

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Identitas Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di sepuluh *Coffee Shop* dengan konsep semi-outdoor di Tangerang Selatan. Kesepuluh *Coffee Shop* tersebut meliputi Berselesa Coffee and Eatery, LatteBakehouse.co, Box Koffies, Sakuta Coffee, Bagi Kopi Bintaro, Kopi Nako (Alam Sutera), Kopi Nako (BSD), Kopiluvium, Satuan Kopi Bintaro, dan Warkop 2 Lantai. Dari sepuluh lokasi tersebut, tiga *Coffee Shop* dipilih sebagai objek penelitian utama, berdasarkan kriteria yang relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan ini dilakukan untuk memperoleh data yang lebih terfokus dan mendalam mengenai penerapan konsep semi-outdoor dalam desain serta pengalaman yang ditawarkan kepada pengunjung. Berikut beberapa *Coffee Shop* yang berada di Tangerang Selatan yang menggunakan desain atau konsep *semi outdoor*.

1. Berselesa Coffee and Eatery

Berselesa Coffee and Eatery adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Jombang Raya No.17, Bintaro, Jombang, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis berada tepat di jalan jombang raya dan di samping rumah sakit IMC Bintaro, menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Jombang. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.355 m²



Gambar 3. 1 peta lokasi Berselesa Coffee and Eatery

Sumber: Google Earth, 2025

2. *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

LatteBakehouse. co adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Manunggal V No. 23, Parigi Baru, Kecamatan Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis berada tepat di samping Vihara Siddharta, menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Parigi Baru. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 2.184 m²

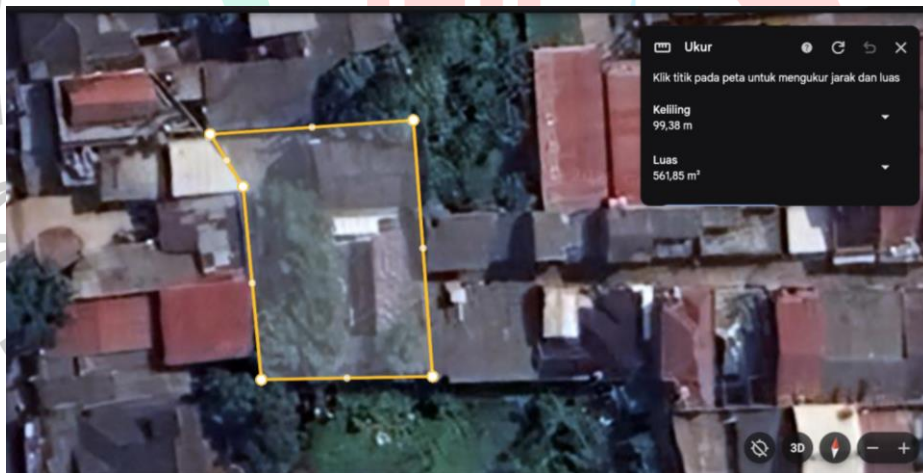


Gambar 3. 2 peta lokasi LatteBakery.co

Sumber: Google Earth, 2025

3. Box Koffies

- Box Koffies adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Raden Fatah No.26, RT.002/RW.010, Sudimara Bar., Kec. Ciledug, Kota Tangerang, Banten. Lokasinya yang strategis berada di jalan raya ciledug dan samping *Coffee Shop* pasar lembang, menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Ciledug. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 561 m²

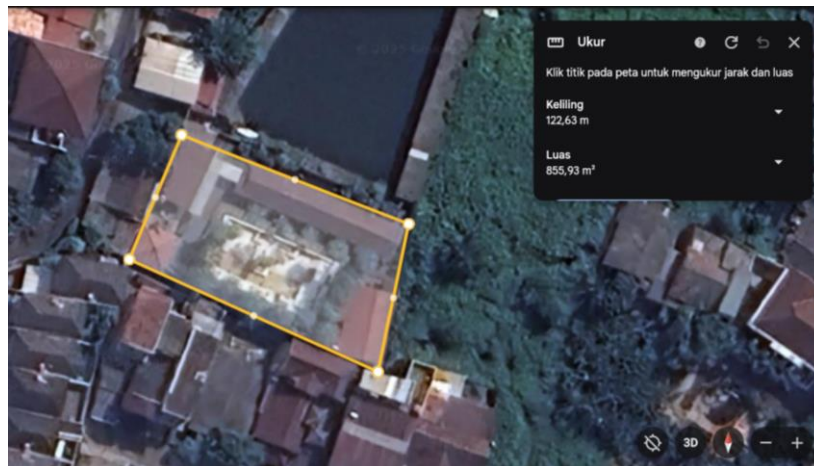


Gambar 3. 3 peta lokasi Box Koffies

Sumber: Google Earth, 2025

4. Sakuta Coffee

- Sakuta Coffee adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Komplek, Permai Jl. Pd. Belimbing No.2, RT.03/RW.04/RW, Jurang Mangu Barat, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang berada di dalam kompleks perumahan ceger permai yang dimana dapat membuat ketenangan bagi pengunjung karena jauh dari jalan raya. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 855 m²

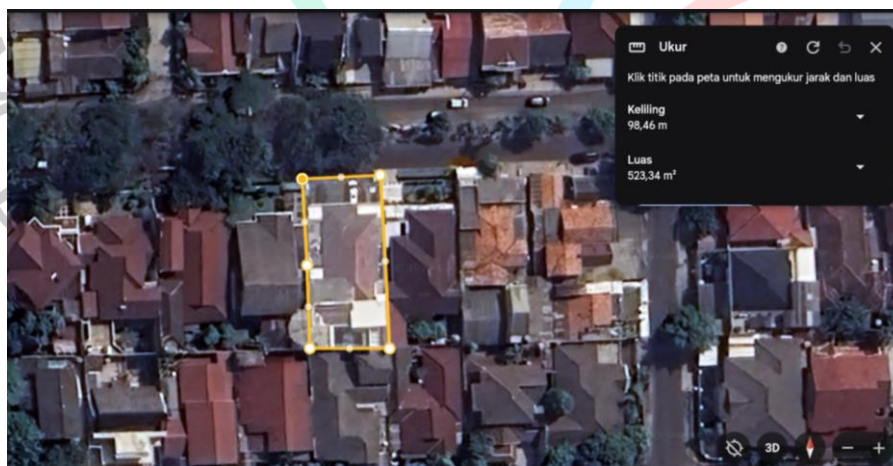


Gambar 3. 4 peta lokasi Sakuta Coffee

Sumber: Google Earth, 2025

5. Bagi Kopi Bintaro

Bagi Kopi Bintaro adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Bintaro Selatan No.5 Blok. S3, Rengas, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang berada di dalam kompleks perumahan Manyar Bintaro yang dimana dapat membuat ketenangan bagi pengunjung karena jauh dari jalan raya., menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Bintaro. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 523 m²



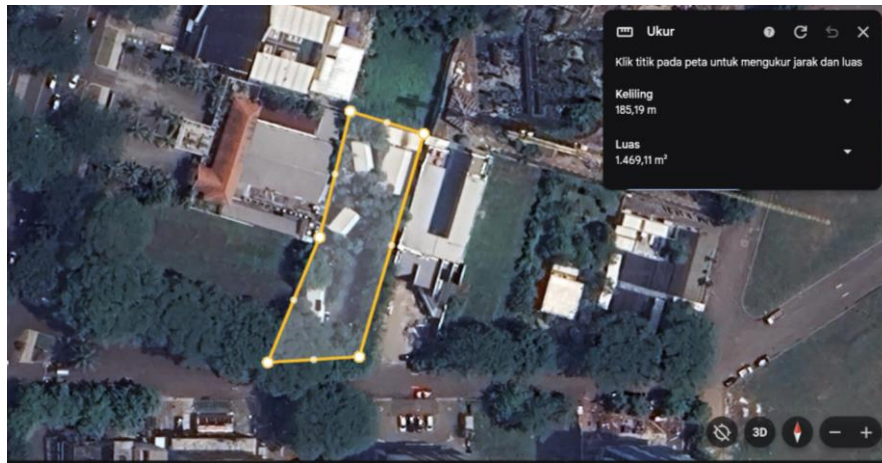
Gambar 3. 5 peta lokasi Bagi Kopi Bintaro

Sumber: Google Earth, 2025

6. Kopi Nako (Alam Sutera)

Kopi Nako (Alam Sutera) adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Alam Utama Blok RH No.5, Pakulonan, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis

berada tepat di samping Broadway Alam Sutera, menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Alam Sutera. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.470 m²

