



6.82%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 7 FEB 2025, 5:44 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL	● CHANGED TEXT	● QUOTES
0.93%	5.88%	0.09%

Report #24708607

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Kota Tangerang Selatan, berada di Provinsi Banten, telah mengalami perkembangan pesat sebagai pusat kegiatan ekonomi dan sosial di kawasan Jabodetabek. Pertumbuhan jumlah penduduk dan urbanisasi yang semakin masif mendorong meningkatnya kebutuhan berbagai layanan, termasuk sektor kuliner. Salah satu tren yang semakin menonjol adalah popularitas Coffee Shop di tengah masyarakat. Menjadi salah satu negara dengan produksi biji kopi berkualitas di dunia, Indonesia memiliki tradisi minum kopi yang telah menjadi bagian integral dari budaya nasional. 7 Banyak wilayah di Indonesia, seperti Aceh, Lampung, Medan, Jawa, Ternate, Sulawesi, hingga Flores, terkenal sebagai produsen kopi unggulan. Bahkan, keunikan rasa kopi Indonesia pernah dikenal di Eropa melalui istilah “Java.” Kebiasaan menikmati kopi telah merambah lintas generasi, dari remaja hingga lansia. Bagi sebagian besar masyarakat, kopi bukan sekadar minuman, melainkan telah menjadi elemen penting dalam gaya hidup dan aktivitas sehari-hari mereka. (Elly Herlyana, 2020). Kedai kopi merupakan tempat yang menyajikan beragam pilihan kopi serta minuman non-alkohol yang lain di situasi yang nyaman dan santai. Dengan desain interior yang unik dan estetis, ditambah alunan musik yang beragam, baik dari rekaman maupun pertunjukan langsung, kedai kopi menawarkan pengalaman berkunjung yang menyenangkan. Pelayanan yang hangat serta fasilitas tambahan seperti akses Wi-Fi menjadi daya tarik yang banyak

diapresiasi pelanggan. Saat ini, fungsi kedai kopi tidak hanya sebatas tempat menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk bekerja, berfoto, berkumpul dengan teman, atau bahkan menyaksikan acara musik. Kopi jadi bagian penting dari pola hidup modern, di mana orang-orang datang ke kedai kopi tidak sekadar merasakan rasa kopi berkualitas, namun bersantai bersama keluarga dan kerabat. Untuk menjaga keberlangsungan bisnis, kedai kopi perlu memastikan kebersihan, meningkatkan kualitas layanan, dan menawarkan promosi yang menarik. Strategi ini bertujuan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan sekaligus memperkuat posisi dalam persaingan industri. Kebersihan pangan merupakan faktor penting yang harus dijaga untuk memastikan makanan terbebas dari kontaminasi bakteri, aman dikonsumsi, dan tidak membahayakan kesehatan. Oleh karena itu, perusahaan di bidang makanan dan minuman perlu menerapkan standar kebersihan yang ketat untuk menjamin kepuasan pelanggan. Sementara itu, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah pedesaan sekaligus mengurangi angka kemiskinan. Untuk mewujudkan hal tersebut, UKM perlu mengambil langkah-langkah yang spesifik guna meningkatkan produktivitas mereka. **8 Dengan peningkatan kapasitas UKM, diharapkan pendapatan masyarakat dapat bertambah, sekaligus mendukung upaya pengentasan kemiskinan.** Dalam beberapa tahun terakhir, Coffee Shop telah mengalami lonjakan popularitas di berbagai daerah di Indonesia. Tempat-tempat ini kini jadi bagian tak terpecahkan dari pola hidup masyarakat urban, khususnya di kota-kota besar. Peran Coffee Shop tidak lagi terbatas sebagai lokasi untuk menikmati dan membeli kopi, tetapi telah bertransformasi menjadi ruang sosial serbaguna yang menghadirkan beragam pengalaman bagi para pengunjungnya. Pengunjung Coffee Shop kini tidak sekadar datang guna merasakan kopi, namun menjadikan tempat ini sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, belajar, bersantai, atau sekadar menikmati atmosfer yang ditawarkan. Kenyamanan yang dihadirkan oleh Coffee Shop telah mendorong tren yang semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda dan para pekerja. Perubahan gaya hidup

masyarakat modern yang lebih aktif, ditambah dengan meningkatnya kebutuhan akan ruang publik yang nyaman dengan desain yang estetis dan menarik, menjadi faktor utama di balik fenomena ini. Penelitian ini berfokus pada analisis pengaruh aktivitas pengunjung terhadap tingkat kenyamanan Coffee Shop bertema semi- outdoor di Tangerang Selatan, dengan studi kasus di beberapa lokasi di wilayah tersebut. Kajian ini menyoroti bagaimana pengunjung berinteraksi dengan berbagai area di dalam Coffee Shop serta aktivitas yang mereka lakukan di setiap tempat. Untuk memperoleh data, penulis menggunakan metode survei kuantitatif dengan melibatkan responden dari kalangan pengunjung Coffee Shop . Survei ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai tingkat kenyamanan, konsep desain, dan kualitas tempat yang ditawarkan Coffee Shop di Tangerang Selatan. Melalui pendekatan ini, penulis dapat dengan mudah mengamati dan mencatat bagaimana pengunjung memanfaatkan berbagai area di dalam Coffee Shop serta aktivitas yang mereka lakukan di setiap lokasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami preferensi aktivitas pengunjung dalam konteks Coffee Shop bertema semi-outdoor. Tujuan utama dari penelitian ini adalah memberikan wawasan mendalam tentang pengaturan konsep yang efisien dan optimal dalam desain Coffee Shop , serta dampaknya terhadap pengalaman pengunjung. 6 Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai pentingnya pengaturan konsep yang tepat untuk Coffee Shop semi-outdoor. Penelitian diharapkan mampu memberi panduan berguna untuk pemilik dan pengelola Coffee Shop dalam menciptakan ruang yang mendukung kenyamanan serta kepuasan para pengunjung. Temuan penelitian diharapkan berkontribusi pada pengembangan konsep Coffee Shop yang lebih inovatif dan optimal di kawasan Tangerang Selatan. 1.2. Rumusan Masalah Penelitian ini membahas masalah mengenai penerapan konsep Coffee Shop yang bertema semi-outdoor di Daerah Tangerang Selatan

Pertanyaan yang akan diteliti dapat dirumuskan berdasarkan masalah tersebut, yaitu: - Apa saja faktor-faktor utama yang paling berpengaruh terhadap preferensi pengunjung pada Coffee Shop bertema semi-outdoor di

Tangerang Selatan. 1.2. Tujuan Penelitian Analisis faktor-faktor desain yang mempengaruhi preferensi pengunjung di Coffee Shop bertema semi-outdoor di Tangerang Selatan, dengan fokus pada faktor-faktor seperti tempat, peristiwa, tingkat kebisingan, suhu, pencahayaan, konsep, dan desain pada Coffee Shop, serta bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pengunjung dalam memilih dan menikmati Coffee Shop.

