

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

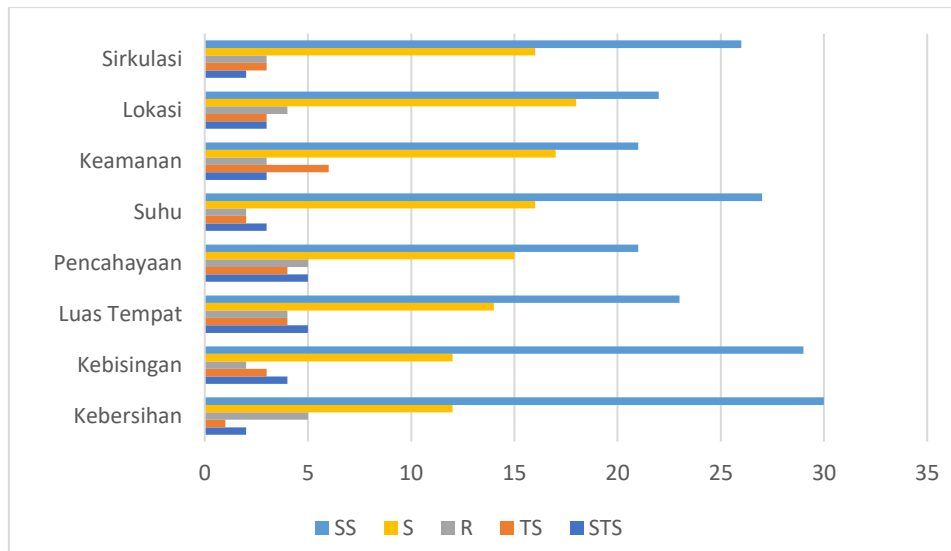
Objek penelitian ini difokuskan pada kenyamanan aktivitas pengunjung di *Coffee Shop* bertema semi-outdoor, dengan perhatian utama pada preferensi mereka terkait kenyamanan. Fokus penelitian mencakup pengunjung sebagai pelaku aktivitas di *Coffee Shop*, dengan tujuan untuk menganalisis pola aktivitas 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

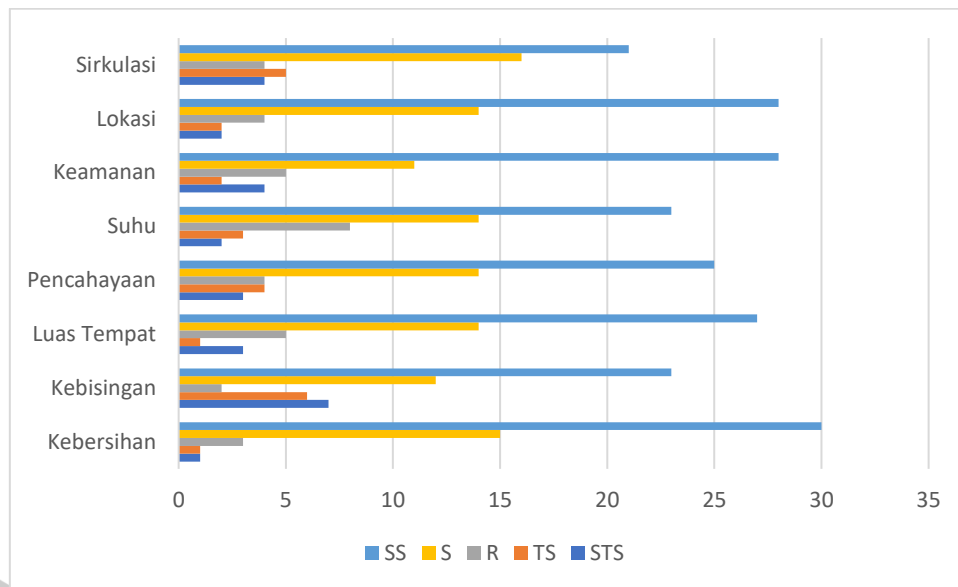
Keterangan:

- 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

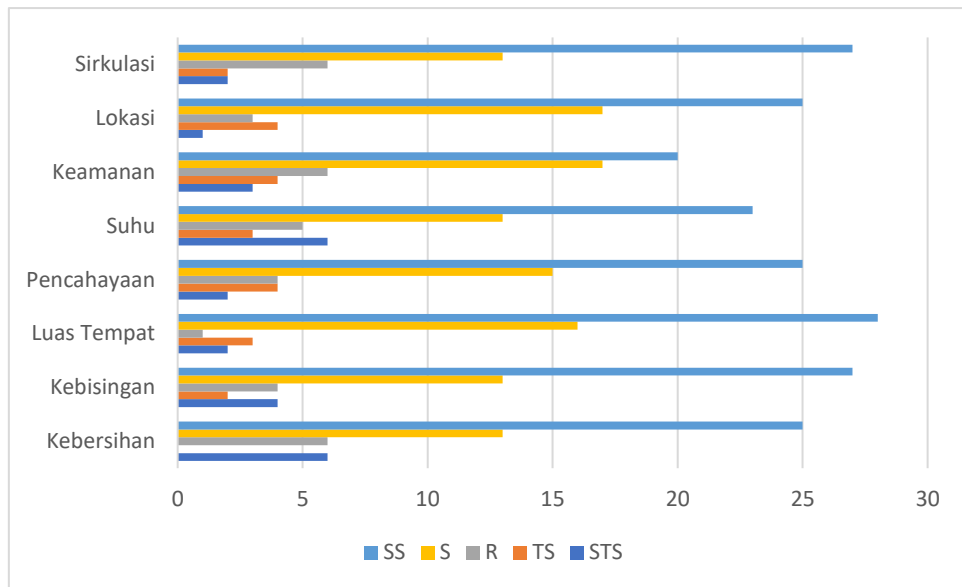
Keterangan:

- 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.

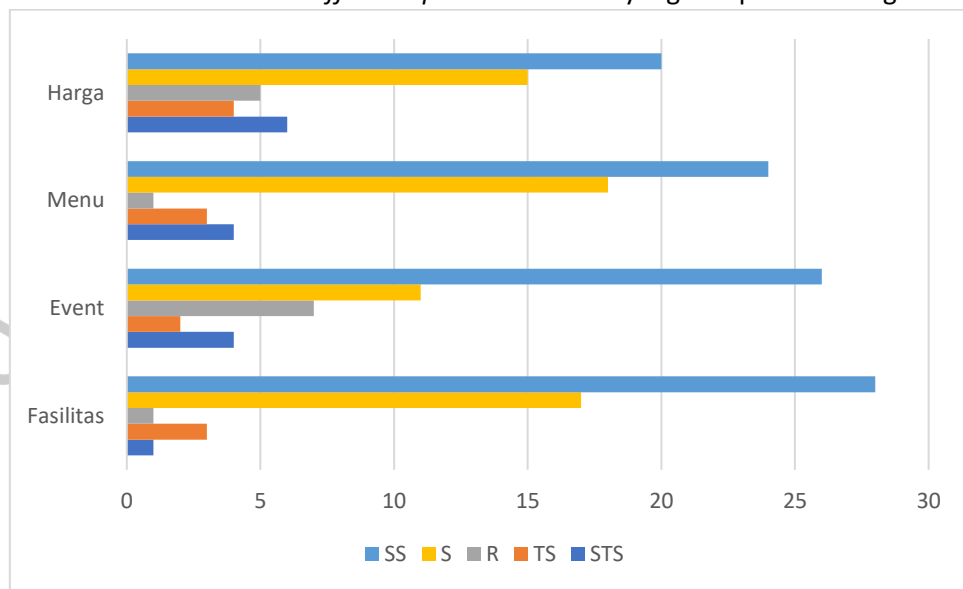
4.2.2 Faktor – faktor kegiatan di *Coffee Shop*

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

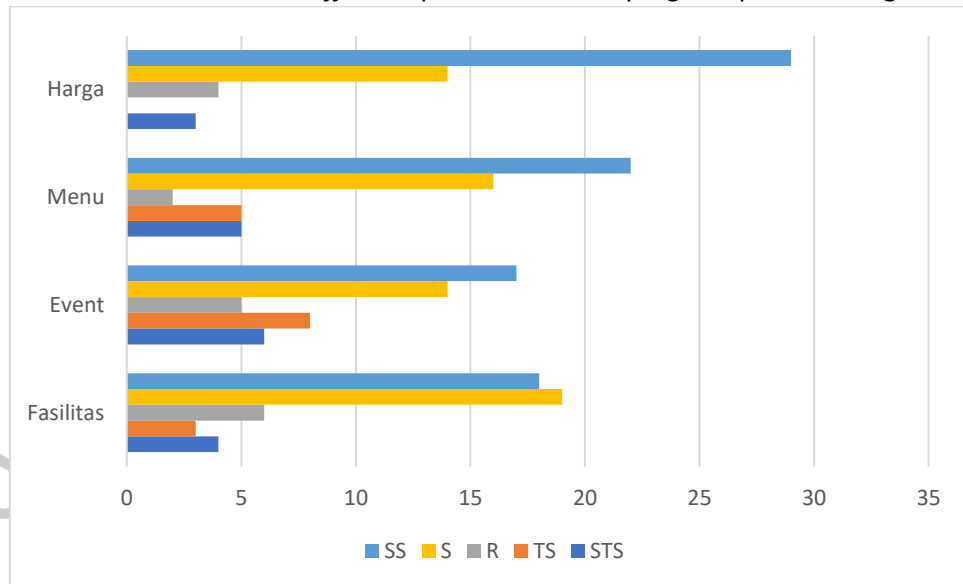
Keterangan:

- 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

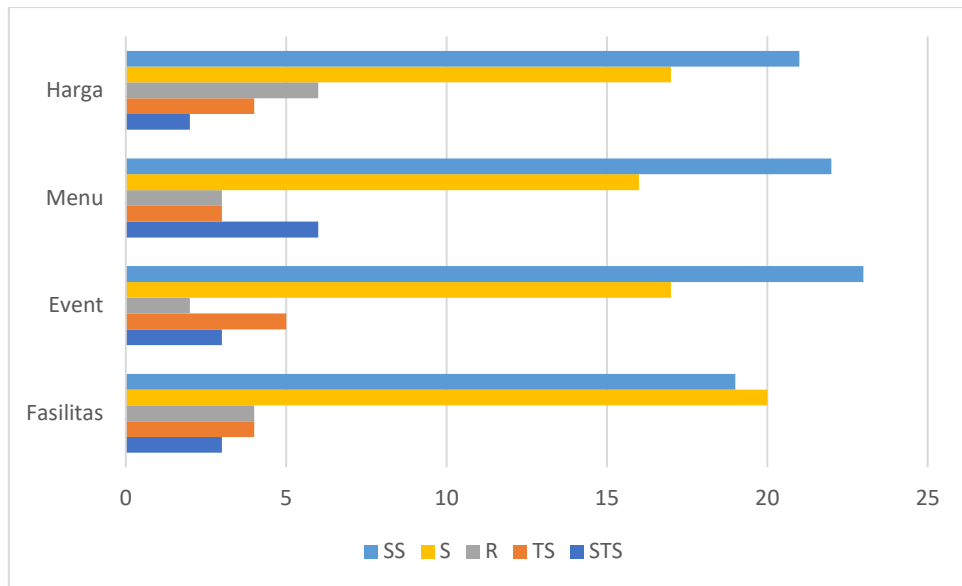
Keterangan :

- 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.

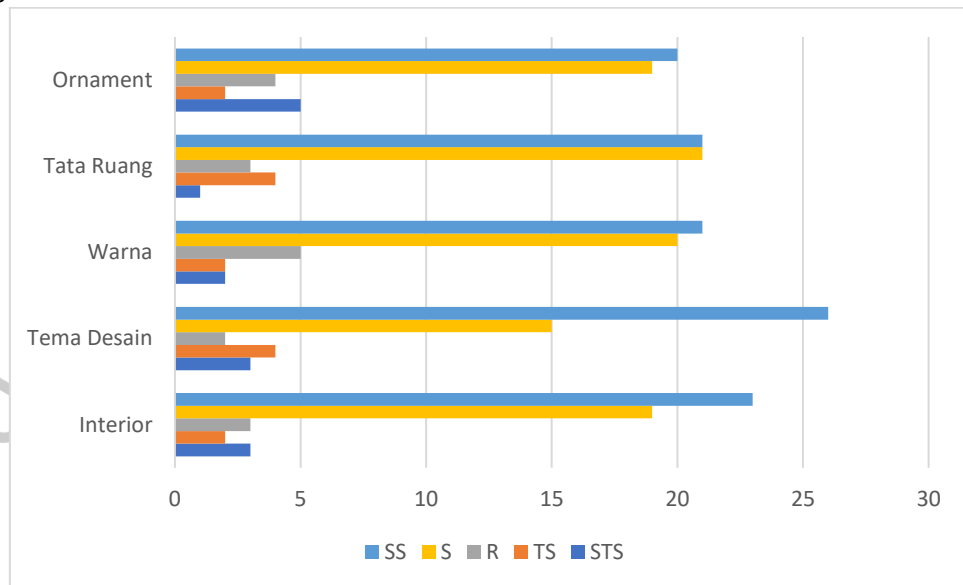
Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa kenyamanan pengunjung di kopi Livium terutama disebabkan oleh adanya berbagai acara yang sering diadakan di sana, mulai dari acara kecil hingga acara besar. Sebagai contoh, baru-baru ini Kota Tangerang Selatan (Tangsel Noice) menyelenggarakan sebuah acara di lokasi 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