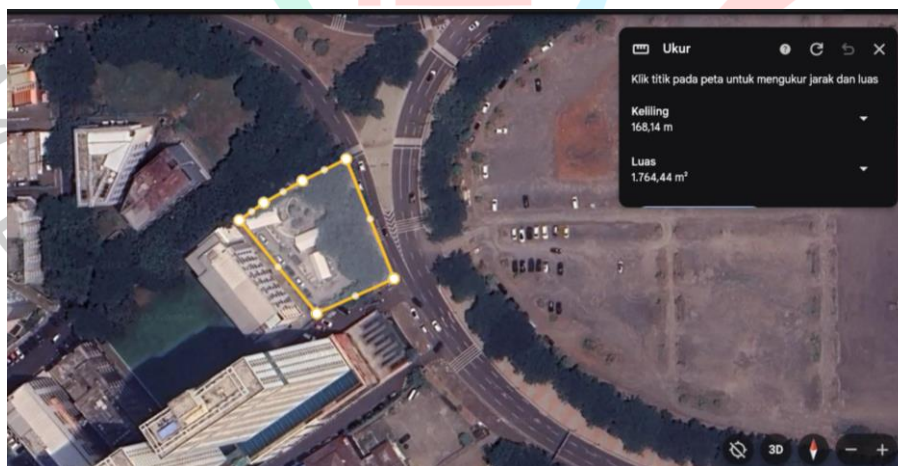


Gambar 3. 6 peta lokasi Kopi Nako (Alam Sutera)

Sumber: Google Earth, 2025

7. Kopi Nako (BSD)

Kopi Nako (BSD) adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Edutown, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15339. Lokasinya yang strategis berada tepat di samping Indonesia Convention Exhibition (ICE) menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan BSD. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.764 m²



Gambar 3. 7 peta lokasi Kopi Nako (BSD)

Sumber: Google Earth, 2025

8. Kopiluvium

Kopilivium terletak di Jl. Siliwangi No. 459, Pd. Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten. Kedai kopi ini berada di sepanjang jalan raya Pamulang, yang merupakan salah satu jalur penting dari Universitas Pamulang menuju Jalan Raya Puspitek. Menariknya, Kopilivium berada tepat di seberang Rumah Sakit Permata Pamulang. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.283 m²

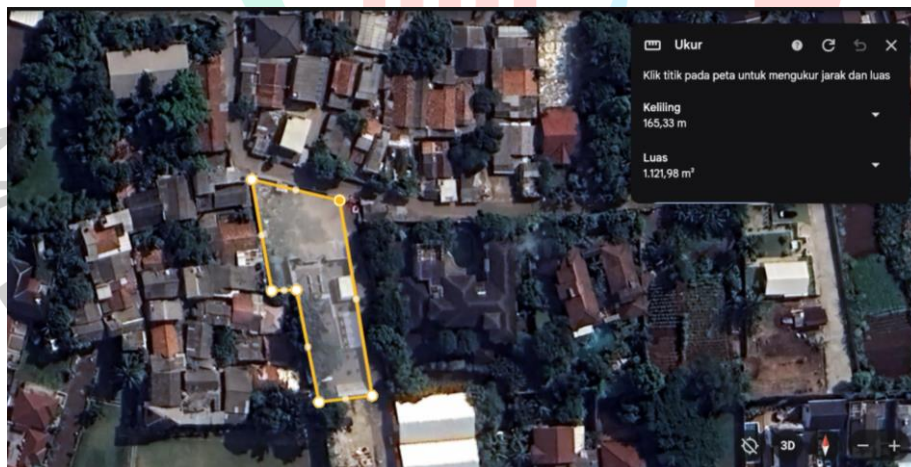


Gambar 3. 8 peta lokasi Kopiliviuw

Sumber: Google Earth, 2025

9. Satuan Kopi Bintaro

Satuan Kopi Bintaro adalah sebuah kedai kopi yang terletak Jl. Baitis Salmah I No.200, Sawah Baru, Kec. Ciputat, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis berada tepat di belakang NISSI BINTARO CAMPUS dan Satuan kopi juga berdekatan dengan SMAN 10 Tangerang Selatan yang Dimana ini bisa dijadikan tempat belajar atau berkumpul untuk siswa-siswi.. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.121 m²

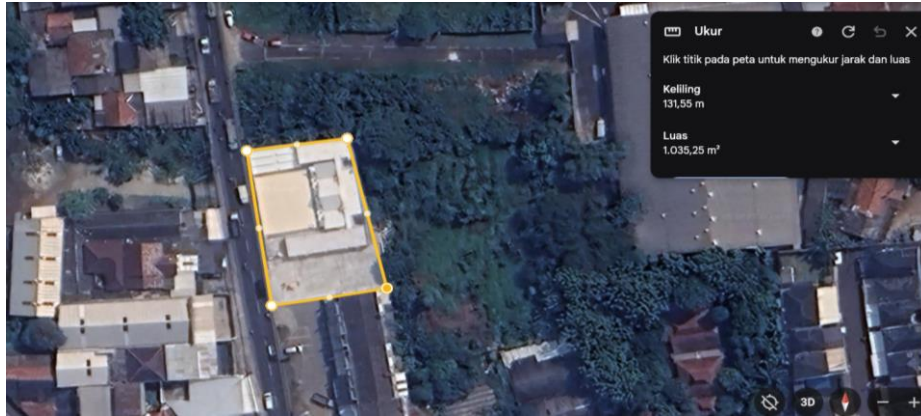


Gambar 3. 9 peta lokasi Satuan Kopi Bintaro

Sumber: Google Earth, 2025

10. Warkop 2 Lantai Pamulang

Warkop 2 lantai Pamulang adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Buaran raya No.19, Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis berada di jalan raya Viktor BSD , menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Pamulang dan BSD. Untuk ukuran *Coffee Shop* tersebut adalah 1.000 m²



Gambar 3. 10 peta lokasi Warkop 2 lantai Pamulang

Sumber: Google Earth, 2025

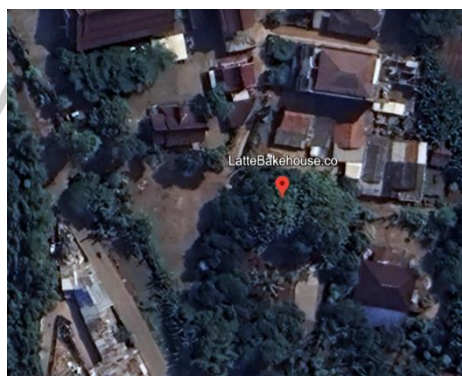
3.2. Pemilihan Lokasi Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Tangerang Selatan dengan fokus pada tiga kafe kopi semi-outdoor yang tersebar di berbagai wilayah, yaitu Bintaro, BSD, dan Pamulang. Di Bintaro, peneliti memilih kafe Latte Bakehouse yang terletak di Jl. Manunggal V No. 23, Parigi Baru, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Di BSD, dipilih kafe Kopi Nako BSD yang berlokasi di Jl. Edutown, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Sedangkan di Pamulang, peneliti mengunjungi kafe Kopiluvium yang beralamat di Jl. Siliwangi No. 459, Pd. Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten.

1 Coffee Shop LatteBakehouse.co

LatteBakehouse. co adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Manunggal V No. 23, Parigi Baru, Kecamatan Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya yang strategis berada tepat di samping Vihara Siddharta, menjadikannya tempat yang mudah diakses di kawasan Parigi Baru.



Gambar 3. 11 peta lokasi LatteBakery.co

Sumber: Google Earth, 2024

Desain *Coffee Shop* ini menggunakan konsep semi-outdoor open space, menciptakan suasana yang segar, terbuka, dan menyatu dengan alam. Area utama *Coffee Shop* dirancang untuk memberikan pengalaman ngopi yang nyaman di ruang terbuka namun tetap membuat nyaman dari terik matahari di siang hari dengan menggunakan atap kanopi yang dilapisi dengan genteng yang berbahan seng. Struktur ini memungkinkan cahaya alami masuk dengan optimal, menciptakan suasana cerah di siang hari dan menghadirkan pemandangan langit di malam hari yang membuat menenangkan bagi pengunjung.



Gambar 3.12 Area pengunjung LatteBakery.co

Sumber: pribadi, 2024

Penambahan *playground* memberikan pengalaman bagi anak-anak, menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat ramah keluarga yang cocok untuk berbagai kalangan. Desain ini tidak hanya menawarkan estetika dan kenyamanan, tetapi juga hiburan bagi anak-anak, dengan elemen estetik seperti ayunan kayu, perosotan dan lain-lain. Penambahan *playground* Bagi anak-anak sebagai daya tarik visual tambahan. *Coffee Shop* ini menjadi tujuan ideal bagi keluarga yang mencari tempat bersantai sekaligus tempat bermain bagi anak-anak.



Gambar 3. 13 Area pengunjung Lettebakery

Sumber: pribadi, 2024

Latte Bakehouse menawarkan minuman dengan fokus pada kopi yang berkualitas dan Latte Bakehouse juga menyediakan *non coffe* seperti *variant Frappe/Blended*, tersedia dalam kemasan botol untuk kepraktisan serta variasi rasa unik seperti Ginger Brulee dan *Baileys Coffee*. Harga berkisar antara Rp 23.000 hingga Rp 43.000, dengan pilihan kopi Arabika, Robusta, atau Decaf untuk memenuhi preferensi pelanggan



Gambar 3. 14 buku menu LatteBakery.co

Sumber: pribadi, 2024

2 Kopi Nako BSD

Kopi Nako BSD terletak di Jl. Edutown, Pagedangan, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. *Coffee Shop* ini berada di kawasan ICE BSD, hanya berjarak sekitar 300 meter dari Kopi Nako.