1.4. Manfaat Penelitian Penelitian dengan tujuan mengupas lebih dalam mengenai pengaruh aktivitas pengunjung terhadap konsep desain Coffee Shop semi terbuka di Tangerang Selatan. Studi ini akan menggunakan beberapa lokasi sebagai kasus, yaitu Berselesa Coffee and Eatery, LatteBakehouse. co, Sakuta Coffee, dan Kopi Nako (BSD), serta kopiluvium. Penulis berharap temuan penelitian mampu memberi informasi berharga dalam berbagai pemangku kepentingan, di antaranya:

1. Peneliti Penelitian diharapkan mampu memberi pengetahuan dan wawasan baru tentang hubungan antara aktivitas pengunjung dan konsep desain di Coffee Shop semi outdoor di Tangerang Selatan.
2. Pengelola Peneliti juga berharap hasil studi ini akan memperkaya pengetahuan pengelola tentang pola aktivitas pengunjung serta dampaknya terhadap konsep desain Coffee Shop semi outdoor.
3. Perancang Penelitian ini diharapkan dapat memberikan Gambaran atau rekomendasi dalam merancang Coffee Shop bertema semi-outdoor yang berada di daerah Tangerang Selatan yang baik bagi pengunjung.

1.5. Sistematika Penulisan Penyusunan sistematika dengan tujuan memandu penulis dalam merancang alur Kerangka pemikiran, termasuk dalam berbagai aspek yang terkait.:

BAB I PENDAHULUAN Peneliti mengangkat berbagai elemen penting, seperti situasi awal, identifikasi masalah, tujuan, manfaat. Bagian latar belakang bertujuan memberikan gambaran umum mengenai topik yang diteliti, dengan memperhatikan aspek-aspek penting dalam merancang ruang yang sesuai dengan preferensi pengunjung Coffee Shop. Rumusan masalah akan menguraikan isu-isu utama yang menjadi fokus penelitian, dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan yang relevan. Ruang lingkup penelitian ini menjelaskan batasan-batasan yang ditetapkan oleh penulis dalam menganalisis faktor-faktor utama yang

memengaruhi preferensi pengunjung terhadap Coffee Shop bertema semi-outdoor di Tangerang Selatan, yang menjadi objek penelitian. Selain itu, penulis akan membahas manfaat penelitian ini serta tujuan yang ingin dicapai, yang diharapkan dapat menjadi referensi bermanfaat bagi desainer dalam merancang Coffee Shop bertema semi-outdoor. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Peneliti memaparkan pedoman penelitian beserta berbagai referensi yang meliputi buku-buku dasar, teori, dan informasi relevan. Tinjauan pustaka yang disajikan bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi preferensi pengunjung terhadap Coffee Shop bertema semi-outdoor, sesuai dengan topik yang telah dibahas sebelumnya. Melalui tinjauan pustaka ini, peneliti berupaya memperkuat argumen penelitian sekaligus memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks topik yang menjadi fokus kajian, dengan menempatkan diri dalam kerangka tersebut. 5 BAB III

METODE PENELITIAN Penelitian dengan tujuan menjelaskan metode dan langkah-langkah digunakan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kajian ini secara mendalam menganalisis faktor-faktor utama yang memengaruhi preferensi pengunjung terhadap Coffee Shop dengan tema semi-outdoor. Selain itu, penelitian ini juga mendalami alasan dipilihnya Coffee Shop bertema serupa di Tangerang Selatan sebagai objek studi. Fokus utama pada penelitian ialah mengambil data dan informasi relevan berkaitan dengan aktivitas pengunjung di Coffee Shop sebagai destinasi wisata. Dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan pengunjung, kemudian dianalisis secara sistematis. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan observasi langsung di lokasi penelitian dalam memperoleh pandangan lebih komprehensif. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti mengolah, menganalisis data, informasi didapat dari penelitian kuantitatif terhadap pengunjung Coffee Shop . Data yang dikumpulkan meliputi dokumentasi, hasil analisis, serta pengisian kuesioner oleh responden, yang akan berfungsi sebagai dukungan dalam pembahasan. Peneliti akan menjelaskan data dan informasi ini dengan mengaitkannya pada faktor-faktor yang merepresentasikan hubungan antara preferensi dan aktivitas

pengunjung di Coffee Shop bertema semi-outdoor di Tangerang Selatan. BAB V PENUTUP Penulis menyajikan ringkasan hasil diperoleh dari responden yang mengisi kuesioner, khususnya oleh para pengunjung Coffee Shop . Selain itu, penulis juga akan merangkum seluruh rangkaian penelitian berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya. Kesimpulan ini akan disampaikan secara komprehensif, mencerminkan temuan utama dari penelitian ini. Di akhir bab, penulis memberi beberapa saran yang mampu menjadi acuan untuk penelitian di masa mendatang, dengan harapan dapat memperluas atau memperdalam kajian yang berkaitan. **16** BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1. Kajian Teori 2.1.1 Coffee Shop Coffee Shop yaitu tempat yang menyajikan beragam jenis kopi, minuman, makanan dalam suasana yang nyaman dan menyenangkan. Biasanya, tempat ini juga menawarkan musik, baik dari rekaman maupun pertunjukan langsung, layanan yang ramah, serta akses internet gratis untuk pengunjung. Sejak akhir tahun 1990-an, popularitas kopi kembali meningkat, diikuti oleh pertumbuhan jumlah kedai kopi. Pada awalnya, kedai kopi hanya berfungsi sebagai tempat menjual kopi, tetapi kini telah berkembang menjadi ruang yang menghadirkan pengalaman lebih, dengan suasana dibentuk agar memberi kenyamanan juga kepuasan untuk para pengunjung. (Herlyana, 2012). Budaya minum kopi saat ini telah menjelma menjadi tren yang sangat digemari di berbagai lapisan masyarakat, terutama di kalangan remaja dan dewasa. **3 4** Menurut laporan dari National Coffee Association pada tahun 2011, konsumsi kopi harian di kalangan usia 18 hingga 24 tahun melonjak dari 13% menjadi 36% (Assegaf, Tseng, dan Mamruca, 2021). Pertumbuhan pesat Coffee Shop sangat terkait dengan kehidupan perkotaan, yang menawarkan beragam pilihan hiburan bagi individu yang mencari kesenangan. Tempat-tempat tersebut kini menjadi lokasi pertemuan yang sangat diminati. **3** Sebuah artikel di majalah remaja Seventeen juga menyoroti bahwa tren minum kopi begitu kuat di kalangan anak muda di Indonesia (Herlyana, 2012). 2.1.2. Desain Eksterior dan Pengalaman Pengunjung Desain eksterior adalah proses merancang dan mengatur tata letak sebuah ruang untuk memastikan kenyamanan dan efisiensi dalam mendukung aktivitas pengguna (Dodsworth,

