1	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2
28	Ratna	5	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3
29	Rio	5	4	4	5	4	4	2	5	2	2	2	2	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2
30	Salsa	4	2	4	5	4	4	5	5	2	1	1	1	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	4	4
31	Santi	3	5	5	5	4	4	4	4	3	2	2	2	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	3
32	Sarah Syahida	4	5	4	5	5	5	3	5	4	2	1	1	5	5	5	5	2	2	2	4	2	2	2	2
33	Teguh	5	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	5	5	5	5	5	5	2	2	3	2	2	2
34	Toda	4	3	3	3	4	4	3	4	5	2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4
35	Vivi Anisa	4	5	5	4	5	5	4	5	5	1	2	2	5	5	4	5	2	2	2	4	2	2	4	4
36	Wawan	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	5	5	4	4	5	5	2	1	2	2	2	2
37	Yulia	4	5	2	4	2	2	4	4	4	1	1	1	4	5	5	4	5	5	2	4	5	2	4	4
	Total	154	159	155	160	154	154	134	161	146	85	83	83	154	159	146	144	138	138	118	123	107	111	111	111

No.	Faktor Kekuatan	Tingkat signifikan Bobot	Bobot	Rating	Skor
1	Produk yang ditawarkan di coffeeshop ini konsisten dalam hal rasa dan penyajian	5	0.12	4.00	0.49
2	Harga kopi di Malabar mountain coffee sebanding dengan kualitas yang ditawarkan	4	0.10	4.00	0.39
3	Pelayanan di Malabar mountain coffee ramah dan profesional	5	0.12	4.00	0.49
4	Staf di Malabar mountain coffee memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan	4	0.10	4.00	0.39
5	Bahan baku yang digunakan di Malabar Mountain Coffee Shop berkualitas tinggi	5	0.12	4.00	0.49
	Sub Total		0.56		2.24
No.	Faktor Kelemahan	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi Malabar mountain coffeemudah dijangkau oleh saya	4	0.10	3.00	0.29
2	Area parkir di sekitar Malabar mountain coffee cukup memadai	3	0.07	4.00	0.29
3	Pilihan menu di Malabar Mountain Coffee cukup beragam untuk memenuhi selera saya	4	0.10	4.00	0.39
4	Coffeeshop ini kurang memperhatikan kebersihan ruangnya	4	0.10	2.00	0.20
5	Susana di coffeeshop terlalu berisik	3	0.07	2.00	0.15
	Sub Total		0.44		1.32
	Total	41	1.00		3.56
No.	Faktor Kekuatan	Tingkat signifikan Bobot	Bobot	Rating	Skor
1	Produk yang ditawarkan di coffeeshop ini konsisten dalam hal rasa dan penyajian	5	0.12	4.00	0.49
2	Harga kopi di Malabar mountain coffee sebanding dengan kualitas yang ditawarkan	4	0.10	4.00	0.39
3	Pelayanan di Malabar mountain coffee ramah dan profesional	5	0.12	4.00	0.49
4	Staf di Malabar mountain coffee memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan	4	0.10	4.00	0.39
5	Bahan baku yang digunakan di Malabar Mountain Coffee Shop berkualitas tinggi	5	0.12	4.00	0.49
	Sub Total		0.56		2.24
No.	Faktor Kelemahan	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi Malabar mountain coffeemudah dijangkau oleh saya	4	0.10	3.00	0.29
2	Area parkir di sekitar Malabar mountain coffee cukup memadai	3	0.07	4.00	0.29
3	Pilihan menu di Malabar Mountain Coffee cukup beragam untuk memenuhi selera saya	4	0.10	4.00	0.39
4	Coffeeshop ini kurang memperhatikan kebersihan ruangnya	4	0.10	2.00	0.20
5	Susana di coffeeshop terlalu berisik	3	0.07	2.00	0.15
	Sub Total		0.44		1.32
	Total	41	1.00		3.56

No.	Faktor Kekuatan (<i>Strength</i>)	No.	Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1	Produk yang ditawarkan di coffeeshop ini konsisten dalam hal rasa dan penyajian	1	Lokasi Malabar mountain coffe sulit dijangkau oleh saya
2	Harga kopi di Malabar mountain coffee sebanding dengan kualitas yang ditawarkan	2	Area parkir di sekitar Malabar mountain coffee kurang memadai
3	Pelayanan di Malabar mountain coffee ramah dan profesional	3	Pilihan menu di Malabar Mountain Coffee kurang beragam untuk memenuhi selera saya
4	Staf di Malabar mountain coffee memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan	4	Coffeeshop ini kurang memperhatikan kebersihan ruangnya
5	Bahan baku yang digunakan di Malabar Mountain Coffee Shop berkualitas tinggi	5	Susana di coffeeshop terlalu berisik
No.	Faktor Peluang (<i>Opportunities</i>)	No.	Faktor Ancaman (<i>Threats</i>)
1	Tertarik dengan kopi yang memiliki informasi lengkap tentang asal usul biji kopi yang digunakan	1	Produk yang ditawarkan oleh coffee shop lain lebih unggul dibandingkan dengan Malabar Mountain Coffee Shop
2	Tertarik dengan informasi tentang metode pengolahan yang digunakan dalam produk kopi yang ditawarkan di Malabar Mountain Coffee (misalnya, washed, natural, honey process)	2	Lokasi coffee shop lain lebih mudah diakses daripada Malabar Mountain Coffee Shop
3	Lebih memilih produk di Malabar Mountain Coffee yang memiliki cita rasa unik dan tidak mudah ditemukan di tempat lain	3	Lebih sering mengunjungi coffee shop lain karena mereka menawarkan harga yang lebih kompetitif
4	Merekomendasikan Malabar Mountain Coffee kepada teman-teman saya karena keunikan produk yang ditawarkan	4	Coffee shop lain menawarkan variasi menu yang lebih menarik dibandingkan dengan Malabar Mountain Coffee
5	Malabar Mountain Coffee perlu menyesuaikan menu mereka dengan tren makanan dan minuman yang sedang populer	5	Promosi dan diskon yang ditawarkan oleh coffee shop lain lebih menarik bagi saya dibandingkan dengan Malabar Mountain Coffee

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI