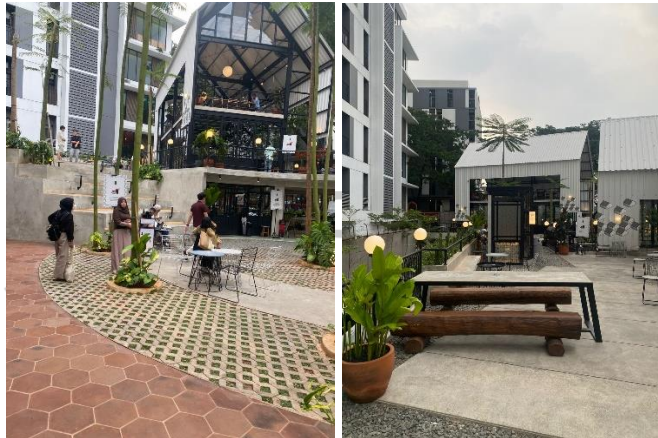


Gambar 3. 15 peta Lokasi Kopi Nako BSD

Sumber: goggle earth, 2024

Desain Kopi Nako menggunakan konsep modern industrial yang memiliki ciri khas dengan elemen-elemen minimalis dan fungsional. Nama "Nako" sendiri terinspirasi dari penggunaan jendela nako atau kaca berbingkai besi yang mendominasi desain bangunan, menciptakan kesan terbuka dan cerah di seluruh ruangan.

Bangunan Kopi Nako memiliki struktur berinding kaca dengan bingkai besi hitam, yang memungkinkan cahaya alami masuk secara maksimal. Fasad kaca ini membuat ruangan terlihat luas, terang, dan menyatu dengan lingkungan sekitar. Bentuk atap pelana yang miring ke dua sisi memberi kesan arsitektur yang sederhana namun ikonik, mengingatkan pada bentuk rumah tradisional dengan sentuhan modern.



Gambar 3. 16 Area pengunjung kopi nako BSD

Sumber: pribadi, 2024

Coffee Shop ini dirancang dengan fasilitas live musik yang menghadirkan suasana nyaman dan memberikan interaksi antara penyanyi dan pengunjung. Area panggung ditempatkan strategis dengan pencahayaan yang mendukung dan dilengkapi sistem suara berkualitas tinggi, memastikan pengalaman mendengarkan yang optimal.

Menu ini menawarkan beragam pilihan kopi dengan variasi rasa unik serta opsi tambahan yang memungkinkan kustomisasi sesuai preferensi pelanggan. Kopi Nako juga memberikan sentuhan khas lokal seperti Kopi Nusantara dan K-lua Nako dan seri bukan kopi, serta menyediakan es krim sebagai pelengkap. Harga cukup bervariasi mulai dari Rp 15.000 hingga Rp 33.000.

SERI BUKAN KOPI		SERI KOPI	
	Susu Daur Baar Plain / Vanila / Menta / Hazelnut dipadatkan dengan rempah-rempah baar dan diperkaya vitamin		Manual Brew 29
	Coklat Hot / Iced		Kopi Susu Daur Baar Hot / Iced / Oat / Almond 33
	Coklat Hazelnut soklat premium dengan rasa hazelnut		Black Coffee Hot / Iced 25
	K-lua Coklat K-lua Coklat		Espresso Hot / Iced 15
	Taro Latte Taro dan susu dikala dengan oranye		Cappuccino Hot / Iced 27
	Matcha Latte Matcha dan susu		Latte Hot / Iced Hot / Iced / Oat / Almond / Hazelnut 29
	Matcha Ala Nako Matcha dan susu + es krim matcha		K-lua Nako Hot / Iced 27
	Lore Potion strawberry, susu, yogurt, menta blended		Cappuccino ala Nako cappuccino dengan es krim vanilla 29
	Mango Lassi mango, yogurt, menta blended		Kopi Nusantara Hot / Iced Hot / Iced dengan rempah 27
	Rosberi mentha, strawberry		Avocado Coffee Hot / Iced 29
	Sur-ma-ja susu, menta, jeruk		Alfagato Hot / Iced 25
	Es Kunci Nako Hot / Iced dengan perisa kunci		ES KRIM KOPI NAKO Cup 15 Ekstra Topping 10
	Lemon Kacok Nako Hot / Iced dengan perisa lemon		
	Wedang Jahe Hot / Iced 18		

Gambar 3. 17 Buku Menu kopi nako BSD

Sumber: pribadi, 2024

3 Kopiliviuw

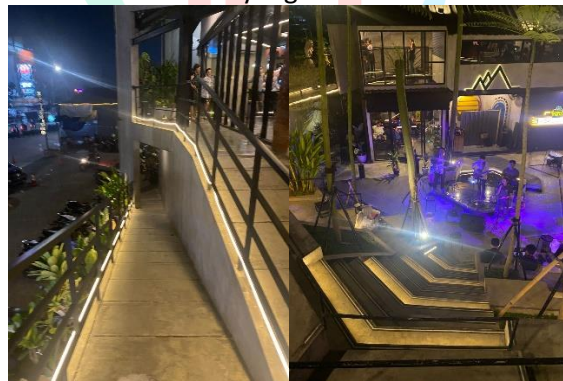
Kopiliviuw terletak di Jl. Siliwangi No. 459, Pd. Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten. Kedai kopi ini berada di sepanjang jalan raya Pamulang, yang merupakan salah satu jalur penting dari Universitas Pamulang menuju Jalan Raya Puspitek. Menariknya, Kopiliviuw berada tepat di seberang Rumah Sakit Permata Pamulang.



Gambar 3. 18 Peta Lokasi kopiliviuw

Sumber: goggle earth, 2024

Desain Kopiliviuw menggunakan konsep modern industrial open space, *Coffee Shop* memiliki desain yang berkontur yang dimana untuk menuju area Barista counter pengunjung melewati ramp untuk memesan menu yang terletak diatas. walaupun bangunan ini berkontur tapi sangat friendly untuk yang disabilitas. Untuk area pengunjung terdapat area plaza yang berkonsep terasering yang dimana terdapat point view yang dimana dapat digunakan untuk acara live musik atau untuk acara lainnya, *Coffee Shop* ini menggunakan warna monokromatik yang didominasi oleh abu-abu, hitam, dan putih



Gambar 3. 19 Area kopiliviuw

Sumber: pribadi, 2024

Coffee Shop ini didesain dengan fasilitas live musik untuk menciptakan suasana yang hangat dan penuh energi atau penuh dengan kemeriahan. Panggung utama ditempatkan di lokasi yang ideal, dilengkapi pencahayaan profesional dan sistem audio berkualitas tinggi agar penonton dapat menikmati performa musik dengan sempurna. Penataan tempat duduk dibuat bertingkat, memungkinkan setiap pengunjung mendapatkan pandangan yang jelas ke arah panggung tanpa gangguan.

Menu ini menghadirkan variasi minuman yang menarik dengan fokus pada kombinasi rasa kopi dan susu, serta tambahan rasa unik seperti klepon, karamel, dan hazelnut. Harga cukup kompetitif dengan pilihan ukuran yang fleksibel untuk memenuhi preferensi pelanggan.

Milk Bar			
	Small	Medium	Large
★ Red Velvet Latte	29K	32K	33K
Ono Latte	29K	32K	33K
Matcha Latte	29K	32K	33K
Taro Latte	29K	32K	33K
★ Choco Latte	29K	32K	33K

Yakult Bar			
	Small	Medium	Large
Lychee Yakult	28K	31K	31K
Mango Yakult	28K	31K	31K
Strawberry Yakult	28K	31K	31K

Manual Brew			
	Small	Medium	Large
V60	35K		
Japanese	35K		
Dolce	30K		

Signature Bar			
	Small	Medium	Large
Es Koplivium	25K	26K	29K
Milkyshake Regal	29K	32K	33K
Es Klepon	29K	32K	33K
Berry Fresh Coffee	29K	32K	33K

Coffee Bar			
	Small	Medium	Large
Cafe Latte	29K	32K	33K
★ Caramel Latte	29K	32K	33K
★ Hazelnut Latte	29K	32K	33K
Vanilla Latte	29K	32K	33K
Cappuccino Latte	25K	28K	28K
Cappuccino Latte Hot	25K	-	-
Moccacino Latte	29K	32K	33K
Moccacino Latte Hot	29K	-	-

Gambar 3. 10 Menu kopliviuw

Sumber: pribadi, 2024

3.2.1. Objek Penelitian

- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh aktivitas pengunjung terhadap *Coffee Shop* dengan tema semi outdoor di kawasan Tangerang Selatan. Fokus utama penelitian ini adalah pada faktor kenyamanan yang berperan penting dalam memengaruhi pengalaman pengunjung sebagai partisipan. Tujuannya adalah untuk memahami preferensi kenyamanan pengunjung yang berdampak pada faktor-faktor kenyamanan di *Coffee Shop* tersebut. Dalam penelitian ini, penekanan akan diberikan pada pengunjung sebagai pelaku aktivitas. Hal ini meliputi pengamatan terhadap berbagai kegiatan yang mereka lakukan serta interior yang paling sering dikunjungi atau menarik minat mereka. Selain itu, peneliti juga akan mengeksplorasi bagaimana aspek interior memengaruhi pola aktivitas pengunjung di *Coffee Shop* tersebut. Sumber data akan diperoleh melalui wawancara dengan pengunjung serta pembuatan zonasi yang bertujuan untuk menganalisis pola aktivitas yang terjadi di *Coffee Shop* dengan tema semi outdoor ini.