2009). Ilmu ini berfokus pada perancangan karya seni yang diaplikasikan pada bangunan, dengan tujuan utama mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi manusia. Sebagai salah satu cabang ilmu desain, desain eksterior bertujuan menciptakan lingkungan ruang yang optimal, dilengkapi dengan elemen-elemen pendukung, baik fisik maupun nonfisik, guna meningkatkan kualitas hidup pengguna. Proses perancangan ini juga mencakup aspek arsitektur yang terkait dengan bagian luar sebuah bangunan. Ketertarikan seseorang terhadap suatu objek kerap kali terlihat lebih mencolok ketika objek tersebut sejalan dengan tujuan serta memenuhi keinginan dan kebutuhan individu. Minat merupakan kombinasi antara hasrat dan kemauan yang dapat berkembang dengan adanya motivasi yang tepat. Secara mendasar, minat mencerminkan bagaimana individu menerima dan berinteraksi dengan elemen-elemen di sekitarnya. Peran minat sangat signifikan dalam menentukan keberhasilan seseorang di tempat kerja, posisi, atau jalur karier yang dipilih. Ketika individu tidak mempunyai minat pada pekerjaan, besar kemungkinan mereka akan mengalami kesulitan dalam menjalankannya dengan baik. Dalam konteks ini, minat dapat dipahami sebagai rasa suka atau tidak suka yang dimiliki seseorang terhadap objek tertentu.

2.1.3. Pola Aktivitas Pengunjung Merujuk Ghel (1987) pada buku *Life Between Buildings: Using Public Space*, kegiatan yang terjadi di ruang publik dikategorikan jadi tiga kategori utama:

1. **Aktivitas Wajib (Necessary Activities)** Ini mencakup kegiatan harus dilakukan oleh seseorang, seperti bekerja, berbelanja, atau memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kegiatan ini biasanya bersifat rutin dan tidak terlalu dipengaruhi oleh kondisi lingkungan di sekitarnya.
2. **Aktivitas Pilihan (Optional Activities)** Berbeda dari aktivitas wajib, aktivitas pilihan dilakukan berdasarkan keinginan individu dan biasanya terjadi ketika kondisi lingkungan mendukung. Contohnya meliputi berjalan-jalan, bersantai, atau menikmati suasana di ruang publik.
3. **Aktivitas Sosial (Social Activities)** Aktivitas sosial mengaitkan interaksi antarindividu, berupa berbicara, bermain, atau mengikuti acara tertentu. Kegiatan ini sering kali muncul

sebagai hasil dari adanya aktivitas lain dan membutuhkan ruang yang mendukung terciptanya hubungan sosial. Pola aktivitas ini dapat diidentifikasi melalui pengamatan terhadap perilaku dan pergerakan orang di suatu ruang. Proses ini mencakup analisis faktor-faktor yang memengaruhi preferensi pengunjung, di mana hasilnya berperan penting dalam menentukan pembagian zona dalam perancangan ruang. Pola kegiatan tersebut dipengaruhi berbagai faktor utama, mencakup karakteristik ruang, profil seseorang menggunakannya, waktu pelaksanaan kegiatan. (Oktaviani, 2021), 2.1.4. Preferensi Konsumen Preferensi konsumen terhadap merek atau produk terbuat melewati proses evaluasi terhadap beragam pilihan yang tersedia. Secara umum, preferensi mengacu pada kecenderungan individu untuk memilih sesuatu, yang dipengaruhi beragam faktor, baik internal ataupun eksternal. Faktor ini menjalankan fungsi utama untuk memengaruhi keputusan konsumen untuk menerima atau menolak suatu merek, bergantung pada sejauh mana mereka memahami dan merespons rangsangan yang diterima. Respon konsumen terhadap stimulus dipengaruhi oleh sejumlah variabel, seperti kualitas produk, karakteristik fisik, harga, desain kemasan, merek, serta strategi promosi, termasuk iklan yang disampaikan melalui media cetak dan televisi (Schiffman dan Kanuk, 2008). 2.1.5. konsep Semi-outdoor Konsep semi-outdoor merujuk pada ruang yang menghubungkan area dalam dan luar, menciptakan lingkungan yang memungkinkan aktivitas yang menyenangkan. Dalam desain bangunan komersial ini, digunakan pendekatan arsitektur hijau yang melibatkan prinsip-prinsip seperti memperhatikan kenyamanan pengguna, efisiensi energi, kesesuaian dengan iklim, penghormatan terhadap lokasi, pembatasan penggunaan sumber daya baru, serta pendekatan yang holistik. Prinsip-prinsip yang diterapkan di lokasi meliputi penghematan energi dengan memanfaatkan cahaya matahari sebagai sumber cahaya alami dan penerapan sirkulasi udara alami. Penyesuaian terhadap iklim dilakukan melalui orientasi bangunan yang menghadap ke utara dan penggunaan vegetasi yang disesuaikan dengan kondisi lingkunganAsekitar. 2.1.6. Faktor pilihan pengunjung Kebetahan, sebagai respons psikologis manusia terhadap lingkungannya, menjadi