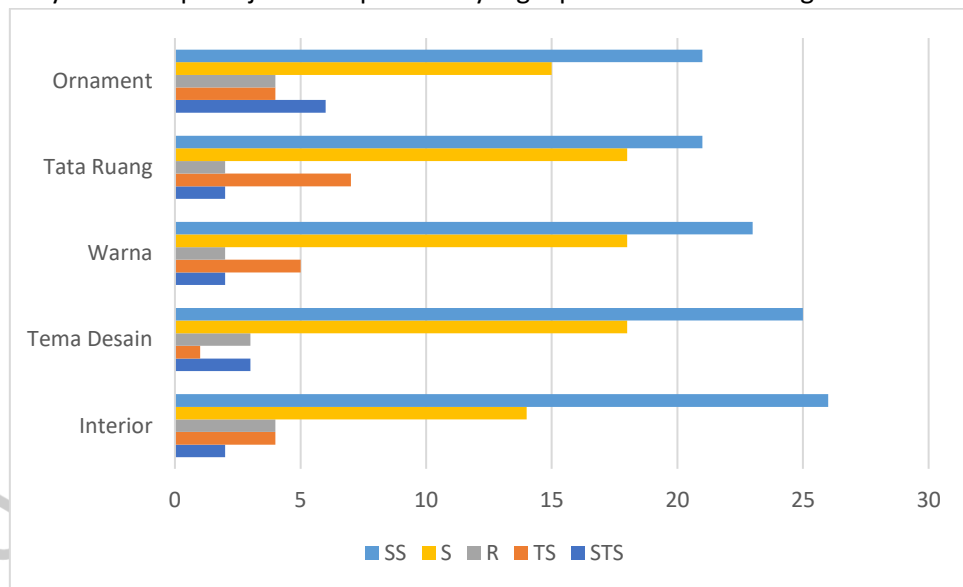
Keterangan :

- 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 :

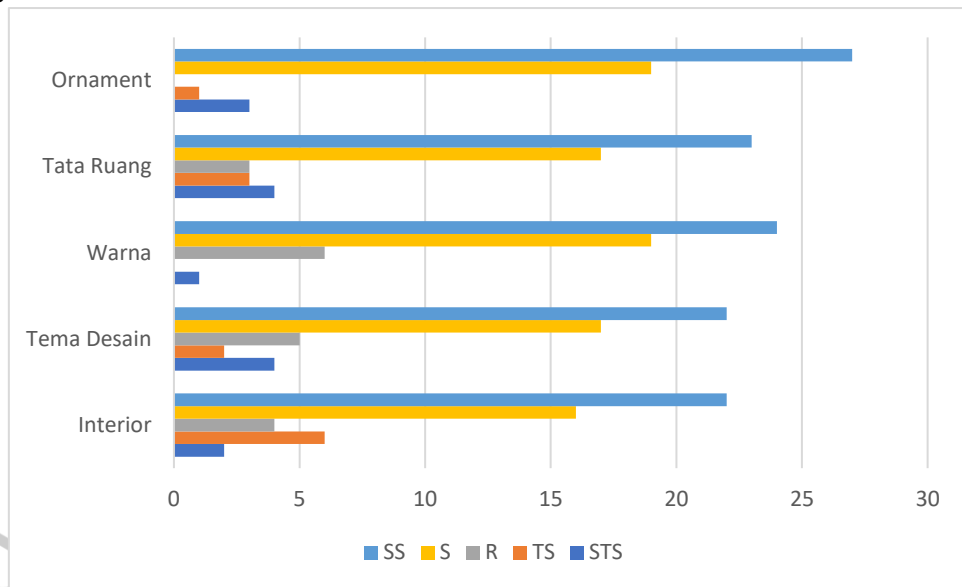
- Tabel kiri adalah pertanyaan yang mengajukan Gambaran daya Tarik dari sebuah *Coffee Shop* mulai dari desain interior nya sampai ornamen pendukung yang membuat daya Tarik sebuah *Coffee Shop* bertambah
- Tabel sebelah kanan merupakan penilaian menggunakan skala likert dengan acuan, "Saya sangat suka 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 nyaberdasarkan 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.