

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP PERILAKU
PENGUNJUNG PADA KAFE *LA AQUANOS* MALANG**

SKRIPSI

**PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR
LABORATORIUM SENI DESAIN DAN ARSITEKTUR**

Ditujukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



**MUHAMAD ZAINUL FANANI
NIM. 135060500111002**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP PERILAKU
PENGUNJUNG PADA KAFE *LA AQUANOS* MALANG**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI SARJANA ARSITEKTUR
LABORATORIUM SENI DESAIN DAN ARSITEKTUR

Ditujukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



MUHAMAD ZAINUL FANANI
NIM. 135060500111002

Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing
pada tanggal 13 Juli 2018



Mengetahui,
Ketua Program Studi Sarjana Arsitektur

I. Heru Sufianto, M.Arch.St., Ph.D.
NIP. 19650218 199002 1 001

Dosen Pembimbing

Tito Haripradianto, ST.,MT
NIP. 19761013 200501 1 003





*Teriring Ucapan Terima Kasih Kepada:
Ayahanda Dan Ibunda Tercinta
Serta keluarga*



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik disuatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UUNo. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 18 Juli 2018

Mahasiswa,



Muhamad Zainul Fanani

NIM 135060500111002

TURNITIN



UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM SARJANA



SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI

Nomor : 640 /UN10. F07.15/TU/2018

Sertifikat ini diberikan kepada :

MUHAMAD ZAINUL FANANI

Dengan Judul Skripsi :

**PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP PERILAKU PENGUNJUNG PADA
KAFE LA AQUANOS MALANG**

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi $\leq 20\%$, dan
dinyatakan Bebas dari Plagiasi pada tanggal **17 Juli 2018**



Dr. Eng. Herry Santosa, ST., MT
NIP. 19730525 200003 1 004

Ketua Program Studi S1 Arsitektur

Ir. Heru Sufianto, M.Arch, St., Ph.D
NIP. 19650218 199002 1 001



KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS BRAWIJAYA
 FAKULTAS TEKNIK
JURUSAN ARSITEKTUR

Jl. Mayjend Haryono No. 167 MALANG 65145 Indonesia
 Telp. : +62-341-567486 ; Fax : +62-341-567486
<http://arsitektur.ub.ac.id> E-mail : arsftub@ub.ac.id

**LEMBAR HASIL
 DETEKSI PLAGIASI SKRIPSI**

Nama : Muhamad Zainul Fanani
 NIM : 135060500111002
 Judul Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Pengunjung
 Pada Kafe *La Aquanos* Malang
 Dosen Pembimbing : Tito Haripradianto, ST.,MT.
 Periode Skripsi : 2017/2018
 Alamat Email : archme.mf@gmail.com

| Tanggal | Deteksi Plagiasi ke- | Plagiasi yang terdeteksi (%) | Ttd Staf LDTA |
|--------------|----------------------|------------------------------|--------------------|
| 17 juli 2018 | 1 | 14 | <i>[Signature]</i> |
| | 2 | | |
| | 3 | | |
| | 4 | | |
| | 5 | | |

Malang,

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

[Signature]

Tito Haripradianto, ST.,MT.
 NIP.19761013 200501 1 003

Kepala Laboratorium
 Dokumentasi Dan Tugas Akhir

[Signature]

Ir. Chairil Budiarto Amuza, MSA
 NIP.19531231 198403 1 009

Keterangan:
 1. Batas maksimal plagiasi yang terdeteksi adalah sebesar 20%
 2. Hasil lembar deteksi plagiasi skripsi dilampirkan bagian belakang setelah surat Pernyataan Orisinalitas



RINGKASAN

M Zainul Fanani, Jurusan Teknik Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya, Maret 2018, Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Pengunjung Pada Kafe *La Aquanos* Malang, Dosen Pembimbing: Tito Haripradianto, ST.,MT.

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur disebut juga sebagai kota pelajar karena banyaknya instansi pendidikan, dari pendidikan dasar sampai dengan pendidikan tinggi. Hal ini sejalan dengan jumlah remaja yang terdapat di Kota Malang total sebanyak 189.403 remaja yang terdiri dari 93.476 remaja putra dan 95.927 remaja putri. Jumlah remaja di Kota Malang yang cukup banyak ini menunjukkan adanya kebutuhan lain yang harus dipenuhi, yakni kebutuhan sosial untuk berkumpul dalam suatu kelompok. Kebutuhan sosial ini memberikan peluang bagi pengusaha dalam membangun bisnis yang menyediakan fasilitas bagi para remaja dalam hal sosialisasi. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang adalah bisnis kuliner baik itu resto maupun kafe. Di Kota Malang, salah satu kafe yang selalu ramai dikunjungi oleh remaja adalah Kafe La Aquanos.

Lima elemen *store atmosphere* sebagai variabel penelitian yang didukung dengan hasil pengamatan *behavioral mapping* berupa *person centered mapping* dan *placed centered mapping* didapatkan bahwa setiap variabel memiliki pengaruh dengan tingkatan yang berbeda. Hal ini berdasarkan dari hasil temuan analisis statistika. Selanjutnya, temuan mengenai pengaruh store atmosfer terhadap perilaku dibedakan menjadi pengaruh positif ataupun pengaruh negatif.

Kata Kunci: *behavioral mapping*, Kafe *La Aquanos*, *person and place centered mapping*, *store atmosphere*

SUMMARY

M Zainul Fanani, Department of Architectural Engineering, Faculty of Engineering, Univeristy of Brawijaya, March 2018, *The Effect of Store Atmosphere Against Store Visitor Behavior at La Aquanos Cafe Malang*, Academic Supervisor: Tito Haripradianto, ST.,MT.

Malang is the second largest city in East Java as a place to study .Malang called as educational city which has many educational institution. This is in line with the number of adolescents in total Malang as many as 189.403 teenagers consisting of 93.476 boys and 95.927 girls. The number of adolescents in the city of Malang is a lot enough, which makes this as an indicator the existence of other needs that must be met, namely the social needs to gather in a group. This social need provides an opportunity for entrepreneurs in building businesses that provide facilities for youth in terms of socialization. One business that is currently developing is a culinary business both restaurant and cafe. In the city of Malang, one of the cafes that always busy visited by teenagers is La Aquanos Cafe.

Five elements of store atmosphere as a research variable combined with behavioral mapping observation results in the form of person centered mapping and placed centered mapping found that each variable has influence with different levels. This according to to statistical result. In addition, the relation between store atmosphere and behavioral which give the effect divided into positif effect and negative effect.

Keywords: behavioral mapping, La Aquanos Café, person and place centered mapping, store atmosphere

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Tugas akhir berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Pengunjung Pada Kafe *La Aquanos* Malang” merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Teknik Arsitektur

Pada kesempatan ini, penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada,

1. Tito Haripradianto, ST.,MT. selaku pembimbing yang telah memberikan kepercayaan untuk menjadi bagian dari proyek penelitian serta memberikan bimbingan, arahan, ilmu, dan pengetahuan kepada penulis.
2. Dr. Eng. Hery Santosa, ST, MT dan Indyah Martiningrum ST, MT selaku dosen penguji.
3. Siti Mahfiah dan M. Zainuri selaku orang tua dan Siti Mudrikah selaku adik yang selalu memberikan dukungan dan doa.
4. M Nur Kholik dan Nuha Rifkia sebagai om dan tante yang bersedia memberikan dukungan
5. Halimatus Sadiyah dan Teman seperjuangan Teknik Arsitektur angkatan 2013 yang selalu mendukung.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan menjadi amal baik bagi penulis.

Malang, April 2018

Penulis,

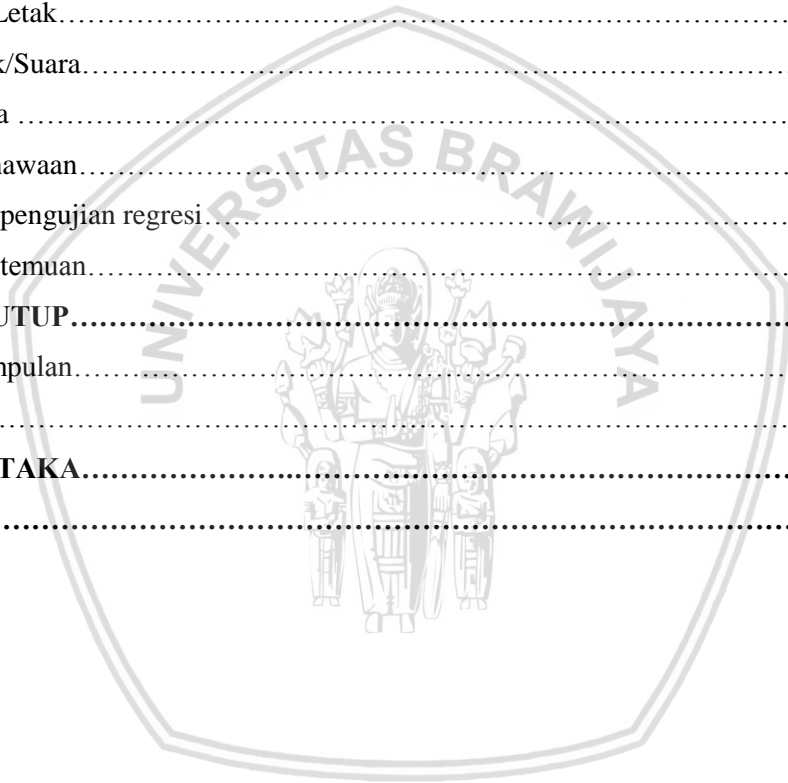
M Zainul Fanani

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| KATA PENGANTAR..... | i |
| RINGKASAN..... | ii |
| SUMMARY..... | iii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar belakang..... | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah..... | 4 |
| 1.3 Rumusan masalah..... | 4 |
| 1.4 Batasan masalah..... | 5 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.7 Diagram Alur Pemikiran..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Ruang komunal..... | 7 |
| 2.2 Kafe..... | 8 |
| 2.3 Store Atmosphere Menurut Arsitektur..... | 8 |
| 2.3.1 Pencahayaan..... | 9 |
| 2.3.2 Layout (Tata Letak)..... | 15 |
| 2.3.3 Sounds (Suara/bunyi)..... | 19 |
| 2.3.4 Colors (warna)..... | 20 |
| 2.3.5 Temperatur (suhu)..... | 25 |
| 2.4 Store Atmosphere berdasarkan Ekonomi dan Bisnis..... | 28 |
| 2.4.1 Instore Atmosphere..... | 28 |
| 2.4.2 Outstore Atmosphere..... | 29 |
| 2.5 Pola Perilaku..... | 29 |
| 2.5.1 Perilaku..... | 29 |
| 2.5.2 Behavioral Setting..... | 32 |
| 2.5.3 Behavioral Mapping..... | 33 |
| 2.6 Perilaku pada Ruang..... | 34 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.6.1 | Ruang Membentuk Perilaku..... | 34 |
| 2.6.2 | Perilaku membentuk Ruang..... | 35 |
| 2.6.3 | Faktor yang memengaruhi perilaku..... | 35 |
| 2.7 | Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dan perilaku..... | 36 |
| 2.8 | Studi Terdahulu..... | 39 |
| 2.9 | Kerangka Teori..... | 41 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 43 |
| 3.1 | Desain Penelitian..... | 43 |
| 3.2 | Populasi dan sampel..... | 43 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 43 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 44 |
| 3.3 | Variable Penelitian..... | 44 |
| 3.4 | Tempat dan Waktu Penelitian..... | 46 |
| 3.5 | Metode Pengumpulan Sumber Data..... | 47 |
| 3.5.1 | Data Primer..... | 47 |
| 3.5.2 | Data Sekunder..... | 47 |
| 3.6 | Instrumen Penelitian..... | 47 |
| 3.6.1 | Instrumen Pengumpulan data..... | 47 |
| 3.6.2 | Instrumen Pengolahan data..... | 48 |
| 3.7 | Pelaksanaan Penelitian..... | 48 |
| 3.8 | Analisis Data..... | 49 |
| 3.9 | Kerangka Alur Penelitian..... | 50 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 51 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.1.1 | Tinjauan Umum..... | 51 |
| 4.1.2 | Sejarah kawasan..... | 52 |
| 4.1.3 | Kondisi Fisik Eksisting..... | 52 |
| 4.2 | Konsisi Eksisting berdasarkan store atmosphere..... | 55 |
| 4.2.1 | Pencahayaan..... | 55 |
| 4.2.2 | Tata Letak..... | 59 |
| 4.2.3 | Sound..... | 65 |
| 4.2.4 | Warna..... | 66 |
| 4.2.5 | Penghawaan..... | 70 |
| 4.3 | Analisis Behavioral Mapping..... | 72 |