elemen krusial yang perlu diperhatikan dalam perancangan berbagai jenis bangunan, seperti rumah, Coffee Shop, restoran, rumah sakit, dan lainnya. Istilah ini menggambarkan bagaimana seseorang merespons kualitas suatu ruang atau tempat. Kebetahan dipahami sebagai keadaan yang terbentuk pada interaksi manusia juga ruang, di mana interaksi tersebut dapat menghasilkan dampak positif maupun negatif. Perasaan kebetahan tercermin dalam cara individu berinteraksi dengan ruang yang ada. Dalam konteks arsitektur, kebetahan merepresentasikan respons manusia terhadap ruang-ruang yang dirancang, dengan harapan bahwa desain yang baik mampu menciptakan pengalaman positif (Rachman R. A. dan Kusuma, H. E., 2014). Keselesaan juga mencerminkan kondisi psikologis pengguna, yang terlihat melalui perasaan nyaman dan senang saat berada di suatu tempat. Hal ini dapat diukur dari lamanya seseorang tinggal, rencana penggunaan ruang yang dibuat, serta tingkat kepuasan terhadap tempat tersebut. Dalam konteks Coffee Shop, kebetahan pengunjung menunjukkan keadaan psikologisnya, di mana ia merasa nyaman, puas, dan senang dengan suasana serta fasilitas yang disediakan. Akibatnya, tanpa sadar, pengunjung akan menghabiskan lebih banyak waktu (Farasa, N. dan Kusuma, H. E., 2015).

2.1.7. Faktor Elemen Desain Interior Setiap usaha kreatif memiliki kriteria tertentu yang menentukan sejauh mana keberhasilannya. 2 Dalam konteks studi desain interior, sebuah karya dinyatakan berhasil apabila memenuhi tiga aspek penting: 1. Kesesuaian Fungsi Fungsi dapat diartikan sebagai tujuan atau spesifikasi yang ingin dicapai melalui suatu desain, menjawab pertanyaan mendasar: 1 "Apa yang ingin dicapai oleh desain ini 2 Dalam ranah desain, terdapat konsep 1 "bentuk mengikuti fungsi, 2 yang diperkenalkan oleh Louis Sullivan pada tahun 1896. Prinsip ini menyatakan bahwa bentuk adalah hasil dari penerapan fungsi dan menjadi representasi dari aktivitas yang memerlukan ruang untuk mendukungnya. 2 Pemikiran ini telah menjadi salah satu teori penting dalam arsitektur yang tetap relevan hingga era modern. 2.

Kekuatan Aspek ini berkaitan kuat pada pemilihan material juga kemudahan perawatan, yang berhubungan dengan daya tahan dan pemeliharaan suatu

desain. 3. Estetika yang Menarik Secara umum, estetika mengacu pada keindahan atau elemen dalam suatu desain yang menciptakan kesan visual yang menyenangkan.

Terdapat berbagai aturan estetika yang dapat dianalisis baik secara terpisah maupun dalam perpaduan dengan elemen lainnya untuk menghasilkan tampilan yang harmonis. Dalam konteks yang lebih luas, estetika mampu membangkitkan rasa kagum dan hormat. Sementara itu, pada tingkat yang lebih sederhana, sebuah desain dianggap berhasil jika kesannya tidak menimbulkan kontroversi dan mampu memberikan kebahagiaan kepada masyarakat.

Banyak kriteria dapat digunakan untuk menilai aspek estetika ini. 2.2.

Penelitian Terdahulu Peneliti memaparkan berbagai temuan dari penelitian sebelumnya yang relevan pada topik atau permasalahan yang sedang diteliti. Berikut adalah uraian mengenai hasil-hasil yang diperoleh dari studi-studi tersebut: 2.3. Kerangka Pemikiran Selanjutnya, peneliti menyusun

sebuah kerangka pemikiran yang dirancang untuk mendukung proses pengambilan, pengolahan, analisis data yang sudah diperoleh. Kerangka pemikiran pada penelitian mampu diuraikan: 2.4. Sintesis Penelitian Sintesis teori tentang pengaruh kegiatan pengunjung pada kedai kopi di

Tangerang Selatan merupakan penggabungan dari beberapa teori sebelumnya yang bertujuan untuk menghasilkan rumusan sesuai dalam penelitian ini. 15 Uraian mengenai sintesis teori tersebut: BAB III METODE PENELITIAN 3.1. Identitas Penelitian

Penelitian dilangsungkan 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 selaras pada tujuan penelitian. Pemilihan dilakukan guna 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. **12** 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

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

3. Box Koffies Box Koffies 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 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

4. Sakuta Coffee Sakuta Coffee yaitu 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 komplek perumahan ceger permai yang dimana dapat membuat ketenangan bagi pengunjung karena jauh dari jalan raya. Untuk ukuran Coffee Shop tersebut adalah 855 m²

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 komplek 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

6. Kopi Nako (Alam Sutera) Kopi Nako (Alam Sutera) yaitu sebuah kedai kopi terletak di Jl. **14** Alam Utama Blok RH No **14** 5, Pakulonan, Kec. **13** **14** 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 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 8. Kopiluvium 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. Untuk ukuran Coffee Shop tersebut adalah 1.283 m² 9. Satuan Kopi Bintaro Satuan Kopi Bintaro adalah sebuah kedai kopi yang terletak Jl. Baitis Salmah I No.200, Sawah Baru, Kec.

12 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 10. Warkop 2 Lantai Pamulang Warkop 2 lantai Pamulang adalah sebuah kedai kopi yang terletak di Jl. Buaran raya No.19, Buaran, Kec.

13 Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten. Lokasinya 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 3.2. Pemilihan Lokasi Penelitian 3.2.1. Objek Penelitian Penelitian dilaksanakan di Tangerang Selatan dengan fokus pada tiga Coffee Shop kopi semi-outdoor yang tersebar di berbagai wilayah, yaitu Bintaro, BSD, dan Pamulang. Di Bintaro, peneliti memilih Coffee Shop Latte Bakehouse yang terletak di Jl. Manunggal V No. 23, Parigi Baru, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten. Di BSD, dipilih Coffee Shop Kopi Nako BSD yang berlokasi di Jl. Edutown, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten. Sedangkan di Pamulang, peneliti

REPORT #24708607

mengunjungi Coffee Shop Kopiluvium beralamat di Jl. Siliwangi No. 459, Pd. Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten. 11. 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. 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. Penambahan playground memberikan pengalaman bagi anak-anak, membuat Coffee Shop menjadi tempat ramah keluarga yang sesuai dalam 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. Latte Bakehouse menawarkan minuman dengan fokus pada kopi yang berkualitas dan Latte Bakehouse juga menyediakan non coffe seperti variant Frape/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 12. 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. 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 Aruangan. Bangunan Kopi Nako memiliki struktur ber dinding 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. 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 beragam mulai Rp 15.000 sampai Rp 33.000. 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. 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 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.