3.3. Metode Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik analisis data untuk mengumpulkan informasi melalui kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi berbagai aktivitas yang dilakukan pengunjung ketika memilih kedai kopi sebagai tujuan mereka. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner kepada pelanggan di kedai kopi, serta melakukan observasi langsung di lokasi. Setelah itu, data yang diperoleh dari survei pengunjung di kedai kopi di Tangerang Selatan dianalisis secara mendalam untuk menarik kesimpulan. Hasil analisis ini memberikan pemahaman tentang cara menentukan preferensi pengunjung terhadap *Coffee Shop* dengan tema semi-outdoor di Tangerang Selatan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

i. Data Primer

Data primer memainkan peran penting dalam penelitian ini, karena memberikan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui pengamatan dan pencatatan perilaku untuk memverifikasi temuan yang ada. Informasi ini terdiri dari fakta yang telah dikonfirmasi langsung di lapangan. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan cara observasi langsung terhadap perilaku pengunjung kafe serta melalui survei untuk memperoleh data yang tepat mengenai aktivitas mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pengunjung terhadap kafe bertema semi-outdoor di wilayah Tangerang Selatan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada informasi yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, yang digunakan untuk memperkuat atau melengkapi data primer yang dikumpulkan melalui observasi di lapangan. Jenis data ini meliputi berbagai elemen, seperti teori, literatur, hasil penelitian terdahulu, serta data statistik dari berbagai sumber yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Dengan demikian, data sekunder memainkan peran penting sebagai landasan teoritis dalam penelitian dan dapat dianalisis secara deskriptif oleh para peneliti.

a. Metode Analisis Data

Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penyelidikan ilmiah yang dilakukan secara sistematis untuk memahami komponen-komponen dari suatu fenomena serta hubungan kausal di antara komponen-komponen tersebut. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, biasanya dengan menggunakan metode statistik untuk mengumpulkan data kuantitatif melalui survei. Dalam pendekatan ini, peneliti bekerja sama dengan ahli statistik untuk memanfaatkan kerangka kerja dan teori matematika yang relevan dengan variabel yang sedang diteliti. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2009:14), penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme.

Metode ini melibatkan survei pada populasi atau sampel tertentu, yang biasanya dilakukan melalui pengambilan sampel secara acak. Penghitungan hasil penelitian ini sering kali menggunakan skala Likert, di mana responden dapat memberikan penilaian mulai dari "Setuju" hingga "Sangat Setuju." Interval penilaian dihitung dengan rumus $100\% \text{ dibagi jumlah skor dalam skala Likert}$, sehingga menghasilkan $100\% / 5 = 20\%$. Skor ditetapkan sebagai berikut:

Hasil Interval = 20%

STS : skor 1 S : skor 4

Berikut kriteria interpretasi skornyaberdasarkan interval :

TS : skor 2 SS : skor 5

0% – 19 % = Sangat Tidak Nyaman

20% – 39 % = Kurang Nyaman

40% – 59 % = Cukup

60% – 79 % = Nyaman

80% – 100% = Sangat Nyaman Perhitungan untuk mencapai persentase akhir, pernyataan dihitung dengan:

R: skor 3

Skor maksimum: 28 responden x 5 (SS) = 140

Skor minimum: 28 responden x 1 (STS) = 28 Jadi rumus hasil penghitungannya adalah:
= (resp. STS x 1) + (resp. TS x 2) + (resp. R x 3) + (resp. S x 4) + (resp. S x 5) = A
Hasil (A) kemudian dibagi skor maksimum, dan dikalikan 100% untuk mencari persentase rata-rata. Dirangkum sebagai berikut,

$$\frac{A}{140} \times 100\% = \dots\%$$

Persentase akhir inilah yang menilai jawaban responden termasuk dalam kategori Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju

Dalam bukunya yang berjudul "Metodologi Penelitian Kuantitatif" (Husein Umar, 1999), penulis menjelaskan bahwa analisis data kuantitatif dilakukan melalui lima tahap yang sistematis:

1. Definisi dan Formulasi Masalah: Tahap ini melibatkan pemastian bahwa masalah yang akan ditangani telah dirumuskan dengan tepat dan jelas.
2. Tinjauan Pustaka: Dalam tahap ini, dilakukan pencarian literatur untuk mengidentifikasi teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.
3. Pernyataan Hipotesis: Ini adalah langkah di mana hipotesis yang akan diuji diajukan.
4. Definisi Model: Pada tahap ini, model didefinisikan sebagai sebuah penyederhanaan yang berfungsi untuk memvisualisasikan kemungkinan-kemungkinan berdasarkan asumsi yang telah dibangun.
5. Pengumpulan Data: Terakhir, data dikumpulkan dengan menggunakan metode pengumpulan data yang sesuai, termasuk pemilihan metode pengambilan sampel yang relevan.

Dengan mengikuti kelima tahap ini, proses analisis data kuantitatif dapat dilakukan dengan lebih terstruktur dan efektif. Analisis data bertujuan untuk mengkaji pola aktivitas pengunjung kedai kopi bertema semi-outdoor sebagai tempat menikmati kopi dan destinasi wisata kuliner di perkotaan. Analisis dilakukan dengan mengacu pada, Analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif yang mengukur dan mengidentifikasi pola perilaku aktivitas pengunjung berdasarkan data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh pengunjung *Coffee Shop*.

Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengetahui preferensi pengunjung *caffeshop* dalam membentuk faktor-faktor kenyamanan pengunjung dalam berkunjung dan memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola *caffeshop*. Analisis ini memberikan preferensi pengunjung untuk memberikan masukan kepada pengelola *caffeshop* yang berada di Kawasan Tangerang Selatan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah peneliti memilih 3 lokasi *Coffee Shop* yang bertema outdoor di wilayah Tangerang Selatan. Hasil penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian. Pertama faktor kenyamanan dari pengunjung yang memilih *Coffee Shop* tersebut untuk didatangi. Poin kedua faktor kegiatan yang dilakukan pengunjung di *Coffee Shop* tersebut. Lalu poin ketiga faktor daya Tarik desain yang ditawarkan *Coffee Shop*.

4.2 Identifikasi Objek Penelitian

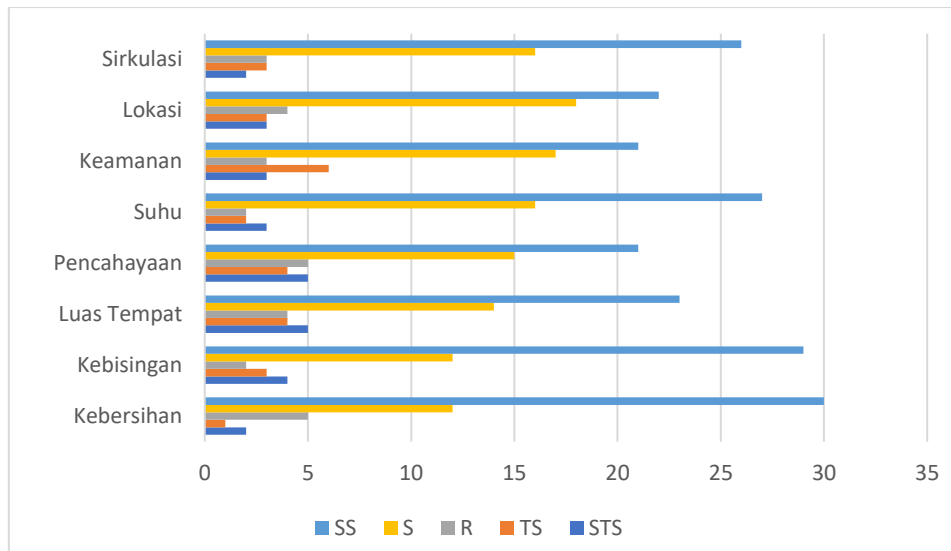
Objek penelitian ini difokuskan pada kenyamanan aktivitas pengunjung di *Coffee Shop* bertema semi-outdoor, dengan perhatian utama pada preferensi mereka terkait kenyamanan. Fokus penelitian mencakup pengunjung sebagai pelaku aktivitas di *Coffee Shop*, dengan tujuan untuk menganalisis pola aktivitas mereka serta mengidentifikasi elemen interior yang sering digunakan atau diminati. Penelitian juga akan mengevaluasi elemen interior yang secara langsung memengaruhi pola aktivitas pengunjung. Data penelitian akan diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengunjung dan analisis zonasi untuk mengamati pola penggunaan ruang di *Coffee Shop* bertema semi-outdoor.