| | | |
|--------------|---|------------|
| 4.3.1 | Person centered mapping..... | 72 |
| 4.3.2 | Place centered mapping..... | 90 |
| 4.3.3 | Karakteristik Pengunjung..... | 98 |
| 4.3.4 | Analisis Space syntax..... | 102 |
| 4.4 | Analisis Kuisisioner..... | 105 |
| 4.4.1 | Data responden..... | 106 |
| 4.4.2 | Persepsi pengunjung..... | 107 |
| 4.5 | Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap perilaku..... | 111 |
| 4.5.1 | pencahayan..... | 111 |
| 4.5.2 | Tata Letak..... | 114 |
| 4.5.3 | Musik/Suara..... | 117 |
| 4.5.4 | Warna..... | 120 |
| 4.5.5 | penghawaan..... | 123 |
| 4.6 | Hasil pengujian regresi..... | 126 |
| 4.7 | Hasil temuan..... | 128 |
| BAB V | PENUTUP..... | 133 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 133 |
| 5.2 | Saran..... | 134 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 135 |
| | LAMPIRAN..... | 137 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Diagram alur pemikiran..... | 6 |
| Gambar 2.1 Keterkaitan pelaku, aktivitas dan pikiran dalam <i>seeting</i> | 7 |
| Gambar 2.2 ILustrasi pencahayaan alami..... | 10 |
| Gambar 2.3 Faktor pencahayaan alami..... | 11 |
| Gambar 2.4 Ilustrasi pencahayaan alami..... | 14 |
| Gambar 2.5 Kelvin <i>scale</i> | 14 |
| Gambar 2.6 Kelvin scale dan aplikasinya..... | 15 |
| Gambar 2.7 Ilustrasi standar ruang gerak area makan..... | 17 |
| Gambar 2.8 ilustrasi standar ruang gerak berjalan..... | 18 |
| Gambar 2.9 Lingkaran warna dan jenis warna..... | 21 |
| Gambar 2.10 Jenis warna menurut teori warna..... | 22 |
| Gambar 2.11 Kelompok warna berdasarkan karakter..... | 22 |
| Gambar 2.12 warna kuning..... | 23 |
| Gambar 2.13 warna jingga..... | 23 |
| Gambar 2.14 warna merah..... | 23 |
| Gambar 2.15 warna ungu..... | 23 |
| Gambar 2.16 warna biru..... | 24 |
| Gambar 2.17 warna hijau..... | 24 |
| Gambar 2.18 warna coklat..... | 24 |
| Gambar 2.19 warna abu-abu..... | 24 |
| Gambar 2.20 warna putih..... | 24 |
| Gambar 2.21 warna hitam..... | 25 |
| Gambar 2.22 ilustrasi faktor pengaruh penghawaan..... | 26 |
| Gambar 2.23 Ilustrasi penghawaan alami..... | 27 |
| Gambar 2.24 ilustrasi penghawaan buatan..... | 28 |
| Gambar 2.25 skema persepsi bell..... | 32 |
| Gambar 2.26 Ruang pembentuk perilaku..... | 35 |
| Gambar 2.27 Perilaku membentuk ruang..... | 35 |
| Gambar 2.28 Diagram hubungan <i>store atmosphere</i> dan perilaku..... | 36 |

| | |
|--|----|
| Gambar 2.29 Diagram kerangka teori..... | 41 |
| Gambar 3.1 Lokasi objek penelitian..... | 46 |
| Gambar 3.2 Kerangka alur penelitian..... | 50 |
| Gambar 4.1 Lokasi Kafe <i>La Aquanos</i> | 51 |
| Gambar 4.2 Peta peruntukan lahan Kota Malang..... | 53 |
| Gambar 4.3 Denah kafe <i>La Aquanos</i> | 54 |
| Gambar 4.4 Suasana Kafe <i>La Aquanos</i> | 55 |
| Gambar 4.5 Pencahayaan alami pada siang hari..... | 56 |
| Gambar 4.6 Peta kondisi eksisting..... | 56 |
| Gambar 4.7 Lampu led outdoor..... | 57 |
| Gambar 4.8 Pencahayaan buatan..... | 58 |
| Gambar 4.8 Pemetaan pencahayaan buatan..... | 58 |
| Gambar 4.9 Tata letak Kafe <i>La Aquanos</i> | 59 |
| Gambar 4.10 Tata letak area makan..... | 60 |
| Gambar 4.11 Tata letak perabot..... | 60 |
| Gambar 4.12 Perabot (meja dan kursi) di area semi tertutup..... | 61 |
| Gambar 4.13 Perabot (meja dan kursi) di area terbuka..... | 61 |
| Gambar 4.14 Perabot (meja dan kursi) panjang area semi tertutup..... | 62 |
| Gambar 4.15 Alur sirkulasi pengunjung pada pagi dan siang hari..... | 63 |
| Gambar 4.16 Alur sirkulasi pengunjung pada malam hari..... | 63 |
| Gambar 4.17 Jalur sirkulasi..... | 64 |
| Gambar 4.18 Sirkulasi area 1..... | 64 |
| Gambar 4.19 Sirkulasi area 2..... | 65 |
| Gambar 4.20 Batasan jalur sirkulasi..... | 65 |
| Gambar 4.21 Panggung live music..... | 66 |
| Gambar 4.22 Dinding area makan..... | 67 |
| Gambar 4.23 Dinding warna merah muda (pink)..... | 67 |
| Gambar 4.24 Dinding warna merah hitam..... | 68 |
| Gambar 4.25 Dinding area makan 1 belakang..... | 68 |
| Gambar 4.26 Dinding warna merah biru..... | 69 |

| | |
|--|-----|
| Gambar 4.27 Warna perabot dan dinding kafe..... | 70 |
| Gambar 4.28 Bukaannya di area makan tiga..... | 71 |
| Gambar 4.29 Bukaannya di area makan satu..... | 71 |
| Gambar 4.30 Pengamatan person centered mapping weekday hari pertama..... | 73 |
| Gambar 4.31 Pengunjung Person Centered Mapping Weekday hari pertama..... | 74 |
| Gambar 4.32 Pengamatan Person Centered Mapping weekday hari kedua..... | 75 |
| Gambar 4.33 Pengunjung Person Centered Mapping Weekday hari kedua..... | 76 |
| Gambar 4.34 Pengamatan Person Centered Mapping weekday hari ketiga..... | 77 |
| Gambar 4.35 Pengunjung Person Centered Mapping Weekday hari ketiga..... | 78 |
| Gambar 4.36 Pengamatan Person Centered Mapping weekday hari keempat..... | 79 |
| Gambar 4.37 Pengunjung Person Centered Mapping Weekday hari keempat..... | 80 |
| Gambar 4.38 Pengamatan Person Centered Mapping weekday hari kelima..... | 81 |
| Gambar 4.39 Pengunjung Person Centered Mapping Weekday hari kelima..... | 82 |
| Gambar 4.40 Pengamatan Person Centered Mapping Weekend hari pertama..... | 83 |
| Gambar 4.41 Pengunjung Person Centered Mapping Weekend hari pertama..... | 84 |
| Gambar 4.42 Pengamatan Person Centered Mapping Weekend hari kedua..... | 85 |
| Gambar 4.43 Pengamatan Person Centered Mapping Weekend overlay..... | 87 |
| Gambar 4.44 Area aktivitas pengunjung siang hari..... | 88 |
| Gambar 4.45 Area aktivitas pengunjung terpadat..... | 89 |
| Gambar 4.46 Pengamatan Placed Centered Mapping hari pertama..... | 90 |
| Gambar 4.47 Pengamatan Placed Centered Mapping hari kedua..... | 91 |
| Gambar 4.48 Pengamatan Placed Centered Mapping hari ketiga..... | 92 |
| Gambar 4.49 Pengamatan Placed Centered Mapping hari keempat..... | 93 |
| Gambar 4.50 Pengamatan Placed Centered Mapping hari kelima..... | 94 |
| Gambar 4.51 Pengamatan Placed Centered Mapping hari keenam..... | 95 |
| Gambar 4.52 Pengamatan Placed Centered Mapping hari ketujuh..... | 96 |
| Gambar 4.53 Overlay pemetaan Placed Centered Mapping..... | 97 |
| Gambar 4.54 Kepadatan pengunjung..... | 98 |
| Gambar 4.55 jenis aktifitas..... | 100 |
| Gambar 4.56 Suasana kafe siang hari..... | 101 |

Gambar 4.57 Suasana kafe malam hari.....102
Gambar 4.58 connectivity.....103
Gambar 4.59 visual integration.....104
Gambar 4.60 scatter plot.....104



DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| <i>Tabel 2.1</i> Tingkat pencahayaan SNI 2011..... | 12 |
| <i>Tabel 2.2</i> Standar kapasitas parkir berdasarkan fungsi..... | 16 |
| <i>Tabel 2.3</i> Standar luasan lahan parkir..... | 16 |
| <i>Tabel 2.4</i> Standar kebisingan fungsi ruang..... | 19 |
| <i>Tabel 2.5</i> Komparasi studi pustaka terdahulu..... | 39 |
| <i>Table 3.1</i> Variabel penelitian..... | 45 |
| <i>Table 3.2</i> Variabel yang digunakan..... | 46 |
| <i>Table 4.1</i> tabel usia responden..... | 106 |
| <i>Table 4.2</i> tabel genre responden..... | 106 |
| <i>Table 4.3</i> tabel waktu responden..... | 107 |
| <i>Table 4.4</i> respon pada pencahayaan..... | 107 |
| <i>Table 4.5</i> respon pada tata letak..... | 108 |
| <i>Table 4.6</i> respon pada suara..... | 108 |
| <i>Table 4.7</i> respon pada warna..... | 109 |
| <i>Table 4.8</i> respon pada suhu..... | 109 |
| <i>Table 4.9</i> analisis pencahayaan..... | 111 |
| <i>Table 4.10</i> analisis tata letak..... | 114 |
| <i>Table 4.11</i> analisis suara..... | 117 |
| <i>Table 4.12</i> analisis warna..... | 120 |
| <i>Table 4.13</i> analisis suhu..... | 123 |
| <i>Table 4.14</i> model summary..... | 126 |
| <i>Table 4.15</i> anova..... | 127 |
| <i>Table 4.16</i> koefisien..... | 127 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Malang adalah Kota terbesar kedua di Provinsi Jawa Timur yang berada di daerah pegunungan dengan suhu berkisar 18 – 22 °C. Hal ini menjadikan Kota Malang sebagai tempat proses belajar dan mengajar yang nyaman serta menjadi pilihan remaja dari berbagai daerah di seluruh Indonesia untuk melanjutkan studinya. Oleh karena itu, Kota Malang mendapat julukan sebagai Kota Pendidikan (BPK Perwakilan Prov. Jatim, 2015). Berdasarkan data Dinas Pendidikan Kota Malang (2015), jumlah instansi pendidikan di Kota Malang untuk rentang usia remaja cukup banyak, yaitu 72 SMA/SMK, 13 MAN, dan 12 Perguruan Tinggi. Hal ini sejalan dengan data Badan Pusat Statistik Kota Malang (2015) yang menunjukkan proyeksi jumlah remaja yang terdapat di Kota Malang pada tahun 2017 total sebanyak 189.403 remaja yang terdiri dari 93.476 remaja putra dan 95.927 remaja putri.