3.2.1. Objek Penelitian Penelitian bertujuan mengidentifikasi 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 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

3.4.1. Data Primer

Data primer memiliki peran krusial dalam penelitian ini karena menyajikan informasi yang diperoleh langsung lewat pengamatan dan pencatatan perilaku guna memvalidasi temuan yang ada. Informasi tersebut berupa fakta yang telah dikonfirmasi secara langsung di lapangan. Data primer dikumpulkan lewat pengamatan langsung terhadap perilaku pengunjung Coffee Shop serta survei memperoleh informasi akurat tentang kegiatan mereka. Pendekatan tujuannya menganalisis faktor memengaruhi preferensi pengunjung terhadap Coffee Shop bertema semi-outdoor di wilayah Tangerang Selatan.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder mengacu informasi berasal pada penelitian terdahulu dan dipergunakan dalam menyempurnakan data primer yang diambil lewat pengamatan di lapangan. **11** Data yang berupa berbagai aspek, seperti teori, literatur, hasil studi terdahulu, data statistik pada sumber selaras pada topik studi. Oleh karena itu, data sekunder memiliki peran krusial sebagai landasan teoritis dalam studi juga dianalisis dengan deskriptif dari 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 studi yaitu menguji hipotesis yang sudah ditentukan, biasanya dengan memanfaatkan metode statistik dalam mengambil data kuantitatif melalui survei. Peneliti bekerja sama dengan ahli statistik untuk menggunakan kerangka kerja dan teori matematika relevan pada variabel sedang diteliti. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2009:14), penelitian kuantitatif didasarkan dalam filsafat positivisme. **9** Metode yang melibatkan survei dalam populasi atau sampel khusus, 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 $100\% \div \text{jumlah skor dalam skala Likert}$, sehingga menghasilkan $100\% / 5 = 20\%$. 1 Skor ditetapkan sebagai berikut: Hasil

Interval = 20% Berikut kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval

: 0% – 19 % = Sangat Tidak Nyaman 20% – 39 % = Kurang Nyaman 4

0% – 59 % = Cukup 60% – 79 % = Nyaman 80% – 100% = Sangat Nyaman

Perhitungan untuk mencapai persentase akhir, pernyataan dihitung: R: skor

3 Skor maksimum: $28 \text{ responden} \times 5 \text{ (SS)} = 140$ Skor minimum: 2

8 responden $\times 1 \text{ (STS)} = 8$ Jadi rumus hasil penghitungan: = (resp.

STS $\times 1$) + (resp. TS $\times 2$) + (resp. R $\times 3$) + (resp. S $\times 4$) +

(resp. S $\times 5$) = A Hasil (A) lalu dibagi skor maksimum, dikalikan 100

% guna mencari persentase rata-rata. Dirangkum, $A \div 140 \times 100\% = \dots\%$ Perse

ntase akhir menilai jawaban responden dari Sangat Tidak Setuju hingga

Sangat Setuju. Dalam bukunya yang berjudul "Metodologi Penelitian Kuantitatif "

(Husein Umar, 1999), penulis menjelaskan bahwa analisis data kuantitatif

dilakukan melalui lima tahap yang sistematis: STS : skor 1 S : skor

4 TS : skor 2 SS : skor 5 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 yang

berhubungan pada permasalahan yang sedang diamati. 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 Coffee Shop dalam membentuk faktor-faktor kenyamanan pengunjung dalam berkunjung dan memanfaatkan fasilitas yang telah disediakan oleh pengelola Coffee Shop . Analisis ini memberikan preferensi pengunjung untuk memberikan masukan kepada pengelola Coffee Shop yang berada di Kawasan Tangerang Selatan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek studi ialah 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 menjadi pelaku kegiatan di Coffee Shop , tujuannya menganalisis pola aktivitas mereka juga mengidentifikasi elemen interior yang selalu 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 dalam kuesioner ini dirancang untuk mengukur tingkat kenyamanan pengunjung terhadap Coffee Shop tersebut. Pendekatan ini menjadi salah satu strategi untuk menarik perhatian calon

pengunjung baru dan mendorong mereka untuk datang **10** Kenyamanan dalam suatu bangunan terpecah jadi empat aspek, yakni kenyamanan ruang, visual, audio, termal (Karyono, 1999) Oleh karena itu, faktor kenyamanan menjadi elemen penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Jumlah responden yang berhasil disaring sekitar 50 orang. a) Coffee Shop LatteBakehouse.co Bagian metode penelitian, telah dikatakan bahwa gambaran ketiga Coffee Shop akan digunakan untuk menilai kenyamanan pelanggan. Hasilnya sebagai berikut. Dengan: - Tabel di sebelah kiri berisi pertanyaan mengusulkan gambar yang ada dalam metode penelitian guna menggambarkan café dinilai oleh responden. - Tabel di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert referensi “Saya merasa nyaman dengan...” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel ini dapat dipahami. Sebagai contoh, poin 1 pernyataan “Saya merasa nyaman dengan kebersihan caf ”. Hasil berupa 2 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden Tidak Setuju, 5 responden Ragu, 12 responden Setuju, 30 responden Sangat Setuju. Selanjutnya hingga poin terakhir. Kemudian hasil diperoleh pada 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 Bagian metode penelitian, telah dikatakan bahwa deksripsi ketiga Coffee Shop digunakan untuk menilai kenyamanan pelanggan. Hasilnya adalah berupa. Keterangan: - Tabel di sebelah kiri berisi pertanyaan mengusulkan gambar yang ada dalam metode studi menggambarkan café dinilai oleh responden. - Tabel di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert dengan referensi “Saya merasa nyaman dengan...” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel ini dapat dipahami. Sebagai contoh, poin 1 pernyataan “Saya merasa nyaman dengan kebersihan caf ”. Hasil 1 responden Sangat Tidak Setuju, 1 responden Tidak Setuju, 3 responden Ragu, 15 responden Setuju, dan 30 responden Sangat Setuju. Selanjutnya hingga poin terakhir. Kemudian hasil diperoleh