4.2.1 Faktor – faktor kenyamanan *Coffee Shop*

Bagian kuesioner yang pertama dibuat bertujuan untuk mengetahui faktor kenyamanan yang ditawarkan *Coffee Shop*. Pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner ini bertujuan untuk menilai seberapa besar kenyamanan orang – orang terhadap *Coffee Shop* tersebut. Hal ini adalah salah satu cara untuk membuat kesan pengunjung baru tertarik melihat kemudian tertarik untuk datang. Aspek kenyamanan pada bangunan terbagi menjadi 4 yaitu kenyamanan ruang, kenyamanan visual kenyamanan audio dan kenyamanan termal (Karyono,1999). Maka dari itu faktor kenyamanan perlu dipertimbangkan dalam membangun bisnis. Jumlah responden yang dapat tersaring sekitar 50 responden.

a) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Pada bagian metode penelitian, sudah disebutkan tentang Gambaran ketiga *Coffee Shop* yang kemudian akan dinilai oleh orang – orang mengenai kenyamanannya. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 1 Tabel kenyamanan LatteBakehouse.co

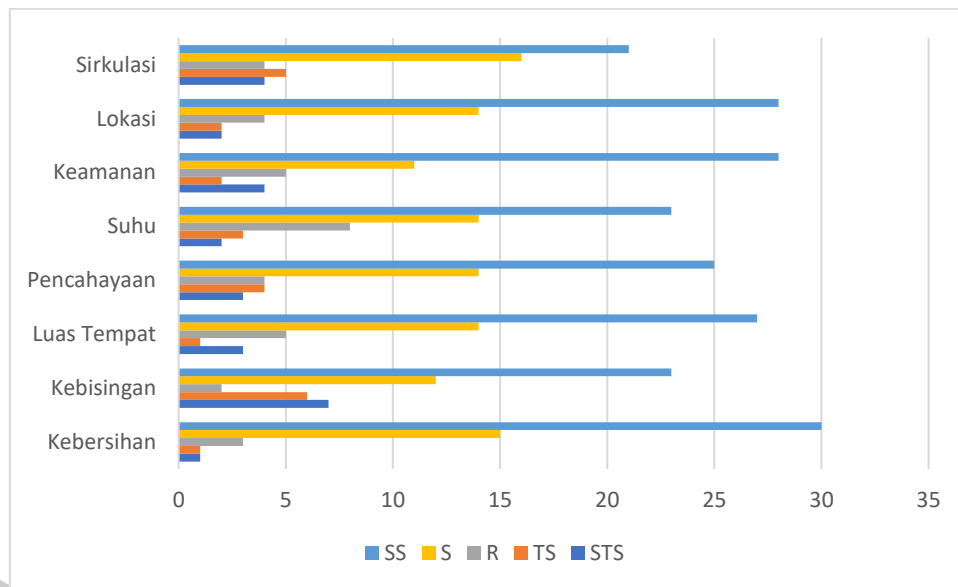
Keterangan:

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambar yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya merasa nyaman dengan.....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 1 dengan pernyataan “**Saya merasa nyaman dengan kebersihan café**”. Hasilnya adalah 2 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 1 responden memilih Tidak Setuju, 5 responden memilih Ragu, 12 responden memilih Setuju, dan 30 responden memilih Sangat Setuju. Begitu seterusnya sampai poin terakhir.

Lalu hasil yang didapatkan dari kuesioner untuk menilai kenyamanan tempat ini adalah banyak responden yang Sangat Nyaman untuk datang ke café ini, terutama karena kebersihan, sirkulasi udara dan rendahnya kebisingan karena terletak jauh dari jalan utama.

b) Kopi Nako BSD

Pada bagian metode penelitian, sudah disebutkan tentang Gambaran ketiga *Coffee Shop* yang kemudian akan dinilai oleh orang – orang mengenai kenyamanannya. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 2 Tabel kenyamanan Kopi Nako BSD

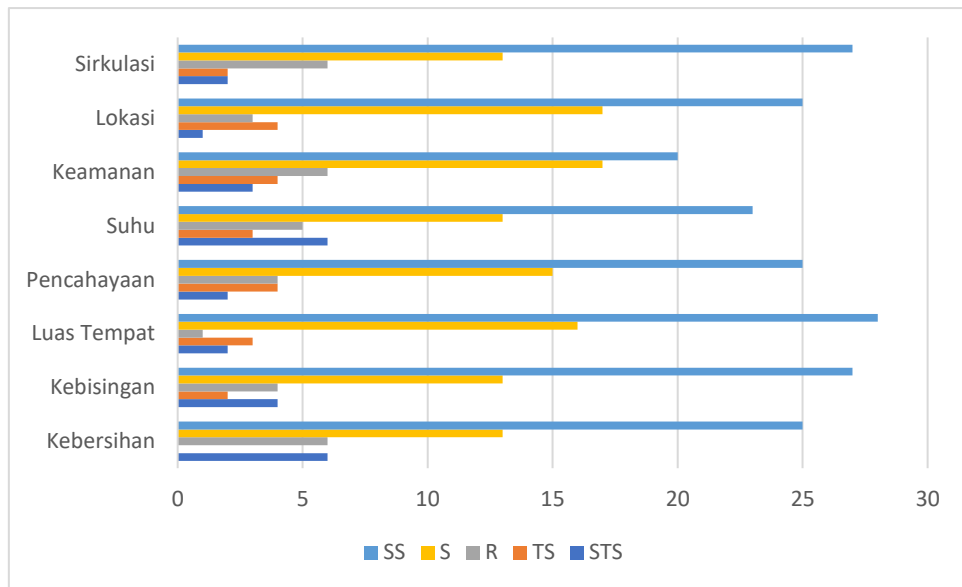
Keterangan:

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambar yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, "Saya merasa nyaman dengan....."
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 1 dengan pernyataan "**Saya merasa nyaman dengan kebersihan café**". Hasilnya 1 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden memilih Tidak Setuju, 3 responden memilih Ragu, 15 responden memilih Setuju, dan 30 responden memilih Sangat Setuju. Begitu seterusnya sampai poin terakhir.

Lalu hasil yang didapatkan dari kuesioner untuk menilai kenyamanan tempat ini adalah banyak responden yang Sangat Nyaman untuk datang ke café ini, terutama karena kebersihan, keamanan dan letak lokasi. Kuesioner ini terkumpul dari 50 responden.

c) Kopi Livium

Pada bagian metode penelitian, sudah disebutkan tentang Gambaran ketiga *Coffee Shop* yang kemudian akan dinilai oleh orang – orang mengenai kenyamanannya. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 3 Tabel kenyamanan Kopi Livium

Keterangan:

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambar yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya merasa nyaman dengan.....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 1 dengan pernyataan “**Saya merasa nyaman dengan kebersihan café**”. Hasilnya adalah 6 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 6 responden memilih Ragu, 13 responden memilih Setuju, dan 24 responden memilih Sangat Setuju. Begitu seterusnya sampai poin terakhir.

Lalu hasil yang didapatkan dari kuesioner untuk menilai kenyamanan tempat ini adalah banyak responden yang Sangat Nyaman untuk datang ke café ini, terutama karena pencahayaan yang bagus, tempat yang luas dan sirkulasi udara yang baik. Pada café ini terkumpul 50 responden.

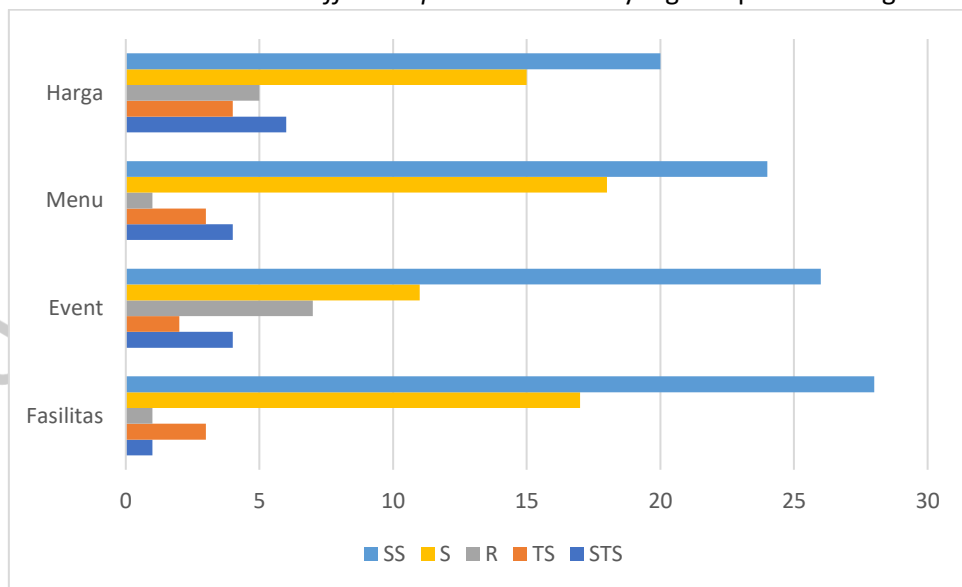
4.2.2 Faktor – faktor kegiatan di *Coffee Shop*