Jumlah remaja di Kota Malang yang cukup banyak ini menunjukkan bahwa adanya kebutuhan lain yang harus dipenuhi oleh remaja, yakni kebutuhan sosial untuk berkumpul dalam suatu kelompok. Berkumpul adalah salah satu bentuk perilaku individu di dalam suatu komunitas atau kelompok. Berkumpul juga merupakan salah satu bentuk perilaku sosial. Menurut Weismann (1981), sosialisasi adalah kemampuan manusia dalam melakukan interaksi pada suatu *setting*. Perilaku sosial dapat dihubungkan dengan *setting* tempat duduk dan meja dari ruang publik, jarak antara setiap individu, perilaku non-verbal seperti gesture tubuh, kontak mata, ekspresi yang menunjukkan kualitas sosialisasi antar individu.

Kebutuhan sosial ini memberikan peluang bagi pengusaha dalam membangun bisnis yang menyediakan fasilitas bagi para remaja dalam hal sosialisasi. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang adalah bisnis kuliner baik itu resto maupun kafe. Berdasarkan data dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO) Malang, pada tahun 2015 bisnis kafe mengalami pertumbuhan sebesar 30 persen jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Data yang disajikan oleh APKRINDO menjadi bukti bahwa saat ini kafe menjadi salah satu tren di kalangan remaja. Kafe menjadi salah satu tujuan bagi remaja untuk berkumpul dan menghabiskan waktu. Mereka lebih banyak menghabiskan waktu di dalam kafe baik

itu untuk makan dan minum ataupun hanya nongkrong dan berkumpul bersama dengan teman-temannya jika dibandingkan dengan tempat lainnya. Tren ini kemudian dimanfaatkan oleh para pengusaha kafe untuk berlomba dalam memberikan pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan oleh para pelanggan khususnya para remaja yang menjadi konsumen mayoritas sebuah kafe. Dengan pelayanan yang lebih baik maka pengunjung cenderung memilih kafe tersebut untuk dijadikan tujuan dalam menghibiskan waktu dan nongkrong.

Humas APKRINDO Malang, Daniel Indrapribadi mengatakan, tercatat kenaikan 30 persen itu didominasi oleh kafe. Jika ada 10 tempat baru, maka 7 adalah kafe dan 3 restoran. Dikutip dari sumber yang sama, pada tahun 2017 setidaknya di Kota Malang terdapat 400 kafe dan resto, dan jumlah ini akan terus meningkat. Fakta diatas dapat menjadi gambaran bagaimana bisnis dibid 1 ini sangat menjanjikan dan berkembang pesat sehingga para pemilik usaha harus dapat memberikan pelayanan terbaik bagi para pelanggan.

Pertumbuhan kafe yang begitu pesat menuntut para pemilik kafe untuk selalu berinovasi baik dalam hal hidangan maupun suasana kafe atau *store atmosphere* yang menjadi wadah bagi remaja, keluarga, maupun wisatawan dalam memenuhi kebutuhan bersosialisasi. Dengan adanya inovasi, maka pengunjung dapat merasa lebih nyaman dan terpenuhi kebutuhan bersosialisasi dan sesuai dengan yang mereka inginkan.

Pengunjung saat ini tidak hanya melihat bagaimana suatu kafe atau resto menyajikan makanan dan minuman, tetapi suasana makan yang nyaman dan menarik menjadi salah satu pertimbangan pengunjung dalam memilih kafe dan resto sebagai tempat makan dan menghabiskan waktu. Suasana kafe atau *store atmosphere* juga menjadi identitas sebuah kafe dan resto. Kotler (1973) berpendapat bahwa kualitas toko dapat dilihat melalui dekorasi toko dan atmosfernya. Atmosfer toko merupakan media komunikasi secara terselubung yang dapat menunjukkan kualitas dari kafe dan resto tersebut, sehingga Kotler (1973), menyatakan atmosfer dapat berfungsi sebagai alat membujuk konsumen agar menggunakan jasa atau membeli barang yang ada dan bertahan lebih lama didalam kafe.. Kondisi *store atmosphere* kafe yang baik dapat memberikan kesan yang positif kepada para pengunjung, begitu juga sebaliknya *store atmosphere* yang buruk dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap pengunjung, dengan kata lain kondisi *store atmosphere* memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung.

Salah satu kafe yang ada di Kota Malang yang memiliki permasalahan *store atmosphere* adalah kafe *La Aquanos*. Suasana eksisting Kafe *La Aquanos* terbilang cukup unik, dengan perpaduan area terbuka dan semi tertutup dengan mengedepankan konsep anak muda dan kekinian menjadikan Kafe ini unik jika dibandingkan dengan kafe lainnya. Namun secara arsitektural kondisi fisik dari kafe *la aquanos* memiliki beberapa kekurangan, seperti warna perabot yang kusam, material lantai yang kurang sesuai, kondisi beberapa perabot yang rusak, material pelapis dinding yang tidak sesuai menjadikan kondisi fisik arsitektural kafe kurang menarik. Kondisi fisik bangunan yang kurang menarik berbanding terbalik dengan banyaknya pengunjung yang datang. Kafe ini cukup digemari oleh pengunjung terutama oleh anak muda, fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengunjung kafe pada malam hari. Melihat dari fenomena yang ada terdapat faktor tertentu yang memengaruhi kondisi kafe *la aquanos*.

Kondisi fisik arsitektural memiliki kaitan dengan *store atmosphere*. Karena semua elemen dari *store atmosphere* merupakan elemen yang berkaitan dengan elemen arsitektural. Kondisi fisik arsitektural yang kurang menarik menjadikan *store atmosphere* kurang baik. Kondisi store atmosfer dapat memberikan pengaruh pada pengunjung karena saat ini pengunjung juga melihat aspek suasana dan kenyamanan sebagai pertimbangan dalam memilih kafe. *Store atmosphere* yang baik dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap pengunjung, begitu juga dengan *store atmospher* yang buruk dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap perilaku pengunjung.

Penelitian yang mengkaji atau membahas pengaruh *store atmosphere* terhadap perilaku pelanggan atau pengunjung sudah banyak dilakukan. Penelitian ini banyak dilakukan dalam dunia ekonomi dan bisnis, sebagai contoh adalah penelitian yang dilakukan oleh Meldarianda, dkk (2010), Kusumawidagdo (2010) dan sukma, dkk (2012). Penelitian yang sudah dilakukan oleh ketiga peneliti merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa survey dan kuisisioner. Hasil dari penelitian terdahulu yang sudah dilakukan menunjukkan terdapat hubungan antara *store atmosphere* dan perilaku pengunjung. Penelitian yang sudah dilakukan kemudian dijadikan acuan dalam penelitian ini, karena terdapat kemiripan objek dan tema yang dibahas. Dalam penelitian ini dipilih Kafe *La aquanos* sebagai objek penelitian untuk melihat pengaruh *Store Atmosphere* terhadap perilaku pengunjung.

Pada penelitian ini peneliti melihat bagaimana perilaku dan aktivitas remaja dipengaruhi oleh store atmosfer dan pengaruh yang ditimbulkan oleh kondisi *store*

atmospher terhadap perilaku pengunjung terutama dalam hal interaksi dengan menggunakan teknik *behavioral mapping*. Setelah melakukan pemetaan, penulis membagikan kuisisioner terhadap pengunjung. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat diketahui faktor yang memberikan pengaruh. Faktor yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* pada perilaku pengunjung adalah elemen pembentuk *store atmosphere*. Dari hasil penelitian dapat diketahui elemen *store atmosphere* yang paling berpengaruh terhadap perilaku pengunjung. Hasil dari penelitian dapat menjadi pedoman dalam menciptakan kondisi *store atmosphere* yang baik bagi pengunjung.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Pertumbuhan jumlah remaja ataupun pelajar mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini menjadi tantangan bagi pihak pemerintah maupun swasta untuk dapat menyediakan fasilitas yang mendukung aktivitas dan memberikan dampak yang positif bagi remaja/pelajar.
2. Pertumbuhan jumlah kafe menandakan bahwa kafe menjadi pilihan dalam pemenuhan kebutuhan dikalangan remaja dan pelajar. Namun, belum dapat diketahui sejauh mana kafe dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan dampak positif bagi remaja/pelajar.
3. Kondisi *store atmosphere* yang dimiliki oleh kafe dapat memberikan dampak terhadap pengunjung. *Store atmosphere* yang baik dapat memberikan dampak yang positif terhadap pengunjung, sedangkan *store atmosphere* yang buruk dapat memberikan dampak negatif terhadap pengunjung.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Bagaimana hubungan *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung di kafe *La Aquanos*?
2. Apa saja komponen *store atmosphere* yang mempengaruhi pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*?
3. Bagaimana *store atmosphere* dapat mendukung proses interaksi pengunjung di kafe *La Aquanos*?

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Lokasi penelitian berada di Kafe *La Aquanos* dengan konsentrasi atau fokus terhadap observasi lapangan aktivitas pengunjung remaja di dalam area makan kafe.
2. Subjek pengamatan terdiri dari pengunjung *La Aquanos* pada rentang waktu pengamatan.
3. Pengamatan dilakukan pada *weekend* dan *weekday* di bulan April 2018 dengan durasi pengamatan dua jam saat makan pagi (07.00-10.00), makan siang (11.00-15.00) dan malam hari (19.00-22.00).

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*.
2. Mengetahui komponen *store atmosphere* yang mempengaruhi pola perilaku pengunjung pada Kafe *La Aquanos*.
3. Menghasilkan tatanan *store atmosphere* yang mendukung interaksi pengunjung *La Aquanos*.

