

ABSTRAK

Sekarang ini bisnis kedai kopi di Indonesia mulai menjamur semenjak masuknya kedai kopi asal Seattle, Amerika yaitu *Starbucks*. Fenomena ini menggerakkan para pelaku bisnis untuk mendirikan kedai kopi. Segmentasi pasarnya pun bermacam – macam, tidak hanya mencakup kalangan orang tua, melainkan juga mencakup kalangan anak muda, dalam hal ini pelajar dan mahasiswa. Penelitian ini dilakukan di Kedai Kopi *Salwa House*, *Coffee Grove*, *Peacock Coffee* dan *Starbucks Coffee* di Kota Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi pengunjung kedai kopi terhadap menu di kedai kopi *Salwa House*, *Coffee Grove*, *Peacock Coffee* dan *Starbucks Coffee* di Kota Semarang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode survey dengan alat bantu koesioner terhadap 60 responden. Analisis yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan uji Chi-Square.

Dari hasil uji Chi-Square dapat diketahui bahwa variabel yang dipilih seperti menu kopi dan harga kopi di Kedai Kopi *Salwa House*, *Coffee Grove*, *Peacock Coffee* dan *Starbucks Coffee* berpengaruh terhadap frekuensi kunjungan responden kedai kopi, hal ini berarti kedua variabel di atas mempengaruhi preferensi pengunjung kedai kopi. Selain itu, diperoleh hasil bahwa menu kopi memiliki pengaruh yang paling besar. Oleh karena itu, dapat disarankan kepada Kedai Kopi *Salwa House*, *Coffee Grove*, *Peacock Coffee* dan *Starbucks Coffee* untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya, seiring dengan selera konsumen yang terus berkembang sehingga akan tercipta preferensi pengunjung kedai kopi.

Kata kunci : frekuensi responden, menu, fasilitas dan harga menu.