pada 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 Bagian metode penelitian, telah dikatakan bahwa deksripsi ketiga Coffee Shop digunakan untuk menilai kenyamanan pelanggan. Hasilnya adalah berupa. Keterangan: - Tabel di sebelah kiri berisi pertanyaan mengusulkan gambar yang ada dalam metode penelitian menggambarkan café dinilai oleh responden. - Tabel di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert referensi “Saya merasa nyaman dengan....” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel ini dapat dipahami. Sebagai contoh, poin 1 dengan pernyataan “Saya merasa nyaman dengan kebersihan caf ”. Hasil berupa 6 responden Sangat Tidak Setuju, 6 responden Ragu, 13 responden Setuju, 24 responden Sangat Setuju. Selanjutnya hingga poin terakhir. Kemudian hasil diperoleh 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 yang menarik pengunjung dengan 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 kuesioner ini rata – rata responden usia 21 – 30 tahun pada pekerjaan menjadi 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 **1 Hasil yang didapatkan sebagai berikut** Dengan: - Tabel di sebelah kiri berisi pertanyaan mengusulkan gambar yang ada dalam metode penelitian menggambarkan café dinilai oleh responden. - Tabel di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert referensi “Saya merasa senang dengan....” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel ini dapat dipahami. Sebagai contoh, poin 1 dengan pernyataan “Saya merasa senang dengan kelengkapan fasilitas café”. Hasil ialah 1 responden Sangat Tidak Setuju, 3 responden Tidak Setuju, 1 responden Ragu, 17 responden Setuju, dan 28 responden Sangat Setuju. Begitupun seterusnya hingga poin terakhir. Kemudian hasil diperoleh 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 kuesioner ini rata – rata responden usia 21 – 30 tahun pekerjaan menjadi 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 **1 Hasil yang didapatkan sebagai berikut** Dengan: - Tabel di sebelah kiri berisi pertanyaan mengusulkan gambar yang ada dalam metode penelitian menggambarkan café dinilai oleh responden. - Tabel di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert dengan referensi “Saya merasa senang dengan....” STS : Sangat Tida

k Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat

Setuju - Tabel ini dapat dipahami. Sebagai contoh, poin 1 dengan pernyataan “Saya merasa senang dengan kelengkapan fasilitas caf ”. Hasil berupa 4 responden

Sangat Tidak Setuju, 3 responden Tidak Setuju, 6 responden Ragu, 19

responden Setuju, dan 18 responden Sangat Setuju. Begitupun selanjutnya

hingga poin terakhir. Kemudian hasil diperoleh dari kuesioner 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 Cofee Shop

tersebut. c) Kopi Livium Pada kuesioner ini rata – rata responden us

ia 21 – 30 tahun dengan pekerjaan menjadi karyawan swasta yang datan

g 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 Keterangan : - Tabel di sebelah

kiri berisi pertanyaan yang mengusulkan gambar yang ada dalam metode

penelitian untuk menggambarkan café yang dinilai oleh responden. - Tabel

di sebelah kanan adalah evaluasi memanfaatkan skala Likert dengan referensi “Saya

merasa senang dengan.... ” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju

R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel ini dapat

dipahami sebagai berikut. Sebagai contoh, pada poin 1 dengan pernyataan “Saya merasa

senang dengan kelengkapan fasilitas caf ”. Hasil berupa 3 responden Sangat

Tidak Setuju, 4 responden Tidak Setuju, 4 responden Ragu, 20 responden

Setuju, dan 19 responden Sangat Setuju. Begitupun selanjutnya hingga poin

terakhir. Hasil 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, kebanyakan responden usia 21 sampai 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 didapat ialah. 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 yaitu penilaian memanfaatkan skala likert dengan referensi “Saya sangat suka dengan....” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel dibaca seperti. Misalnya dalam poin 3 dengan pernyataan “Saya sangat suka dengan desain interior yang Instagramable” Hasilnya adalah 3 responden Sangat Tidak Setuju, 2 responden Tidak Setuju, 3 responden Ragu, 19 responden Setuju, dan 23 responden 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, jadi daya tarik khusus untuk pengunjung untuk datang ke LatteBakehouse. Selain itu, tema desain unik yang diterapkan oleh Coffee Shop ini juga berperan sebagai faktor pendukung yang menambah daya tarik bagi para pelanggan.

b) Kopi Nako BSD Dalam kuesioner ini,

REPORT #24708607

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 didapat yaitu 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 yaitu penilaian memanfaatkan skala likert dengan referensi “Saya sangat suka dengan.... ” STS : Sangat Tidak Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat Setuju - Tabel dibaca seperti. Misalnya dalam poin 3 dengan pernyataan “Saya sangat suka dengan desain interior yang Instagramabl 1 Hasilnya adalah 2 responden Sangat Tidak Setuju, 4 responden Tidak Setuju, 4 responden Ragu, 14 responden Setuju, dan 26 responden Sangat Setuju Begitupun seterusnya hingga poin terakhir. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa desain interior yang ditawarkan oleh Kopi Nako BSD menjadi daya tarik khusus 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 didapat yaitu 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 yaitu penilaian memanfaatkan skala likert dengan referensi “Saya sangat suka dengan.... ” STS : Sangat Tida

k Setuju TS : Tidak Setuju R : Ragu S : Setuju SS : Sangat

Setuju - Tabel dibaca seperti. Misalnya dalam poin 3 dengan pernyataan “Saya sangat

suka dengan desain interior yang Instagramabl 1 Hasilnya adalah 2 responden memilih Sangat Tidak Setuju, 6 responden memilih Tidak Setuju, 4

responden Ragu, 16 responden Setuju, dan 22 responden 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 dilakukan dengan metode skala likert 1 Hal

pertama yang dicari adalah interval nilai, yang menunjukkan jarak antara

kriteria dari Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju Interval = 100

% / Jumlah Skor (Likert) Maka = $100\% / 5 = 20\%$ Hasil Interval = 20%

Kriteria interpretasi skor berlandaskan interval, yaitu: - 0% - 19%

= Sangat Tidak Setuju - 20% - 39,99% = Tidak Setuju - 40% - 59

,99% = Ragu - 60% - 79,99% = Setuju - 80% - 100% = Sangat S

etuju Perhitungan guna menggapai presentase akhir, pernyataan dihitung: 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 responde

n x 1 (STS) = 50 Maka rumus hasil perhitungannya: = (resp. STS x

1) + (resp. TS x 2) + (resp. R x 3) + (resp. S x 4) + (re

sp. SS x 5) = A Hasil (A) lalu dipecah skor maksimum, dikalikan 100

% guna mencari presentase rata – rata Dirangkum, $A / 100 \times 100\% =$

... % Presentase akhir yang menilai jawaban responden mencakup katego

ri Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju 4. .1 Faktor – faktor kenyamanan