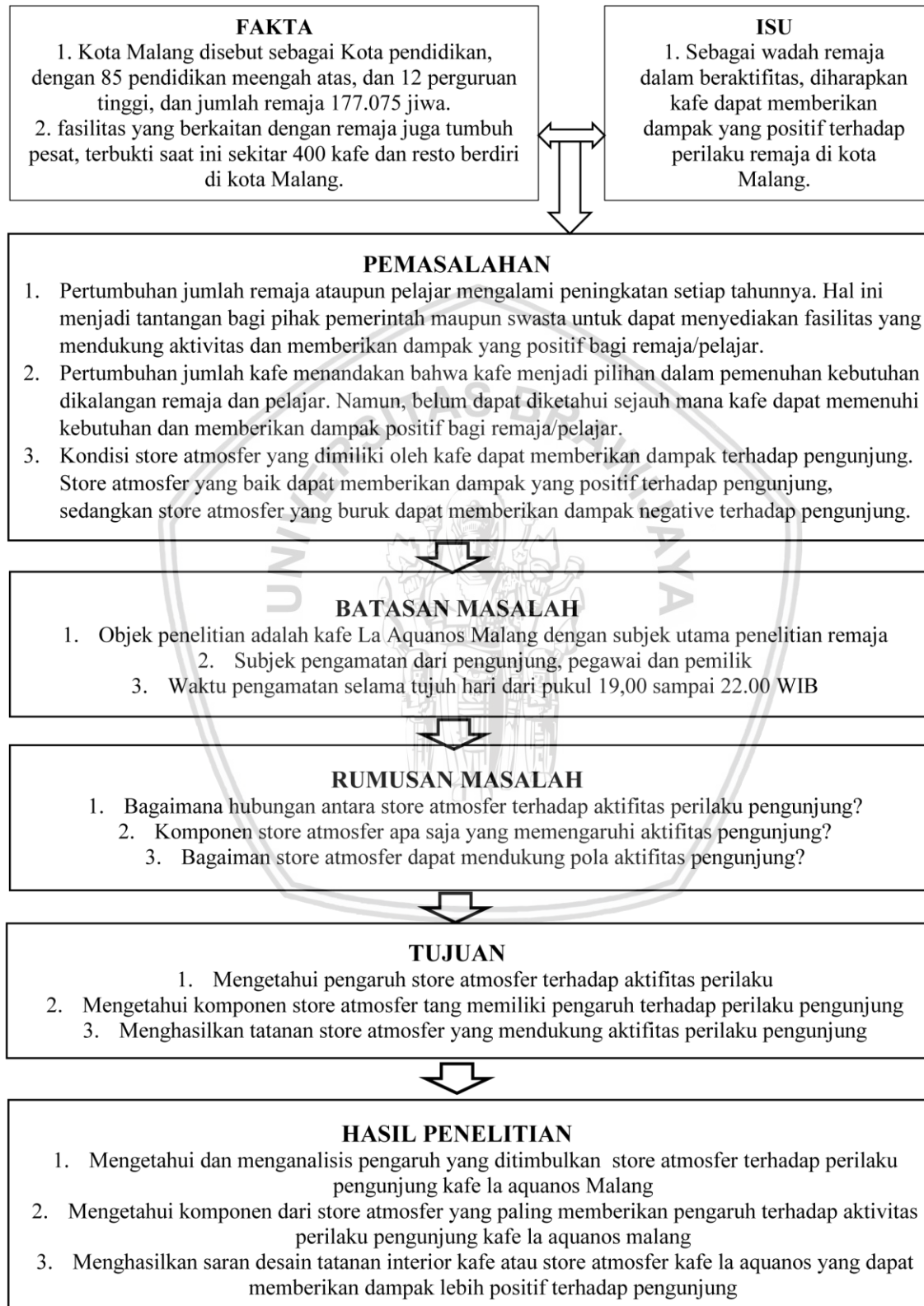
1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut,

1. Memberikan data informasi mengenai hubungan *store atmosphere* dan aktivitas pengunjung.
2. Menjadi bahan evaluasi dan improvisasi sebagai rujukan dalam hal desain atau konsep ruang pada kafe yang menjadi objek penelitian dan kafe lainnya.

1.7 Diagram Alur Pemikiran

Alur pemikiran penelitian disajikan dalam bentuk Diagram Alur Pemikiran seperti **Gambar 1.1** berikut,



Gambar 1.1. Diagram alur pemikiran

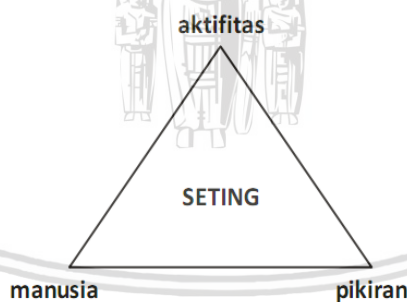
BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ruang Komunal

Ruang komunal berasal dari kata asing yaitu *communal* yang artinya hubungan individu dengan umum. Ruang komunal adalah ruang yang dapat memwadahi aktifitas sosial yang meliputi seluruh anggota masyarakat atau komunitas (Wijayanti, 2000). Ruang komunal juga disebut dengan ruang publik, menurut Carr (1992), ruang publik harus memiliki beberapa kemampuan diantaranya ruang publik harus responsif, demokratis dan *meaningful*. Responsif berarti ruang publik dapat mengakomodasi semua jenis kegiatan masyarakat dan kepentingan luas. Demokratis berarti dapat digunakan oleh semua orang dan *meaningful* berarti ruang publik memiliki hubungan dan dapat memberikan arti kepada para penggunanya.

Ruang komunal memungkinkan sekelompok orang atau komunitas untuk bertemu baik secara individu ataupun bersama-sama dalam sebuah aktivitas, diskusi dalam satu tempat (Lang, 1987). Ruang komunal merupakan *setting* yang dipengaruhi oleh tiga unsur yaitu manusia sebagai subjek pelaku, aktivitas dan pikiran manusia, keterkaitan ketiga unsur tersebut dapat digambarkan dalam diagram pada **Gambar 2.1** (Purwanto, 2007).



Gambar 2.1 Keterkaitan pelaku, aktivitas dan pikiran dalam *Setting*

(sumber : Purwanto, 2012)

Dalam Interaksi antara manusia dan lingkungan, manusia sebagai subjek selalu berusaha untuk selalu beradaptasi dengan lingkungannya. Hal ini terjadi akibat adanya kemampuan individu berupa kemampuan kognitif untuk memunculkan reaksi tertentu terhadap kondisi sekitar yang menarik minatnya dalam hal memenuhi kebutuhan (Purwanto, 2012).

2.2 Kafe

Pengertian kafe menurut Marsum (2005) adalah suatu tempat yang menyediakan makanan atau minuman dengan dilengkapi suasana tempat santai dan tidak resmi, dengan adanya tempat duduk di dalam ataupun di luar. Pada umumnya, Kafe tidak menyediakan makanan berat namun hanya menyediakan menu makanan ringan seperti kue, roti, dan minuman. Kafe menawarkan suasana yang nyaman bagi para pengunungnya yang merasa bosan dan lelah. Selain itu, Kafe merupakan wadah bersosialisasi, berkumpul bersama kelompok baik hanya untuk bersantai maupun rapat.

Kafe memiliki beberapa cara dalam menyajikan makanan atau minuman pada pelanggannya. Bergantung pada tema ataupun kondisi masyarakat yang ada di daerah tersebut. Cara penyajian makanan atau minuman di dalam kafe dapat dibedakan menjadi beberapa cara, yaitu :

- a. *Self Service*, adalah sebuah jenis kafe dimana pengunjung melayani dirinya sendiri. Pengunjung yang datang kemudian mengambil sendiri makanan dan minuman yang mereka inginkan yang sudah disediakan kemudian menuju ke kasir dan membayar makanan yang mereka ambil.
- b. *Waiter of Waitress Service to Table*, adalah jenis kafe dimana pengunjung datang lalu duduk pada tempat yang tersedia, kemudian pramusaji akan datang dan melayani mereka, mengantar menu dan makanan hingga membayar ke kasir. Jenis kafe ini termasuk kafe formal.
- c. *Counter Service*, adalah jenis kafe dimana terdapat area khusus yang terdapat display makanan tersedia, biasanya digunakan untuk kafe cepat saji dan tidak formal.
- d. *Automatic Vending*, adalah jenis kafe yang menggunakan mesin otomatis. Pengunjung memasukkan koin dan memilih menu yang diinginkan.

2.3 Store Atmosphere Menurut Arsitektur

Atmosphere (suasana toko) adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sarasanya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli (Kotler, 2005). Store atmosphere mempengaruhi keadaan emosi pembeli yang menyebabkan atau mempengaruhi pembelian. Keadaan emosional dapat membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan. (Sutisna dan Pawitra, 2001) mengatakan store atmosphere adalah status afeksi dan kognisi yang dipahami konsumen dalam suatu toko, walaupun mungkin tidak sepenuhnya disadari pada saat berbelanja.

Store atmospher memiliki beberapa elemen yang menjadi variabel dalam menentukan pengaruhnya terhadap perilaku pengunjung. Menurut Kotler (1973) faktor-faktor atau elemen *store atmosphere* yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung adalah *lighting*, *layout*, *sound*, *colours* dan *temperature*. Semua faktor atau variabel tersebut dipercaya dapat memberikan pengaruh terhadap pengunjung dan menjadikan kelima elemen tersebut sebagai variabel dalam pengamatan ini.

2.3.1 *Lighting* (pencahayaan)

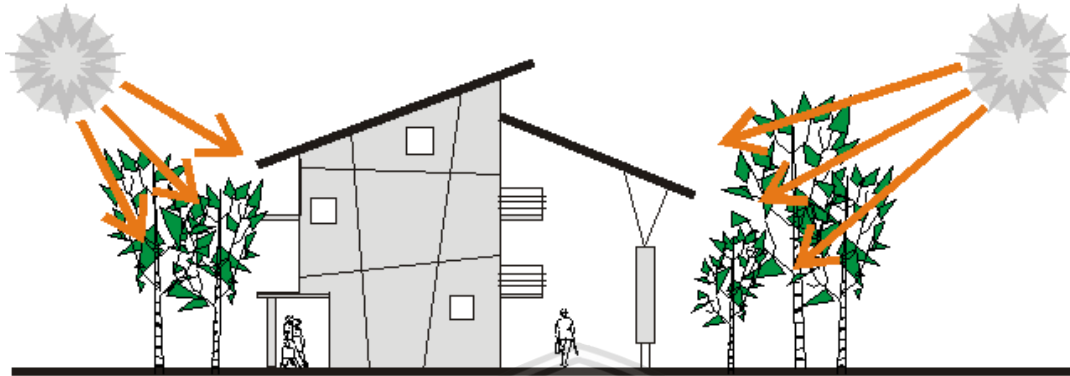
Pencahayaan dibentuk oleh kata dasar yaitu cahaya. Cahaya adalah energi yang terpancar ke semua arah dan menyebar ke area yang lebih besar ketika keluar dari sumbernya. Ketika menyebar, cahaya juga berbeda intensitas menurut jarak dari sumbernya (Ching, 2011). Sedangkan Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Pencahayaan atau disebut juga penyinaran adalah pemberian cahaya (sinar) terhadap suatu objek, atau dapat juga diartikan sebagai proses, cara, perbuatan memberi cahaya. Pencahayaan menjadi faktor yang penting dalam dunia arsitektur, dikarenakan kualitas pencahayaan yang baik dapat mendukung aktivitas para pengguna dalam ruang tersebut. Pencahayaan terhadap suatu ruangan atau objek dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan.

a. Pencahayaan Alami

Menurut Satwiko (2004) dalam Astuti (2016) cahaya alami merupakan cahaya yang didapatkan suatu objek dari sinar matahari secara langsung dari awal matahari terbit hingga terbenam. Pencahayaan alami juga dapat diartikan sebagai pencahayaan yang berasal dari sumber alam, pada umumnya dikenal sebagai cahaya matahari (SNI, 2011). Pencahayaan alami dibedakan menjadi dua yaitu sunlight dan daylight. Berdasarkan ketentuan yang ada dalam SNI tentang pencahayaan, Pencahayaan alami harus memenuhi ketentuan-ketentuan sebagai berikut,

1. Pencahayaan alami dalam bangunan gedung harus memenuhi ketentuan SNI tentang tata cara perancangan sistem pencahayaan alami pada bangunan gedung.
2. Dalam pemanfaatannya, radiasi yang ditimbulkan oleh cahaya matahari langsung ke dalam bangunan gedung harus dibuat seminimal mungkin untuk menghindari timbulnya peningkatan temperatur pada ruang dalam bangunan.
3. Cahaya langit bukaan transparan pada bangunan harus diutamakan daripada cahaya matahari langsung.