Bagian kuesioner kedua ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan apa yang sering dilakukan orang – orang saat datang ke *Coffee Shop*. Peneliti mengamati kegiatan – kegiatan yang dapat menarik pengunjung untuk datang ke sebuah *Coffee Shop* dengan memberikan Pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner yang menggambarkan kegiatan apa yang sering dilakukan responden saat berada di sebuah *Coffee Shop*. Menurut Oldenburg (1999), dalam konsep *third place*, *Coffee Shop* menjadi tempat bertemunya individu untuk berinteraksi secara sosial. Kegiatan seperti berbincang dengan teman, bertemu kolega, atau berkumpul bersama keluarga adalah aktivitas utama. Maka dari itu, kegiatan menarik yang ditawarkan *Coffee Shop* dapat menjadi daya Tarik. Kelengkapan fasilitas, kemenarikan event, kualitas menu, dan kecocokan harga juga menjadi point

yang menjadi daya Tarik dari sebuah café. Jumlah responden yang dapat tersaring sekitar 50 responden.

a) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Pada kesioner ini rata – rata responden berusia 21 – 30 tahun dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta yang datang ke *Coffee Shop* bertujuan untuk belajar ataupun bekerja atau biasa disebut *Work From Café*. Pada bagian metode penelitian, selain karena kenyamanan daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* juga dipengaruhi oleh kegiatan – kegiatan yang dapat dilakukan atau disediakan oleh *Coffee Shop* tersebut. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 4 Tabel kegiatan LatteBakehouse.co

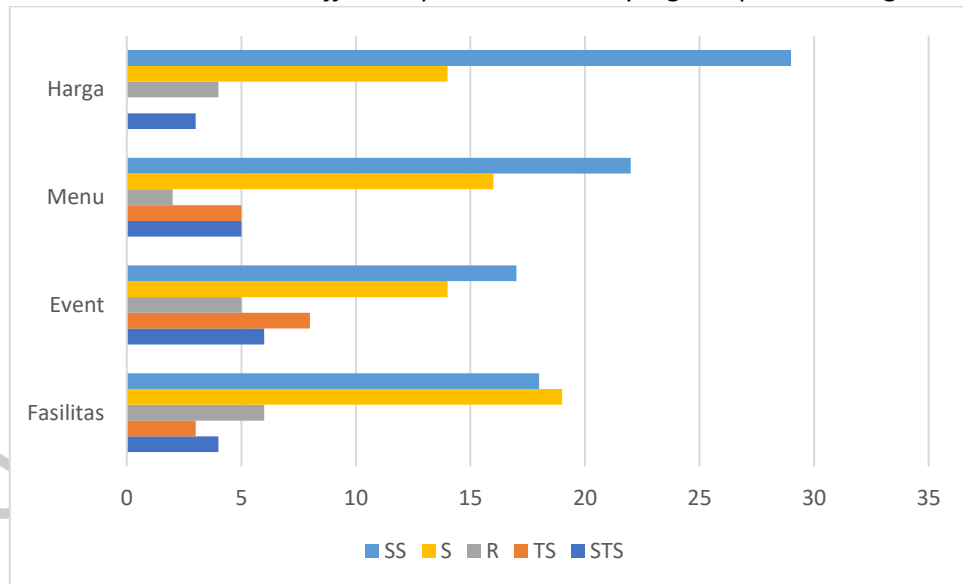
Keterangan:

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambar yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya merasa senang dengan.....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 2 dengan pernyataan “**Saya merasa senang dengan kelengkapan fasilitas café**”. Hasilnya adalah 1 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 3 responden memilih Tidak Setuju, 1 responden memilih Ragu, 17 responden memilih Setuju, dan 28 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

Lalu hasil yang didapatkan dari kuesioner untuk menilai tempat ini dari sisi kegiatan yang di tawarkan adalah banyak responden yang Sangat Nyaman untuk datang ke café ini, terutama karena pencahayaan yang bagus, tempat yang luas dan sirkulasi udara yang baik. Pada café ini terkumpul 50 responden.

b) Kopi Nako BSD

Pada kesioner ini rata – rata responden berusia 21 – 30 tahun dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta yang datang ke *Coffee Shop* bertujuan untuk belajar ataupun bekerja atau biasa disebut *Work From Café*. Pada bagian metode penelitian, selain karena kenyamanan daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* juga dipengaruhi oleh kegiatan – kegiatan yang dapat dilakukan atau disediakan oleh *Coffee Shop* tersebut. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 5 Tabel kegiatan Kopi Nako BSD

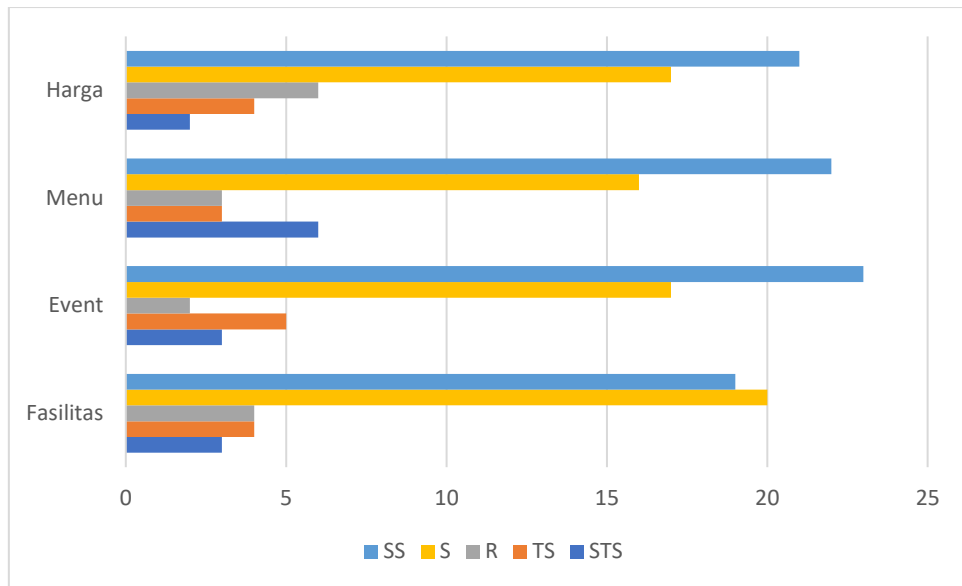
Keterangan :

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambar yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya merasa senang dengan.....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 2 dengan pernyataan “**Saya merasa senang dengan kelengkapan fasilitas café**”. Hasilnya adalah 4 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 3 responden memilih Tidak Setuju, 6 responden memilih Ragu, 19 responden memilih Setuju, dan 18 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

Lalu hasil yang didapatkan dari kesioner tersebut adalah, kenyamanan pengunjung yang datang ke kopi Nako BSD adalah karena keberagaman menu yang ditawarkan serta kecocokan harga. Hal tersebut membuat banyak nya pengunjung datang kembali ke *Coffee Shop* tersebut.

c) Kopi Livium

Pada kesioner ini rata – rata responden berusia 21 – 30 tahun dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta yang datang ke *Coffee Shop* bertujuan untuk belajar ataupun bekerja atau biasa disebut *Work From Café*. Pada bagian metode penelitian, selain karena kenyamanan daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* juga dipengaruhi oleh kegiatan – kegiatan yang dapat dilakukan atau disediakan oleh *Coffee Shop* tersebut. Hasil yang didapatkan sebagai berikut.



Tabel 6 Tabel kegiatan Kopi Livium

Keterangan :

- Tabel sebelah kiri adalah pertanyaan yang mengajukan gambaran yang terdapat pada metode penelitian untuk menunjukkan Gambaran café yang dinilai responden.
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya merasa senang dengan.....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 2 dengan pernyataan “**Saya merasa senang dengan kelengkapan fasilitas café**”. Hasilnya adalah 3 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 4 responden memilih Tidak Setuju, 4 responden memilih Ragu, 20 responden memilih Setuju, dan 19 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

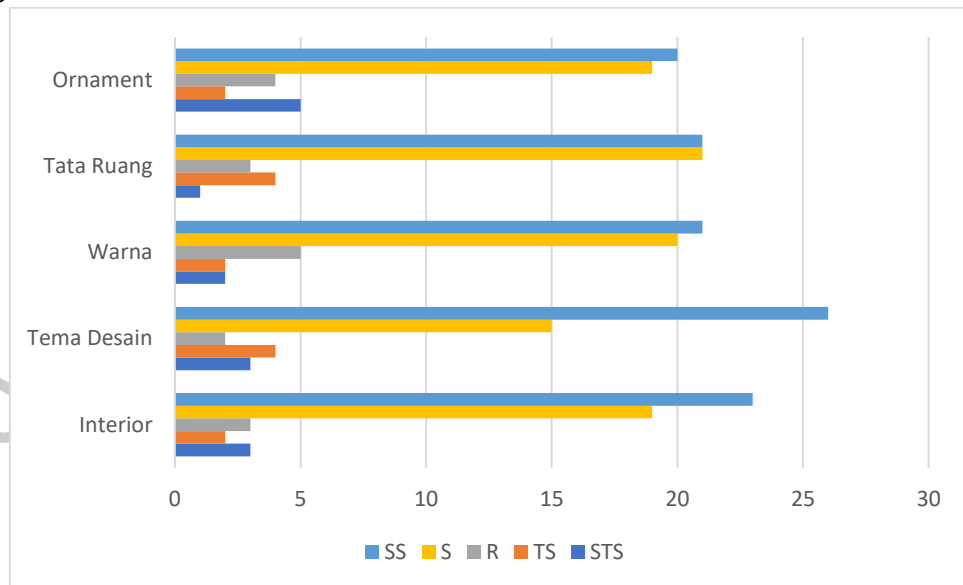
Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa kenyamanan pengunjung di kopi Livium terutama disebabkan oleh adanya berbagai acara yang sering diadakan di sana, mulai dari acara kecil hingga acara besar. Sebagai contoh, baru-baru ini Kota Tangerang Selatan (Tangsel Noice) menyelenggarakan sebuah acara di lokasi tersebut. Selain itu, kualitas menu yang disajikan di kopi Livium sangat baik dan bervariasi, sehingga pelanggan tidak merasa bosan untuk terus berkunjung.