n Coffee Shop Berikut adalah hasil berdasarkan hitungan skala likert

untuk mengetahui faktor – faktor kenyamanan Coffee Shop yang menjadi baha

n 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 Saat dihitung,
menghasilkan: $= (2 \times 1) + (1 \times 2) + (5 \times 3) + (12 \times 4) +$
 (30×5) Lalu mencari persentase $217.250 \times 100\% = 86\%$ 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: $= (1$
 $\times 1) + (1 \times 2) + (3 \times 3) + (15 \times 4) + (30 \times 5)$ Lalu
mencari persentase $222.250 \times 100\% = 88\%$ c) Coffee Shop Kopi Nako BS
D 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: $= (6 \times 1) + (0 \times 2)$
 $+ (6 \times 3) + (13 \times 4) + (25 \times 5)$ Lalu mencari persentase 201
 $250 \times 100\% = 80\%$ 4.3.2 Faktor – faktor kegiatan Coffee Shop Berik
ut adalah hasil berdasarkan hitungan skala likert untuk mengetahui faktor
– faktor kenyamanan Coffee Shop yang menjadi bahan penelitian a) Coffe
e 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: $= (1$
 $\times 1) + (3 \times 2) + (1 \times 3) + (17 \times 4) + (28 \times 5)$ Lalu
mencari persentase $218.250 \times 100\% = 87\%$ 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: $= (3 \times 1) + (0 \times 2)$
 $+ (4 \times 3) + (14 \times 4) + (29 \times 5)$ Lalu mencari persentase 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: $= (3 \times 1) + (5 \times 2) + (2 \times 3) + (17 \times 4)$
 $+ (23 \times 5)$ Lalu mencari persentase $202 \div 250 \times 100\% = 80\%$ 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: $= (3 \times 1) + (4 \times 2) + (2 \times 3) + (15 \times 4) +$
 (26×5) Lalu mencari persentase $207 \div 250 \times 100\% = 82\%$ 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: $= (3 \times 1) + (1 \times 2) + (3 \times 3) + (18 \times 4) +$
 (25×5) Lalu mencari persentase $211 \div 250 \times 100\% = 84\%$ 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: $= (3 \times 1) + (1 \times 2) + (0 \times 3) + (19 \times 4)$
 $+ (27 \times 5)$ Lalu mencari persentase $216 \div 250 \times 100\% = 84\%$ 4.
4 Pembahasan Hasil Penelitian skala likert Kriteria interpretasi skornya
berdasarkan interval : 0% – 19 % = Sangat Tidak Nyaman 20% – 39 % =
Kurang Nyaman 40% – 59 % = Cukup 60% – 79 % = Nyaman 80% – 1
00% = Sangat Nyaman Nilai ini sebagai skala kenyamanan dari hasil rumus
skala likert Perhitungan untuk mencapai persentase akhir, pernyataan
ini 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 berlanjut hingga ke poin ke 8 poin tersebut. Hasil ke 8 poin mampu menilai nyaman ke 3 Coffee Shop Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Kebersihan, Kebisingan, Luas Tempat, Pencahayaan, Suhu, Keamanan, Lokasi, Sirkulasi. 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 ke 4 poin mampu menilai nyaman ke 3 Coffee Shop Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Fasilitas, Event, Menu, Harga. 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% mencakup kategori Sangat Nyaman (80%-100%). Perhitungan tersebut berdasarkan nilai rata-rata poin ke 5 point tersebut. Hasil ke 5 poin mampu menilai nyaman ke 3 C offee Shop Semi outdoor di Tangerang Selatan. Kenyamanan dinilai dari segi Interior, Tema Desain, Warna, Tata Ruang, Ornament. BAB V PENUTUP 5.1 Kesimpulan Mengacu hasil penelitian Coffee Shop LatteBakehouse. Co, yang dapat disimpulkan bahwa ke 3 Coffee Shop yang diteliti, yaitu LatteBakehouse. Co, K opi Nako (BSD), dan kopiluvium, memiliki tingkat kenyamanan yang relatif tinggi bagi pengunjung awam jika dilihat dari berbagai aspek, seperti tema yang diusung, tata letak tempat duduk yang dirancang untuk menciptakan suasana santai, fasilitas yang menarik dan mendukung pengalaman pengunjung, serta variasi menu yang beragam dan sesuai dengan preferensi banyak orang. Namun, terdapat catatan khusus terkait harga menu pada LatteBakehouse. co yang dianggap sedikit mahal oleh beberapa pengunjung, meskipun aspek ini diimbangi dengan nilai positif berupa kebersihan Coffee Shop yang

diperoleh dari lingkungan sekitar, sehingga mencerminkan upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, keberadaan playground di LatteBakehouse. co memberikan ruang bagi anak-anak pengunjung yang sangat cocok untuk tujuan Bersama keluarga, menjadikan Coffee Shop ini tidak sekedar tempat bersantai, namun menjadi tempat berkumpulnya keluarga karna sangat cocok untuk anak-anak dan dewasa. Berdasarkan hasil penelitian dari Coffee Shop Kopi Nako (BSD), yang dapat disimpulkan bahwa ke 3 Coffee Shop yang diteliti, yaitu LatteBakehouse. Co, Kopi Nako (BSD), dan kopiluvium, memiliki tingkat kenyamanan yang relatif tinggi bagi pengunjung awam jika dilihat dari berbagai aspek, seperti tema yang diusung, tata letak tempat duduk yang dirancang untuk menciptakan suasana santai, fasilitas yang menarik dan mendukung pengalaman pengunjung, serta variasi menu yang beragam dan sesuai dengan preferensi banyak orang. Namun, terdapat catatan khusus terkait event yang diadakan di kopi nako ini bisa dibbilang jarang karena untuk live music hanya ada di malam weekend pada Kopi Nako (BSD), meskipun aspek ini diimbangi dengan nilai positif berupa kebersihan Coffee Shop yang diperoleh dari lingkungan sekitar, sehingga mencerminkan upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, tema desai di Kopi Nako (BSD) memberikan pengalaman bagi pengunjung yang sangat cocok untuk tujuan bersantai, ketemu kerabat, dan belajar atau bekerja menjadikan Coffee Shop ini tidak sekedar tempat bersantai, namun menjadi tempat berkumpulnya keluarga. Berdasarkan hasil penelitian dari Coffee Shop kopiluvium, yang dapat disimpulkan bahwa ke 3 Coffee Shop yang diteliti, yaitu LatteBakehouse. Co, K opi Nako (BSD), dan kopiluvium, memiliki tingkat kenyamanan yang relatif tinggi bagi pengunjung awam jika dilihat dari berbagai aspek, seperti tema yang diusung, tata letak tempat duduk yang dirancang untuk menciptakan suasana santai, fasilitas yang menarik dan mendukung pengalaman pengunjung, serta variasi menu yang beragam dan sesuai dengan preferensi banyak orang. Namun, terdapat catatan khusus terkait suhu pada kopiluvium yang Dimana tema desain kopiluvium menggunakan 70% area pengunjung adalah