4. Cahaya alami di siang hari harus dapat dimanfaatkan sebaik-baiknya sebagai alternatif cahaya tambahan untuk mengurangi penggunaan energi listrik pada bangunan dengan mempertimbangkan aspek-aspek sistem terkait.



Gambar 2.2 Ilustrasi pencahayaan alami

sumber :Arsitekturdanlingkungan.wg.ugm.ac.id/2015

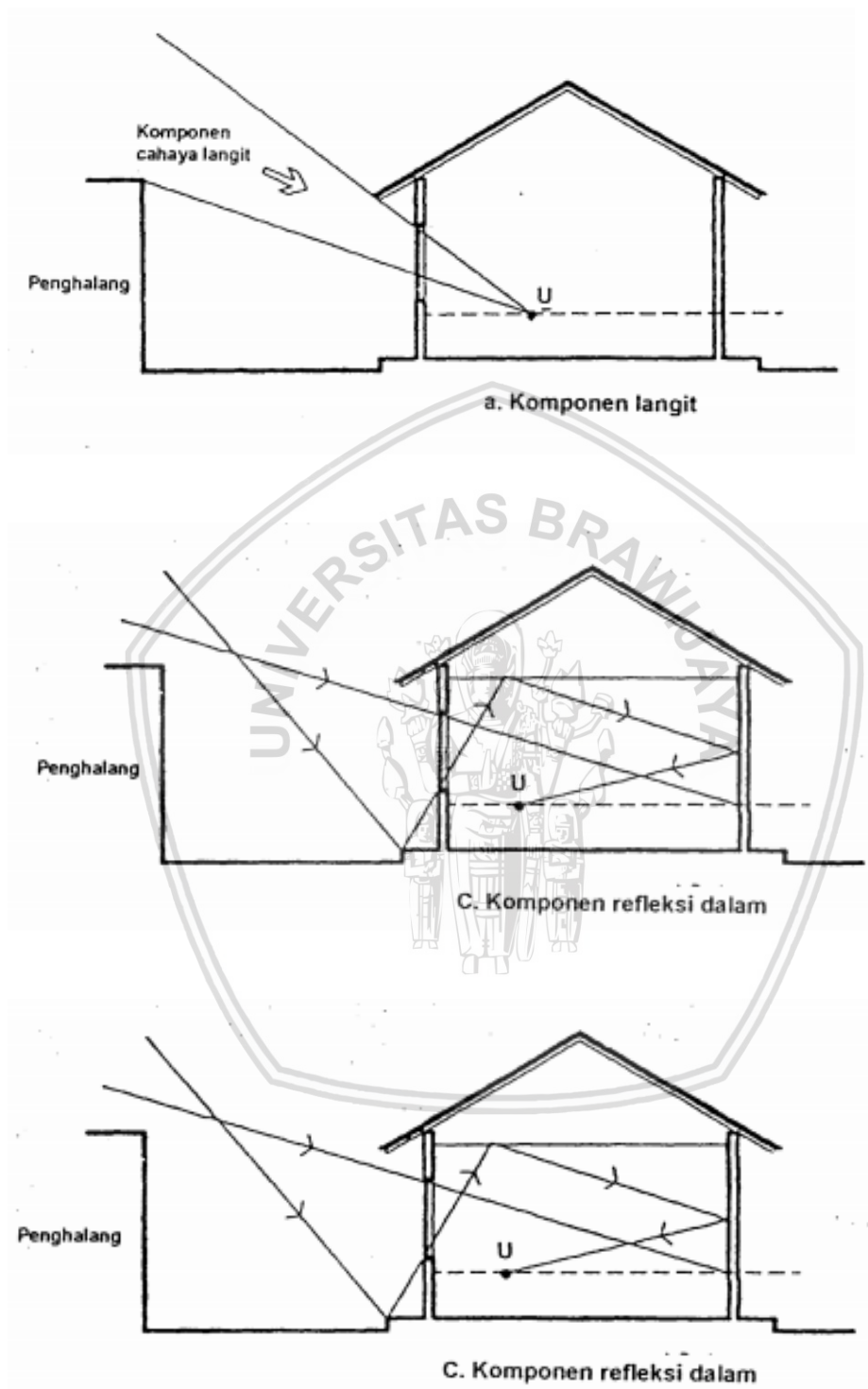
Pencahayaan alami yang masuk ke dalam gedung berupa cahaya matahari. Cahaya matahari yang masuk dapat dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu (Szokolay et al, 2001) dalam Aditama (2013)

1. Cahaya matahari langsung;
2. Cahaya difus dari terang langit;
3. Cahaya difus dari pantulan tanah atau bangunan lainnya.

Pada kondisi iklim tropis, cahaya matahari langsung harus selalu dihindari karena membawa panas masuk ke dalam bangunan, caranya dapat melalui desain bentuk bangunan dan elemen pembayangan (*shading devices*) baik yang bergerak maupun yang tetap. Tingkat pencahayaan alami dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor pencahayaan alami siang hari adalah perbandingan tingkat pencahayaan pada suatu titik dari suatu bidang tertentu di dalam suatu ruangan terhadap tingkat pencahayaan bidang datar di lapangan terbuka yang merupakan ukuran kinerja lubang cahaya ruangan tersebut. Faktor pencahayaan alami siang hari terdiri dari 3 komponen meliputi :

- a. Komponen langit (faktor langit) yakni komponen pencahayaan langsung dari cahaya langit.
- b. Komponen refleksi luar (faktor refleksi luar) yakni komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi benda-benda yang berada di sekitar bangunan yang bersangkutan.
- c. Komponen refleksi dalam (faktor refleksi dalam) yakni komponen pencahayaan yang berasal dari refleksi permukaan-permukaan dalam ruangan, dari cahaya yang

masuk ke dalam ruangan akibat refleksi benda-benda di luar ruangan maupun dari cahaya langit.



Gambar 2.3 Faktor pencahayaan alami siang hari

(Sumber: SNI 03-2396-2001)

b. Pencahayaan Buatan

Pencahayaan buatan berdasarkan SNI-6197 tahun 2011 adalah pencahayaan yang dihasilkan oleh sumber cahaya buatan manusia (selain dari cahaya alami). Pencahayaan buatan sangat diperlukan apabila posisi ruangan sulit dicapai oleh pencahayaan alami atau saat kebutuhan pencahayaan alami tidak mencukupi untuk menerangi sebuah ruang. Dalam menentukan pencahayaan buatan dalam suatu ruangan haruslah memenuhi standar yang ada, dalam hal ini adalah SNI. Setiap fungsi ruang tentu memiliki perbedaan aktifitas dan kebutuhan akan pencahayaan. Untuk itu ditetapkan Tingkat pencahayaan minimal. Tingkat pencahayaan yang direkomendasikan tidak boleh kurang dari tingkat pencahayaan pada table berikut.

Tabel 2.1 Tingkat pencahayaan SNI-6197-2011

| Fungsi ruang | Tingkat pencahayaan(lux) | Kelompok renderasi warna | Warm <3300 k | Warmwhite 3300-5300 k | Cooldaylight >5300 k |
|-------------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------|----------------------|
| Hotel dan restoran | | | | | |
| Ruang resepsionis | 300 | 1 atau 2 | O | O | |
| Lobi | 350 | 1 | O | O | |
| Ruang serba guna | 200 | 1 | O | O | |
| Ruang rapat | 300 | 1 | O | O | |
| Ruang makan kafetaria | 250 | 1 | O | O | |
| Kamar tidur | 150 | 1 atau 2 | O | | |
| Koridor | 100 | 1 | O | O | |
| dapur | 300 | 1 | O | O | |
| Rumah tinggal | | | | | |
| Teras | 60 | 1 atau 2 | O | O | |
| Ruang tamu | 150 | 1 atau 2 | | O | |
| Ruang makan | 250 | 1 atau 2 | O | | |
| Ruang kerja | 300 | 1 | | O | O |
| Ruang tidur | 250 | 1 atau 2 | O | O | |
| Kamar mandi | 250 | 1 atau 2 | | O | O |
| Dapur | 250 | 1 atau 2 | O | O | |
| garasi | 60 | 3 atau 4 | | O | O |
| Pertokoan atau ruang pameran | | | | | |
| Show room mobil | 500 | 1 | O | O | O |
| Area jual kecil | 300 | 1 atau 2 | | O | O |

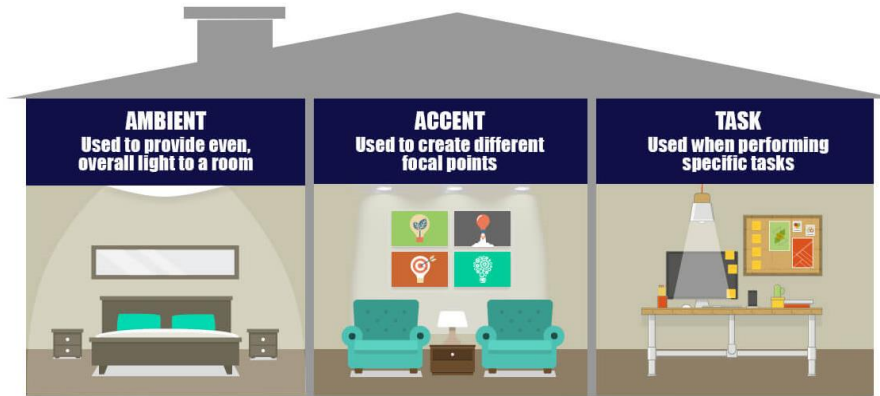
| | | | | | |
|--------------------------|-----|----------|---|---|---|
| Area jual besar | 500 | 1 atau 2 | | O | O |
| Area kasir | 500 | 1 atau 2 | | O | O |
| Toko kue dan makanan | 250 | 1 | O | O | |
| Toko bunga | 250 | 1 | | O | |
| Toko buku dan alat tulis | 300 | 1 | O | O | O |
| Toko perhiasan | 500 | 1 | O | O | |
| Toko barang kulit | 500 | 1 | O | O | |
| Toko pakaian | 500 | 1 | O | O | |
| Pasar swalayan | 500 | 1 atau 2 | O | O | |
| Toko mainan | 500 | 1 | O | O | |
| Toko elektronik | 250 | 1 atau 2 | O | O | O |
| Toko alat musik | 250 | 1 | O | O | O |
| Toko olahraga | 250 | 1 | O | O | O |

Tabel 2.1 Standar Nasional Indonesia tentang pencahayaan

(Sumber: SNI -6197-2011)

Tabel diatas merupakan ketentuan minimal intensitas pencahayaan dalam suatu fungsi ruang yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan aktifitas didalam ruang tersebut. Namun tidak semua fungsi ruang memiliki standar didalam sni, sehingga untuk mengatasi hal tersebut digunakan fungsi sejenis ataupun fungsi yang mendekati sebagai acuan standar nasional yang ada. Pencahayaan buatan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu pencahayaan general atau umum dan pencahayaan khusus. Pencahayaan general merupakan pencahayaan standar didalam suatu ruang. Pencahayaan umum memiliki intensitas luminasi yang merata di dalam suatu ruangan karena berfungsi untuk menerangi secara umum. Sedangkan pencahayaan khusus memiliki tingkat intensitas luminasi yang berbeda. Pencahayaan khusus dapat dibedakan lagi menjadi dua, yaitu sebagai decorasi dan fungsi spesifik.