4.2.3 Faktor – faktor Daya Tarik Desain Café Shop

Faktor daya tarik desain *Coffee Shop* sering kali menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Menurut Bitner (1992) “Dalam konsep *servicescape*, estetika visual seperti warna, pencahayaan, dan elemen dekoratif menciptakan suasana emosional yang berpengaruh pada persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan”. Desain *Coffee Shop* yang sukses menggabungkan elemen estetika, fungsionalitas, identitas merek, dan pengalaman emosional pelanggan untuk menciptakan ruang yang menarik, nyaman, dan relevan dengan tren modern.

a) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Dalam kuesioner ini, mayoritas responden berusia antara 21 hingga 30 tahun dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta. Mereka mengunjungi *Coffee Shop* terutama untuk belajar atau bekerja, yang sering disebut sebagai *Work From Café*. Pada bagian metode penelitian, selain kenyamanan, daya tarik sebuah *Coffee Shop* juga dipengaruhi oleh berbagai aktivitas yang dapat dilakukan atau disediakan di sana. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut.



Tabel 7 Tabel Daya Tarik Desain LatteBakehouse.co

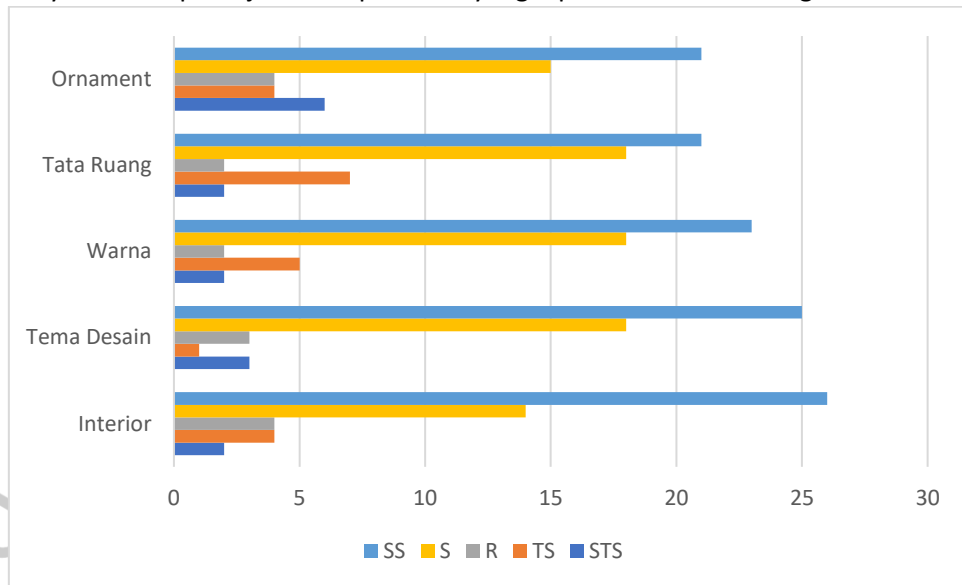
Keterangan :

- Tabel kiri adalah pertanyaan yang mengajukan Gambaran daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* mulai dari desain interior nya sampai ornament pendukung yang membuat daya Tarik sebuah *Coffee Shop* bertambah
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, "Saya sangat suka dengan...."
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 3 dengan pernyataan "**Saya sangat suka dengan desain interior yang Instagramable**". Hasilnya adalah 3 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 2 responden memilih Tidak Setuju, 3 responden memilih Ragu, 19 responden memilih Setuju, dan 23 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa desain interior yang estetik dan cocok untuk diunggah di media sosial, atau sering disebut *instagramable*, menjadi salah satu daya tarik utama bagi pengunjung untuk datang ke LatteBakehouse. Selain itu, tema desain unik yang diterapkan oleh kafe ini juga berperan sebagai faktor pendukung yang menambah daya tarik bagi para pelanggan.

b) Kopi Nako BSD

Dalam kuesioner ini, diperoleh 50 responden dengan rentang usia rata-rata 21 hingga 30 tahun. Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta dan memiliki kebiasaan mengunjungi *Coffee Shop* sebanyak 2 hingga 3 kali dalam seminggu, terutama untuk belajar atau menyelesaikan pekerjaan. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut



Tabel 8. Tabel Daya Tarik Desain Kopi Nako BSD

Keterangan :

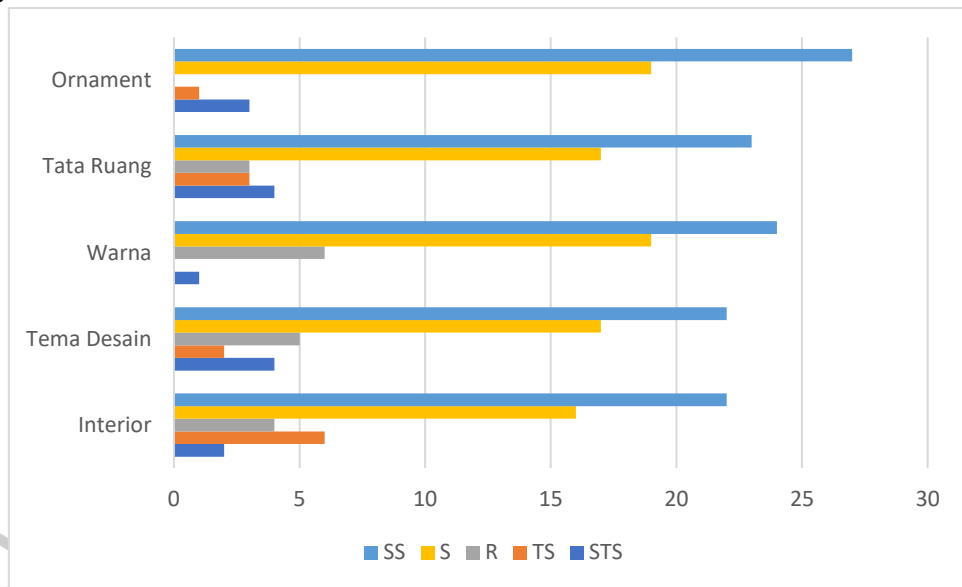
- Tabel kiri adalah pertanyaan yang mengajukan Gambaran daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* mulai dari desain interior nya sampai ornamen pendukung yang membuat daya Tarik sebuah *Coffee Shop* bertambah
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya sangat suka dengan....”
 STS : Sangat Tidak Setuju
 TS : Tidak Setuju
 R : Ragu
 S : Setuju
 SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 3 dengan pernyataan “**Saya sangat suka dengan desain interior yang Instagramable**”. Hasilnya adalah 2 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 4 responden memilih Tidak Setuju, 4 responden memilih Ragu, 14 responden memilih Setuju, dan 26 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa desain interior yang ditawarkan oleh Kopi Nako BSD menjadi salah satu daya tarik utama yang menarik pengunjung. Selain itu, pemilihan warna, pengaturan tata ruang, dan ornamen yang digunakan turut memberikan nilai estetika yang membuat pelanggan tertarik untuk datang ke sana. Kombinasi elemen-elemen ini menciptakan suasana yang unik dan menarik perhatian banyak orang.

c) Kopi Luvium

Dalam kuesioner ini, diperoleh 50 responden dengan rentang usia rata-rata 21 hingga 30 tahun. Mayoritas responden bekerja sebagai pegawai swasta dan memiliki kebiasaan mengunjungi *Coffee Shop* sebanyak 2 hingga 3 kali dalam seminggu, terutama untuk belajar

atau menyelesaikan pekerjaan, namun tidak jarang juga yang datang hanya untuk sekedar bertemu teman dan menghabiskan waktu santai nya. Adapun hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut



Tabel 9. Tabel Daya Tarik Desain Kopi Luvium

Keterangan :

- Tabel kiri adalah pertanyaan yang mengajukan Gambaran daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* mulai dari desain interior nya sampai ornamen pendukung yang membuat daya Tarik sebuah *Coffee Shop* bertambah
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, “Saya sangat suka dengan.....”
 - STS : Sangat Tidak Setuju
 - TS : Tidak Setuju
 - R : Ragu
 - S : Setuju
 - SS : Sangat Setuju
- Tabel tersebut dibaca sebagai berikut. Contohnya pada poin 3 dengan pernyataan “**Saya sangat suka dengan desain interior yang Instagramable**”. Hasilnya adalah 2 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 6 responden memilih Tidak Setuju, 4 responden memilih Ragu, 16 responden memilih Setuju, dan 22 responden memilih Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir.