outdoor jadi bagi pengunjung yang datang pada siang hari merasakan teriknya sinar matahari, meskipun aspek ini diimbangi dengan nilai positif berupa kebersihan Coffee Shop yang diperoleh dari lingkungan sekitar, sehingga mencerminkan upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan. Selain itu, keberadaan live music di kopiluvium memberikan interaksi bagi penyanyi dan pengunjung, dengan adanya live music memberikan event bagi pengunjung yang sangat cocok untuk tujuan Bersama keluarga, menjadikan Coffee Shop ini tidak sekadar tempat bersantai, namun menjadi tempat berkumpulnya keluarga karena sangat cocok untuk melepas rehat. Dari sudut pandang pengunjung, ketiga Coffee Shop outdoor ini yaitu LatteBakehouse. Co, Kopi Nako (BSD), dan kopiluvium dinilai nyaman dan mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan kualitas pengalaman pengunjung. Salah satu faktor yang menjadi perhatian adalah kehadiran serangga serta tingkat kebisingan di sekitar area, yang dapat mengurangi kenyamanan. Secara khusus, Kopi Nako (BSD) memerlukan peningkatan pada sisi furniturnya untuk meningkatkan kenyamanan duduk, sementara LatteBakehouse. Co perlu mempertimbangkan peningkatan dari sisi luas tempat, sehingga dapat menampung lebih banyak pengunjung dengan lebih nyaman. Selain itu, waktu kunjungan yang paling nyaman untuk kedua tempat ini adalah pada jam-jam sore, yaitu sekitar pukul 14.00 hingga 21.00, yang memberikan suasana yang ideal bagi pengunjung untuk bersantai dan menikmati suasana.

5.2 Saran

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, ketiga Coffee Shop dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar, menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi pengunjung, serta memperkuat citra positif mereka sebagai destinasi favorit untuk bersantai, berkumpul, atau bekerja, yaitu:

1. **Pengelola - LatteBakehouse.Co**
 1. **Penyesuaian Harga Menu** ✕ Lakukan survei kecil-kecilan untuk memahami daya beli mayoritas pengunjung dan sesuaikan harga menu tertentu agar lebih kompetitif. ✕ Tambahkan pilihan menu dengan harga lebih terjangkau untuk menjangkau lebih banyak segmen pengunjung.
 2. **Optimalisasi Kebersihan** ✕ Pertahankan standar kebersiha

n yang tinggi untuk menjaga reputasi sebagai Coffee Shop yang ramah lingkungan dan nyaman. 3Peningkatan Fasilitas Playground ✕ Perluas atau perbarui area playground agar lebih menarik dan aman bagi anak-anak, misalnya dengan menambahkan mainan edukatif atau zona kreatif. -Kopi Nako

1 Mempertahankan Tema yang Menarik ✕ Terus inovasi dalam tata ruang dan dekorasi agar tetap relevan dan menarik bagi pengunjung. ✕ Adakan event komunitas atau pop-up market untuk meningkatkan interaksi pengunjung dengan tempat. -Kopiluvuw 1 Meningkatkan Area Outdoor ✕ Perhatikan aspek kenyamanan area outdoor, seperti menambah shading, kipas angin, atau pemanas untuk menyesuaikan dengan cuaca. 2 Perancang - LatteBakehouse.Co

1 Keamanan dan Kenyamanan ✕ Area Playground: Gunakan material yang aman, lembut, dan ramah anak untuk playground, dengan pengawasan visual yang mudah dari area duduk orang tua. - Kopi Nako (BSD) 1.

Peningkatan Furnitur Pilih furnitur yang ergonomis, berbahan tahan cuaca, dan tetap estetik, seperti kursi rotan dengan bantalan empuk. -

Kopiluvuw Pamulang Desain yang Fleksibel ✕ Integrasikan meja dan kursi yang dapat disusun ulang untuk mendukung berbagai aktivitas, seperti bekerja, meeting, atau nongkrong. ✕ Sediakan area semi-indoor dengan desain yang melindungi dari hujan atau sinar matahari langsung, tanpa kehilangan kesan outdoor



REPORT #24708607

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	3.18% proceedings.ums.ac.id https://proceedings.ums.ac.id/index.php/siar/article/download/1034/1009	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	1.16% ejournal.upi.edu https://ejournal.upi.edu/index.php/jaz/article/downloadSuppFile/31609/5890	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.49% e-journal.uajy.ac.id http://e-journal.uajy.ac.id/28398/2/181006774%201.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.29% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/81184/1/GABUNGAN%20KECUALI%20BAB%20V..	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.24% eprints2.undip.ac.id https://eprints2.undip.ac.id/7541/6/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.23% repository.unja.ac.id https://repository.unja.ac.id/71438/5/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.21% repository.stiedewantara.ac.id http://repository.stiedewantara.ac.id/1105/3/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.21% scholar.ummetro.ac.id https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/aktiva/article/download/3039/1335/	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.21% jdih.kemendag.go.id https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Buku-/Naskah%20Akademik%20RUU%20Perub..	●



REPORT #24708607

INTERNET SOURCE		
10. 0.19%	proceedings.ums.ac.id https://proceedings.ums.ac.id/siar/article/download/4018/3669/6241	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.19%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/6092/10/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.13%	www.realtor.com https://www.realtor.com/international/id/jalan-cendrawasih-roya-sawah-lama-k..	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.11%	www.jdlines.com http://www.jdlines.com/2023/01/5-perumahan-yang-terdapat-di-alam.html	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.11%	www.haibunda.com https://www.haibunda.com/moms-life/20231115170327-76-321382/25-tempat-m..	● ●
INTERNET SOURCE		
15. 0.1%	repository.upi.edu http://repository.upi.edu/22147/6/S_SOS_1105942_Chapter3.pdf	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.04%	repository.unas.ac.id http://repository.unas.ac.id/7014/4/BAB%20II.pdf	●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1. 0.09%	ejournal.upi.edu https://ejournal.upi.edu/index.php/jaz/article/downloadSuppFile/31609/5890	