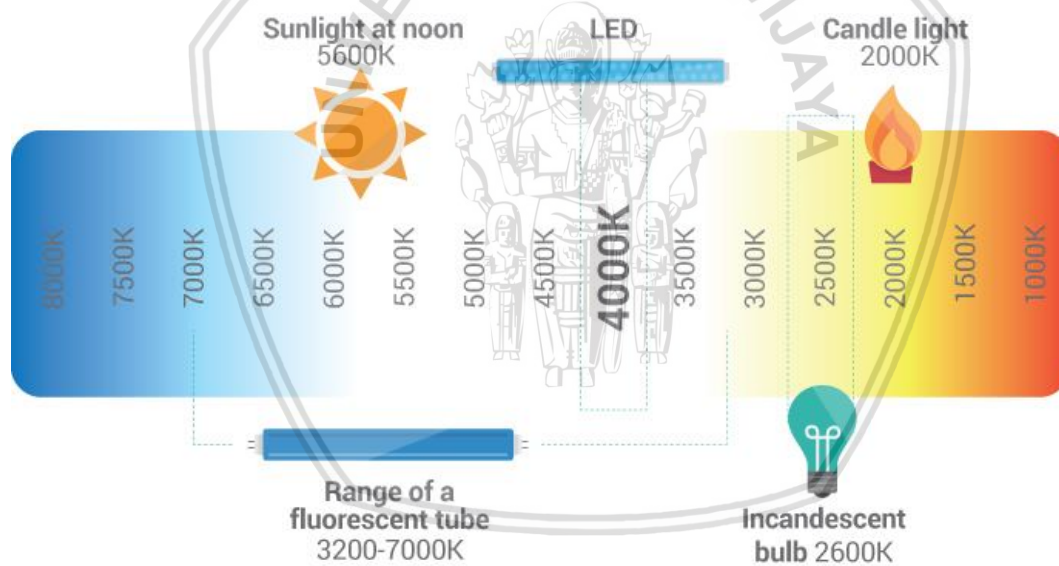
Pencahayaan bersifat dekoratif dimaksudkan untuk mengekspos suatu objek didalam ruangan sehingga lebih menonjol peran keberadaanya, juga dimaksudkan untuk memberikan kesan yang berbeda. Pencahayaan bersifat fungsi spesifik digunakan untuk fungsi fumgsi tertentu, misalkan pencahayaan membaca dan lain sebagainya. Pencahayaan khusus dapat berupa perbedaan luminasi ataupun perbedaan warna dengan pencahayaan umum. Berikut contoh ilustrasi jenis pencahayaan buatan.



Gambar 2.4 Ilustrasi pencahayaan buatan

Sumber : goggle picture, 2018

Pencahayaan buatan dapat memberikan dampak psikologi pada penggunaannya melalui warna. Warna dalam pencahayaan buatan ditentukan oleh *kelvin light scale*. Kelvin mengelompokkan warna berdasarkan intensitasnya, dari yang terendah hingga tertinggi. Setiap



Gambar 2.5 Kelvin scale

(Sumber: constant-lighting.com,2018)

Setiap kelompok mewakili bentuk pencahayaan buatan masing-masing, mulai dari lilin atau api, sampai dengan lampu fluoerense. Warna yang dihasilkan oleh *Kelvin scale* ini dikelompokkan menjadi empat yaitu merah, kuning, putih dan biru. Warna itulah yang akan memberikan pengaruh terhadap pengguna disuatu ruang.

| COLOR TEMPERATURE | WARM WHITE | SOFT WHITE | NEUTRAL | COOL | SOFT DAYLIGHT | DAYLIGHT |
|-------------------|-------------------------------|---|---|--|------------------------------|---|
| KELVIN | 2700K | 3000K | 3500K | 4100K | 5000K | 6500K |
| MOOD & EFFECTS | FRIENDLY, PERSONAL, INTIMATE | SOFT, WARM, PLEASING LIGHT | FRIENDLY, INVITING, NON-THREATENING | NEAT, CLEAN, EFFICIENT | BRIGHT, ALERT | BRIGHT, COOL |
| APPLICATIONS | HOMES, LIBRARIES, RESTAURANTS | HOMES, HOTEL ROOMS, LOBBIES, RESTAURANTS, RETAIL STORES | EXECUTIVE OFFICES, PUBLIC RECEPTION AREAS, SUPERMARKETS | OFFICES, CLASSROOMS, MASS MERCHANDISERS, SHOWROOMS | GRAPHICS INDUSTRY, HOSPITALS | JEWELRY STORES, BEAUTY SALONS, GALLERIES, MUSEUMS, PRINTING |

| | | | | | |
|--------------|---------------------------------|------|---------------------|-----------------------|------------------------------|
| Kelvin | 2700 | 3000 | 3500 | 4100 | 6500 |
| Atmosphere | Warm | | Neutral | Cool | Daylight |
| Mood Created | Inviting, Comfortable, Relaxing | | Efficient, Balanced | Bright, Clean, Lively | Crisp, Refreshing, Energetic |

Gambar 2.6 Kelvin scale dan aplikasi

(Sumber: *constant-lighting.com*, 2018)

2.3.2 Layout (Tata Letak)

Layout dapat didefinisikan sebagai tata letak elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan. (Rustan, 2009). *Layout* juga dapat dikatakan sebagai penyusunan elemen desain yang berhubungan kedalam sebuah bidang atau ruang sehingga membentuk susunan yang artistik. Tata letak meliputi beberapa elemen, beberapa diantaranya yaitu tata letak perabot dan sirkulasi, sehingga dalam suatu ruang dapat dibagi menjadi dua yaitu zona perabot dan zona sirkulasi.

Untuk menciptakan tata letak yang baik, tentu harus mengacu pada standar atau ketentuan yang ada, sehingga pengguna merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan selama didalam ruang tersebut. Perabot yang ada haruslah sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan begitu juga dengan sirkulasi harus sesuai dengan standar gerak manusia. Berikut merupakan beberapa ketentuan standar perabot dan ruang gerak yang berkaitan dengan aktifitas kafe

a. Area parkir

Area parkir menjadi salah satu elemen tata letak yang harus diperhatikan, area parkir harus memudahkan sirkulasi para pengguna, dan tidak mengakibatkan kemacetan di jalan raya. Setiap fungsi bangunan harus menyediakan lahan parkir yang memadai dengan melihat jumlah pengguna ataupun melihat ketentuan yang sudah ada. Standar untuk area parkir sebuah kafe yang sudah ditentukan adalah sebagai berikut,

Tabel 2.2 Standar kapasitas parkir berdasarkan fungsi

| Peruntukan | SRP untuk mobil penumpang | Kebutuhan ruang parkir |
|-----------------------|---|------------------------|
| Pusat perdagangan | | |
| a. Pertokoan | SRP / 100m ² luas lantai efektif | 3,5-7,5 |
| b. Pasar swalayan | SRP / 100m ² luas lantai efektif | 3,5-7,5 |
| c. pasar | SRP / 100m ² luas lantai efektif | 3,5-7,5 |
| Pusat perkantoran | | |
| a. pelayanan non umum | SRP / 100m ² luas lantai efektif | 1,5-3,5 |
| b. pelayanan umum | SRP / 100m ² luas lantai efektif | 1,5-3,5 |
| c. sekolah | SRP/mahasiswa | 0,7-1,0 |
| d. hotel | SRP/kamar | 0,2-1,0 |
| e. rumah sakit | SRP/tempat tidur | 0,2-1,3 |
| f. bioskop | SRP/tempat duduk | 0,1-0,4 |

Tabel 2.2 standar kapasitas parkir berdasarkan fungsi

Sumber: (Dir. Jen. Perhub Darat (1996))

Dikarenakan kafe tidak tercantum maka menggunakan area pertokoan dengan pertimbangan fungsi yang sejenis yaitu jasa komersil. Dalam tabel dapat dilihat bahwa pertokoan menggunakan 3,5 – 7,5 dari 100 m² luas efektif lantai bangunan. Itulah luas lahan parkir yang harus disediakan oleh pengelola. Setelah mengetahui luas area parkir yang harus disediakan tentu pengelola harus melihat standar ukuran per item, agar dapat ditentukan apakah ukuran tersebut sudah cukup atau belum.

Kendaraan yang memasuki area parkir dibedakan menjadi tiga jenis yaitu kendaraan pengelola, kendaraan pelanggan, dan kendaraan service. Kendaraan *service* lebih pada kebutuhan pengelola dalam memenuhi kebutuhan tempat usahanya. Ukuran standar parkir untuk setiap kendaraan baik itu mobil ataupun motor dicantumkan dalam tabel berikut,

Tabel 2.3 Standar luasan lahan parkir

| Jenis kendaraan | Satuan ruang parkir (m ²) |
|---------------------------------|---------------------------------------|
| a. mobil penumpang golongan I | 2.30 x 5.00 |
| b. mobil penumpang golongan II | 2.50 x 5.00 |
| c. mobil penumpang golongan III | 3.00 x 5.00 |
| d. bus atau truk | 3.40 x 12.50 |
| e. sepeda motor | 0.75 x 2.00 |

Tabel 2.3 standar luasan lahan parkir

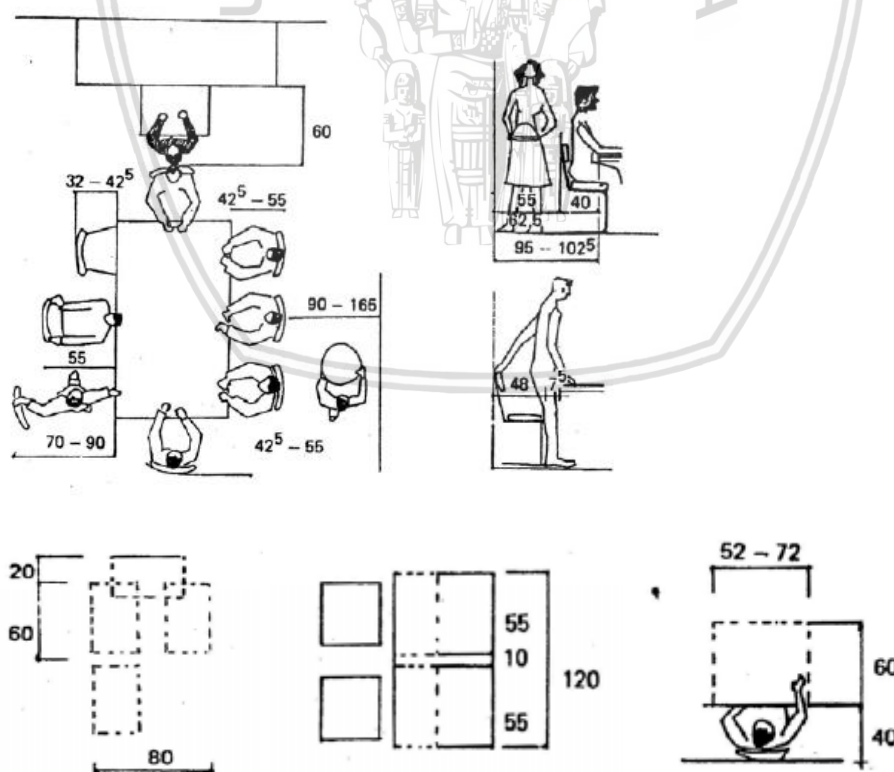
(Sumber: Dirjen Perhub Darat, 1996)

Dengan mengetahui ukuran dari tiap kendaraan maka dapat ditentukan berapa jumlah kendaraan yang dapat ditampung di area parkir tersebut sehingga pengelola dapat menentukan apakah perlu adanya penambahan lahan parkir agar setiap pelanggan dapat parkir di area parkir yang disediakan.

b. Area makan

Area makan dalam suatu kafe sangatlah penting dikarenakan area inilah yang menjadi bagian utama dari sebuah kafe. Area makan dalam kafe dapat berupa formal maupun informal, bergantung dari tema kafe itu sendiri. Dalam area makan terdapat perabot yang menjadi elemen pendukung, sehingga tata letak perabot harus sesuai dengan standard dan harus ergonomis agar pengunjung merasa nyaman dan tidak mengalami kesulitan.