Hasil kuesioner mengungkapkan bahwa Kopi Luvium menghadirkan desain interior yang *instagramable*, dilengkapi dengan ornamen-ornamen pendukung yang memperkuat daya tarik visualnya. Hal ini membuat banyak pengunjung tertarik untuk datang, tidak hanya untuk menghabiskan waktu luang tetapi juga untuk berfoto dan mengabadikan momen, berkat interior yang berhasil mencuri perhatian.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Penghitungan hasil menggunakan metode skala likert. Hal pertama yang dicari yaitu interval nilai. Interval nilai berfungsi untuk menentukan jarak antar kriteria dari Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju.

Interval = 100% / Jumlah Skor (Likert)

Maka = 100% / 5 = 20%

Hasil Interval = 20%

Berikut kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval:

- 0% - 19% = Sangat Tidak Setuju
- 20% - 39,99% = Tidak Setuju
- 40% - 59,99% = Ragu
- 60% - 79,99% = Setuju
- 80% - 100% = Sangat Setuju

Perhitungan untuk mencapai presentase akhir, pernyataan dihitung dengan:

STS : skor 1 S : skor 4

TS : skor 2 SS : skor 5

R : skor 3

Skor maksimum: 50 responden x 5 (SS) = 250

Skor maksimum: 50 responden x 1 (STS) = 50

Jadi rumus hasil perhitungannya adalah :

= (resp. STS x 1) + (resp. TS x 2) + (resp. R x 3) + (resp. S x 4) + (resp. SS x 5) = A

Hasil (A) kemudian dibagi skor maksimum, dan dikalikan 100% untuk mencari presentase rata – rata. Dirangkum sebagai berikut,

$$\frac{A}{100} \times 100\% = \dots \%$$

Presentase akhir inilah yang menilai jawaban responden termasuk dalam kategori Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju.

4.3.1 Faktor – faktor kenyamanan *Coffee Shop*

Berikut adalah hasil berdasarkan hitungan skala likert untuk mengetahui faktor – faktor kenyamanan *Coffee Shop* yang menjadi bahan penelitian

a) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kenyamanan sebagai berikut,

- STS : 2 responden
- TS : 1 responden
- R : 5 responden
- S : 12 responden
- SS : 30 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

= (2 x 1) + (1 x 2) + (5 x 3) + (12 x 4) + (30 x 5) Kemudian untuk mencari persentase

$$\frac{217}{250} \times 100\% = 86\%$$

b) *Coffee Shop* Kopi Nako BSD

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kenyamanan sebagai berikut,

- STS : 1 responden
- TS : 1 responden
- R : 3 responden
- S : 15 responden
- SS : 30 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (1 \times 1) + (1 \times 2) + (3 \times 3) + (15 \times 4) + (30 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{222}{250} \times 100\% = 88\%$$

c) *Coffee Shop* Kopi Nako BSD

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kenyamanan sebagai berikut,

- STS : 6 responden
- TS : 0 responden
- R : 6 responden
- S : 13 responden
- SS : 25 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (6 \times 1) + (0 \times 2) + (6 \times 3) + (13 \times 4) + (25 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{201}{250} \times 100\% = 80\%$$

4.3.2 Faktor – faktor kegiatan *Coffee Shop*

Berikut adalah hasil berdasarkan hitungan skala likert untuk mengetahui faktor – faktor kenyamanan *Coffee Shop* yang menjadi bahan penelitian

a) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kegiatan sebagai berikut,

- STS : 1 responden
- TS : 3 responden
- R : 1 responden
- S : 17 responden
- SS : 28 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (1 \times 1) + (3 \times 2) + (1 \times 3) + (17 \times 4) + (28 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{218}{250} \times 100\% = 87\%$$

b) *Coffee Shop* Kopi Nako BSD

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kegiatan sebagai berikut,

- STS : 3 responden
- TS : 0 responden
- R : 4 responden
- S : 14 responden
- SS : 29 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (3 \times 1) + (0 \times 2) + (4 \times 3) + (14 \times 4) + (29 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{216}{250} \times 100\% = 86\%$$

c) *Coffee Shop* Kopi Nako BSD

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang kegiatan sebagai berikut,

- STS : 3 responden
- TS : 5 responden
- R : 2 responden
- S : 17 responden
- SS : 23 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (3 \times 1) + (5 \times 2) + (2 \times 3) + (17 \times 4) + (23 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{202}{250} \times 100\% = 80\%$$

4.3.3 Faktor – faktor daya Tarik desain *Coffee Shop*

Berikut adalah hasil berdasarkan hitungan skala likert untuk mengetahui faktor – faktor daya Tarik desain *Coffee Shop* yang menjadi bahan penelitian

A) *Coffee Shop* LatteBakehouse.co

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang daya tarik desain sebagai berikut,

- STS : 3 responden
- TS : 4 responden
- R : 2 responden
- S : 15 responden
- SS : 26 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (3 \times 1) + (4 \times 2) + (2 \times 3) + (15 \times 4) + (26 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{207}{250} \times 100\% = 82\%$$

B) *Coffee Shop LatteBakehouse.co*

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang daya tarik desain sebagai berikut,

- STS : 3 responden
- TS : 1 responden
- R : 3 responden
- S : 18 responden
- SS : 25 responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (3 \times 1) + (1 \times 2) + (3 \times 3) + (18 \times 4) + (25 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{211}{250} \times 100\% = 84\%$$

C) *Coffee Shop LatteBakehouse.co*

Berdasarkan hitungan skala likert, hasil yang diperoleh dalam poin pertama tentang daya tarik desain sebagai berikut,

- STS : 3 Responden
- TS : 1 Responden
- R : 0 Responden
- S : 19 Responden
- SS : 27 Responden

Jika dihitung, akan menghasilkan:

$$= (3 \times 1) + (1 \times 2) + (0 \times 3) + (19 \times 4) + (27 \times 5) \text{ Kemudian untuk mencari persentase}$$

$$\frac{216}{250} \times 100\% = 84\%$$

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian skala likert

Berikut kriteria interpretasi skor berdasarkan interval :

0% – 19 % = Sangat Tidak Nyaman

20% – 39 % = Kurang Nyaman

40% – 59 % = Cukup

60% – 79 % = Nyaman

80% – 100% = Sangat Nyaman

Nilai ini sebagai skala kenyamanan dari hasil rumus skala likert Perhitungan untuk mencapai persentase akhir, pernyataan ini

	Lattebake House	Kopi Nako	Kopiluvuw
Kebersihan	86%	88%	80%
Kebisingan	83%	75%	82%
Luas Tempat	78%	84%	86%
Pencahayaan	77%	81%	82%
Suhu	84%	81%	77%
Keamanan	78%	82%	78%
Lokasi	81%	85%	84%

Sirkulasi	84%	78%	84%
-----------	-----	------------	------------

Tabel 10. Tabel Pembahasan Hasil Penelitian skala likert

Sesuai interval, hasil dari nilai responden yang sudah di jumlahkan dengan metode skala likert dengan nilai yang paling besar adalah nilai factor dari kebersihan yaitu mempunyai nilai rata-rata 84% termasuk dalam kategori Sangat Nyaman (80%-100%). Perhitungan tersebut berlanjut sampai dengan poin ke 8 poin tersebut. Hasil dari ke 8 poin tersebut bisa untuk menilai seberapa nyaman ke 3 *Coffee Shop* Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Kebersihan, Kebisingan, Luas Tempat, Pencahayaan, Suhu, Keamanan, Lokasi, Sirkulasi.

	Lattebake House	Kopi Nako	Kopiluvuw
Fasilitas	87%	77%	79%
Event	81%	71%	80%
Menu	82%	78%	78%
Harga	75%	86%	80%

Tabel 11. Tabel Pembahasan Hasil Penelitian skala likert

Sesuai interval, hasil dari nilai responden yang sudah di jumlahkan dengan metode skala likert dengan nilai yang paling besar adalah nilai factor dari fasilitas yaitu mempunyai nilai rata-rata 81% termasuk dalam kategori Sangat Nyaman (80%-100%). Perhitungan tersebut berdasarkan nilai rata-rata poin ke 4 poin tersebut. Hasil dari ke 4 poin tersebut bisa untuk menilai seberapa nyaman ke 3 *Coffee Shop* Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Fasilitas, Event, Menu, Harga.

	Lattebake House	Kopi Nako	Kopiluvuw
Interior	82%	83%	80%
Tema Desain	82%	84%	80%
Warna	82%	82%	86%
Tata Ruang	82%	79%	80%
Ornament	78%	76%	86%

Tabel 12. Tabel Pembahasan Hasil Penelitian skala likert

Sesuai interval, hasil dari nilai responden yang sudah di jumlahkan dengan metode skala likert dengan nilai yang paling besar adalah nilai faktor dari fasilitas yaitu mempunyai nilai rata-rata 83% termasuk dalam kategori Sangat Nyaman (80%-100%). Perhitungan tersebut berdasarkan nilai rata-rata poin ke 5 point tersebut. Hasil dari ke 5 poin tersebut bisa untuk menilai seberapa nyaman ke 3 *Coffee Shop* Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Interior, Tema Desain, Warna, Tata Ruang, Ornament.