Acuan dasar dari penentuan tata letak perabot baik itu dimensi maupun jarak ditentukan dari standar gerak manusia, seperti posisi duduk, berdiri ataupun berjalan. Dengan demikian akan tercipta tata letak yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Berikut merupakan beberapa standar area makan yang didasarkan pada kebutuhan aktifitas manusia sebagai pelaku.



Gambar 2.7 ilustrasi standar ruang gerak area makan

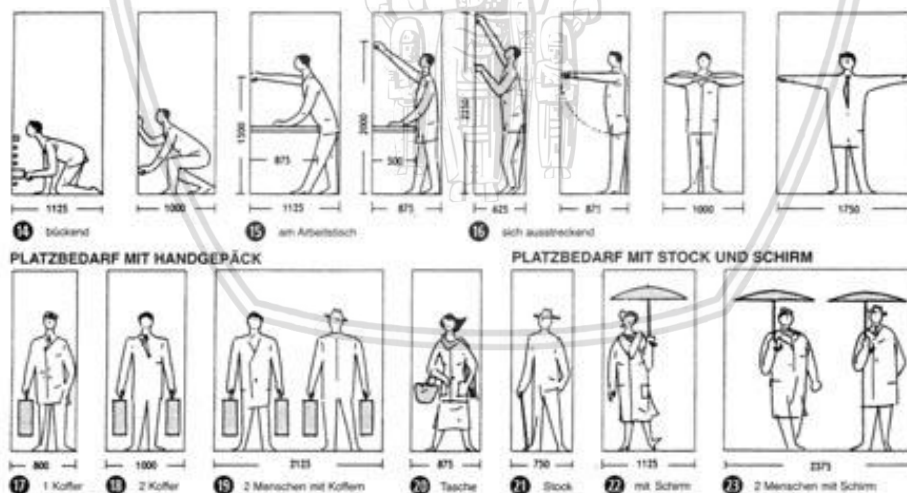
(Sumber: Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 306/KPTS/1989)

Dari standar yang ada dapat ditentukan bagaimana bentuk tata letak yang baik dan sesuai dengan kebutuhan para pengguna. Dengan adanya tata letak yang baik tentu akan memberikan dampak yang positif terhadap para pengguna. Standar yang ada bukan berarti selalu memberikan keadaan yang ideal, namun dengan adanya standar menjadikan ukuran dan dimensi tersebut sebagai pedoman dalam hal penataan letak perabot (Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 306/KPTS/1989).

c. Sirkulasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sirkulasi memiliki arti gerak setiap pribadi dari satu kelas sosial ke kelas sosial lain, baik secara vertikal maupun horizontal. Sedangkan dalam dunia Arsitektur sirkulasi adalah hubungan antar ruang satu dengan ruang lainnya yang bias dihubungkan baik secara vertical maupun horizontal.

Jalur sirkulasi didalam ruang memiliki peran penting dalam menghubungkan satu ruang dengan ruang lainnya, apabila sesuai dengan standar yang ada maka kualitas jalur sirkulasi tersebut dapat dikatakan baik. Namun apabila jalur sirkulasi tersebut tidak sesuai dengan standar maka dapat dikatakan bahwa jalur sirkulasi yang ada buruk. Pengunjung akan sangat menikmati jalur sirkulasi yang baik, sehingga perlu adanya acuan yang menjadikan jalur sirkulasi nyaman dan sesuai dengan kebutuhan



Gambar 2.8 ilustrasi standar ruang gerak berjalan

(Sumber : Data Arsitek)

Menurut data dari Neufert data arsitek standar minimal pergerakan satu orang berjalan tanpa barang adalah 60-90 cm. dalam sebuah fungsi ruang, tentu terdapat berbagai macam aktifitas yang dilakukan oleh pengunjung, sehingga penentuan ukuran jalur sirkulasi harus dapat memwadahi semua aktifitas yang ada baik itu pelanggan maupun pengelola. Pelanggan dan pengelola memiliki aktifitas yang berbeda sehingga keduanya memiliki kebutuhan

yang berbeda. Pelanggan hanya berjalan, sedangkan pengelola harus membawa hidangan, membersihkan, menata perabot, melayani pengunjung dan masih banyak lainnya. Dengan perbedaan aktifitas dan ruang gerak, tentu menjadikan mereka membutuhkan ruang yang lebih besar. Sehingga dalam penentuan ukuran lebar ruang gerak digunakan ukutan terbesar yang dibutuhkan individu dalam bergerak secara nyaman, sehingga ukuran tersebut dapat mengakomodasi semua aktifitas baik pengunjung maupun pegawai.

2.3.3 Sounds (Suara/Bunyi)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Bunyi adalah sesuatu yang terdengar (didengar) atau ditangkap oleh telinga baik itu nada, laras (pada alat musik atau nyanyian dan sebagainya). Bunyi juga dapat dikatakan sebagai sesuatu yang mengganggu atau biasa disebut bising. Menurut Sears & Zemansky (2004: 58), definisi umum dari bunyi (sound) adalah sebuah gelombang longitudinal yang merambat dalam suatu medium (padat, cair atau gas). Bentuk dan cara menghasilkan gelombang bunyi dapat diilustrasikan dari getaran selaput atau diafragma suatu pengeras suara.

Kepmen Nomor 48 Tahun 1996 tentang Baku Tingkat Kebisingan, menyatakan bahwa ambang batas kebisingan hotel standarnya 55 dB dan tempat rekreasi standarnya 70 dB. dalam hal ini kafe dapat digolongkan dalam tempat perdagangan dan jasa, sehingga bunyi yang ada didalam kafe tidak boleh melebihi standar yaitu 70 dB.

Tabel 2.4 Standar kebisingan fungsi ruang

| Peruntukan Kawasan/ Lingkungan Kegiatan | Tingkat kebisingan DB (A) |
|--|------------------------------|
| a. Peruntukan kawasan | |
| 1. Perumahan dan pemukiman | 55 |
| 2. Perdagangan dan Jasa | 70 |
| 3. Perkantoran dan Perdagangan | 65 |
| 4. Ruang Terbuka Hijau | 50 |
| 5. Industri | 70 |
| 6. Pemerintahan dan Fasilitas Umum | 60 |
| 7. Rekreasi | 70 |
| 8. Khusus: | |
| - Bandar udara *) | |
| - Stasiun Kereta Api *) | |
| - Pelabuhan Laut | 70 |
| - Cagar Budaya | 60 |
| b. Lingkungan Kegiatan | |
| 1. Rumah Sakit atau sejenisnya | 55 |
| 2. Sekolah atau sejenisnya | 55 |
| 3. tempat ibadah atau sejenisnya | 55 |

Table 2.4 standar kebisingan fungsi ruang

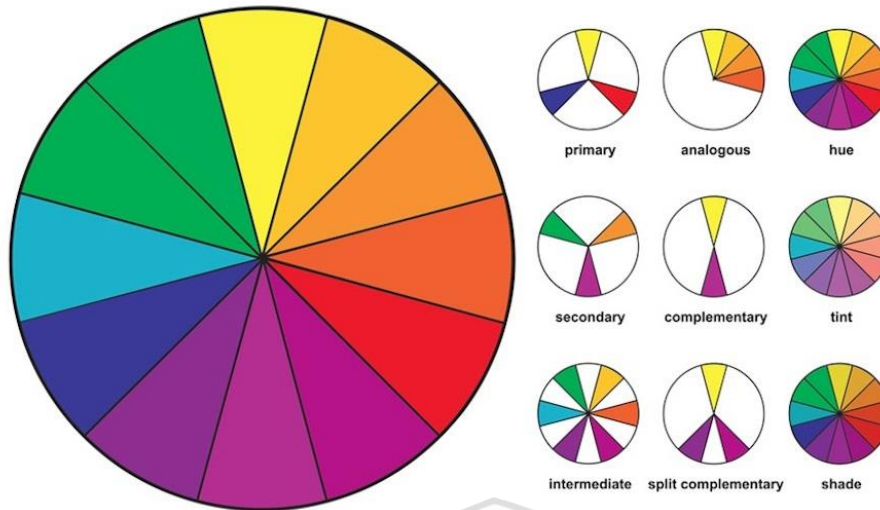
(Sumber : Kepmen Nomor 48 Tahun 1996 tentang Baku Tingkat Kebisingan)

Pada dasarnya sifat-sifat bunyi sama dengan sifat-sifat gelombang longitudinal, yaitu dapat dipantulkan (refleksi), dibiaskan (refraksi), dipadukan (interferensi), dan dapat dilenturkan (difraksi). Dengan demikian bunyi dapat di modifikasi atau diatur sesuai dengan kebutuhan yang ada, Sehingga tidak terjadi pelanggaran terhadap peraturan yang sudah ditentukan oleh pemerintah.

2.3.4 Colours (Warna)

Warna adalah spektrum tertentu yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna berwarna putih (Haidar, 2009). Warna juga dapat diartikan sebagai unsur rupa yang terbuat atau terbentuk dari pigmen zat warna. (Aminuddin, 2009). Pendapat dari ahli lainnya mengatakan warna adalah unsur yang biasanya paling dahulu menarik perhatian daripada unsur-unsur yang lain. Warna banyak memberikan pengaruh pada kehidupan manusia secara mendalam dan konstan. (Triandi, 2012). Secara umum, warna dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu

- a. Warna primer (warna pokok/dasar), ialah warna dasar yang belum dicampur oleh unsur warna lain. Jenis warna primer antara lain; merah (magenta red), kuning (yellow) dan biru (cyan blue).
- b. Warna sekunder (warna kedua), ialah hasil campuran antara warna primer yang satu dengan yang lainnya. Jenis warna sekunder adalah; hijau hasil campuran warna biru dengan kuning, jingga hasil campuran warna merah dengan kuning, dan ungu hasil campuran warna merah dengan biru.
- c. Warna tersier ialah campuran dari salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Jenis warnanya antara lain; warna coklat campuran warna ungu dengan merah, ungu kebiruan campuran warna ungu dengan biru, hijau kebiruan campuran warna hijau dengan biru, dan seterusnya.



Gambar 2.9 lingkaran warna dan jenis warna

(Sumber: tahanimaster.wordpress.com, 2018)

Teori selanjutnya yang membahas tentang warna, jenis dan karakternya adalah Teori Brewster (1831). Brewster mengelompokkan atau menyederhanakan warna yang ada di alam menjadi 4 kelompok warna utama, yaitu warna primer, sekunder, tersier, dan warna netral.

a. Warna primer

Warna primer Merupakan warna dasar yang tidak merupakan campuran dari warna-warna lain. Warna yang termasuk dalam golongan warna primer adalah merah, biru, dan kuning.

b. Warna sekunder

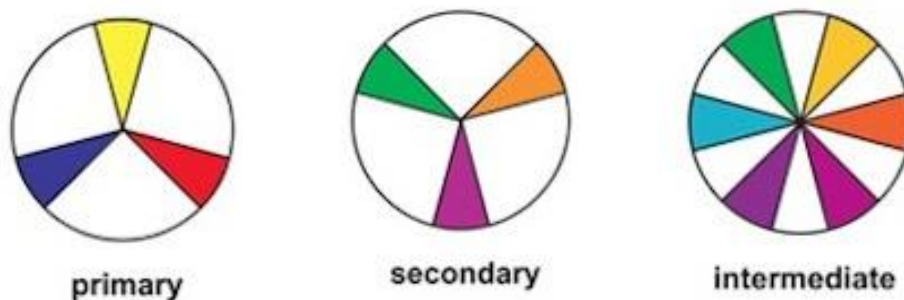
Warna sekunder Merupakan hasil pencampuran warna-warna primer dengan proporsi 1:1. Misalnya warna jingga merupakan hasil campuran warna merah dengan kuning, hijau adalah campuran biru dan kuning, dan ungu adalah campuran merah dan biru.

c. Warna tersier

Warna tersier Merupakan campuran salah satu warna primer dengan salah satu warna sekunder. Misalnya warna jingga kekuningan didapat dari pencampuran warna kuning dan jingga.

d. Warna netral

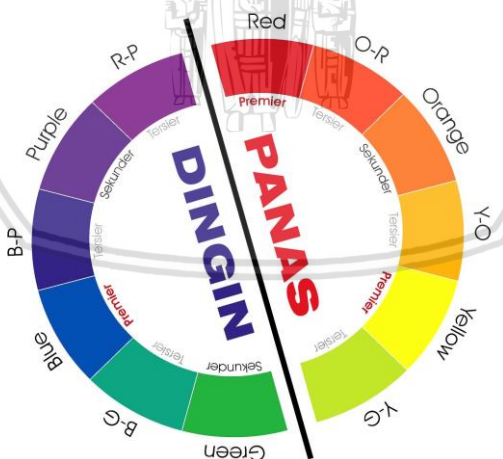
Warna netral adalah warna yang berasal dari campuran ketiga warna pokok dengan perbandingan dan takaran yang sama yaitu 1:1:1 sehingga akan memunculkan warna yang mencakup seluruh unsur warna. Warna netral adalah hitam dan putih.



Gambar 2.10 Jenis warna menurut teori warna

(Sumber: lingkarwarna.com/2016)

Laksmiwati (2012) mengatakan bahwa menurut teori warna, dilihat dari karakteristiknya warna dapat dikelompokkan menjadi warna hangat dan warna sejuk. Warna hangat sering diasosiasikan atau identik dengan api dan matahari, sehingga warna tersebut bersifat merangsang, hidup gembira dan mendorong. Yang termasuk dalam kelompok warna hangat adalah warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari merah hingga kuning. Warna warna sejuk diasosiasikan dengan langit dan air. Warna sejuk dapat memberikan kesan yang damai, tenang dan bersifat meredakan. Yang termasuk dalam kelompok warna sejuk adalah warna dalam rentang setengah lingkaran di dalam lingkaran warna mulai dari hijau hingga ungu.



Gambar 2.11 Kelompok warna berdasarkan karakter

(Sumber: grafis-media.website/2016)

Disamping warna dapat mengekspresikan sejuk dan hangat, warna juga dapat memberikan dampak psikologi kepada individu. Setiap warna memiliki kepribadiannya masing-masing yang menjadikan setiap warna memiliki arti dan pengaruh terhadap individu (Laksmiwati, 2012).

a. Kuning

Kuning merupakan warna dengan intensitas tinggi dan menarik perhatian, sehingga warna kuning sesuai digunakan dalam ruangan aktifitas, seperti ruang makan dan ruang bermain. Warna kuning dapat menggairahkan dan menyemarakkan suasana ruang, karena sifat warna kuning adalah ceria.



Gambar 2.12 Warna kuning

b. Jingga

Warna jingga diidentikkan dengan matahari tenggelam, sehingga warna jingga dapat merangsang, menggairahkan, dan menyemarakkan, disisi lain warna jingga dapat membuat nyaman dan gembira. Warna jingga dapat memberikan kesan dinamis dan atraktif.



Gambar 2.13 Warna jingga

c. Merah

Warna merah merupakan warna yang sangat menarik perhatian. Anak-anak sangat menyukai warna ini. Warna merah memberi kesan dinamis, menggairahkan, dan merangsang. Warna merah memiliki kesan yang agresif, berani dan perkasa. Untuk warna merah medium kesan yang diberikan adalah sehat, semangat hidup, penuh vitalitas. Sedangkan untuk merah cerah sering dikaitkan dengan asmara cinta dan birahi. Warna merah menuju ungu memberikan kesan feminis dan romantis.



Gambar 2.14 Warna merah

d. Ungu

Warna ungu bersifat tenang dan lembut, istirahat, murung, duka, sendu namun juga memberikan kesan anggun. Pada zaman mesir kuno warna ungu tua menjadi lambing kebesaran, dan ungu muda sebagai lambing kebijaksanaan.



Gambar 2.15 Warna ungu

e. Biru

Warna biru merupakan warna sangat sejuk, segar, tenang dan dapat mengurangi rangsangan. Warna biru dapat membantu dalam berkonsentrasi namun penggunaan

warna biru yang terlalu banyak dapat menimbulkan kesan melankolis. Warna biru juga memberikan arti maskulin dan sporty.



Gambar 2.16 Warna biru

f. Hijau

Warna hijau merupakan warna yang paling disukai oleh manusia. Hal ini didukung oleh beberapa tes psikologi yang dilakukan oleh para ahli. Warna hijau mengesankan kedekatan hubungan antara manusia dan alam. Warna hijau bersifat sejuk namun dapat juga memberikan kesan hidup dan bertahan. Warna hijau memberikan dampak menenangkan bagi individu.



Gambar 2.17 Warna hijau

g. Coklat

Kesan yang dimunculkan oleh warna coklat adalah istirahat, hangat, gersang, alamiah, ksatria, suram, damai, tenang dan akrab. Penggunaan warna coklat sebaiknya dikombinasikan dengan warna lain, dikarenakan warna coklat akan menekan semangat jika digunakan senirian.



Gambar 2.18 Warna coklat

h. Abu-abu

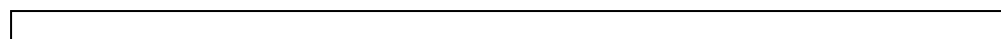
Warna abu-abu memberikan kesan dingin, mendung, ketenangan, kedamaian, formal, dan lembut. Warna ini merupakan warna yang harus dikombinasikan dengan warna yang lebih hidup, karena warna abu-abu dapat mematikan semangat.



Gambar 2.19 Warna abu-abu

i. Putih

Warna putih digunakan untuk menurunkan kontras warna jika digunakan bersama dengan warna warna cerah. Warna putih memberikan kesan menggairahkan. Warna putih disimbolkan sebagai kesucian, kesederhanaan, kebersihan, dan kehampaan.



Gambar 2.20 Warna putih

j. Hitam

Warna hitam memberikan kesan yang keras, berat berbobot, gelap dan warna hitam melambangkan duka cita. Warna hitam digunakan untuk meninggikan kontra warna lainnya.



Gambar 2.21 Warna hitam

Dalam menentukan warna, banyak terjadi kebingungan dalam penyebutan jenis warna, hal ini dikarenakan banyaknya jenis warna yang ada, dan untuk penyebutan terbatas pada jenis warna primer, sekunder dan tersier, sedangkan untuk warna turunan lainnya terjadi kesulitan dalam penyebutannya. Permasalahan lainnya adalah istilah untuk beberapa warna berbeda antara satu tempat dengan tempat lainnya. Untuk mengatasi permasalahan ini maka ditentukan dengan cara penomeran atau menggunakan kode, sehingga semua akan memiliki persepsi yang sama.

Untuk mendapatkan kode warna dilakukan dengan DIC digital color guide. Dengan adanya kode warna secara internasional maka setiap warna dengan kode tertentu akan sama dimanapun itu, sehingga tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai suatu warna. Adanya persepsi warna tentu akan memengaruhi seseorang dalam mengartikan warna yang ada.

2.3.5 Temperature (Suhu)

Temperature adalah suatu ukuran dingin atau panas keadaan atau sesuatu. Satuan ukur dari temperatur di Indonesia adalah derajat celcius, namun secara global mayoritas menggunakan derajat Fahrenheit. (Sarsinta, 2008). Sedangkan menurut Wirastuti dkk, 2008, temperature adalah panas atau dinginnya suatu udara. Perubahan temperature udara disebabkan oleh adanya kombinasi kerja antara udara, perbedaan kecepatan proses pendinginan dan pemanasan suatu daerah oleh jumlah kadar air dan permukaan bumi.

Temperatur erat kaitannya dengan kenyamanan termal suatu ruang. Temperature yang terlalu tinggi atau terlalu rendah akan menciptakan penghawaan suatu ruang menjadi tidak baik, sehingga untuk menciptakan penghawaan yang baik dan nyaman, perlu adanya upaya dalam menciptakan kenyamanan termal. Kenyamanan termal adalah sebagai suatu kondisi pikiran yang mengekspresikan kepuasan dengan lingkungan termal (Nugroho, 2006). Sedangkan (Frick, 2007) tergantung oleh 3 hal, yaitu suhu udara, kelembaban udara dan

pergerakan udara. Suhu udara terkait dengan radiasi, kelembaban udara terkait dengan uap air, sedangkan pergerakan udara terkait dengan tekanan.



Gambar 2.22 Ilustrasi faktor pengaruh penghawaan
(Sumber: rchitstyle.blogspot.co.id/2016)

Karyono di Jakarta, memperlihatkan rentang suhu antara 24 hingga 30°C yang dianggap nyaman bagi manusia yang berdiam pada daerah iklim tersebut. Sementara itu di dalam buku Standar Tata Cara Perencanaan Teknis Konservasi Energi pada Bangunan Gedung yang diterbitkan oleh Yayasan LPMB – PU dinyatakan bahwa suhu nyaman untuk orang Indonesia adalah sebagai berikut: - Sejuk nyaman antara 20,5 - 22,8 °C ET (suhu efektif) - Suhu nyaman optimal antara 22,8 - 25,8 °C ET - Hangat nyaman antara 25,8 - 27,1 °C E

Dalam Azizah (2014) landasan teori kenyamanan termal bagi masyarakat Indonesia adalah

- Daerah nyaman fisik manusia, untuk tipe udara diam (kecepatan angin 0 m/detik), dapat dicapai pada kondisi bersuhu 21-27 oC dan berkelembaban 20-70 %.
- Daerah nyaman fisik manusia, untuk tipe udara bergerak (kecepatan angin 0,1-1,0 m/dt), daerah nyaman dapat dicapai pada kondisi bersuhu 25-35 °C dan berkelembaban 5-85 %.

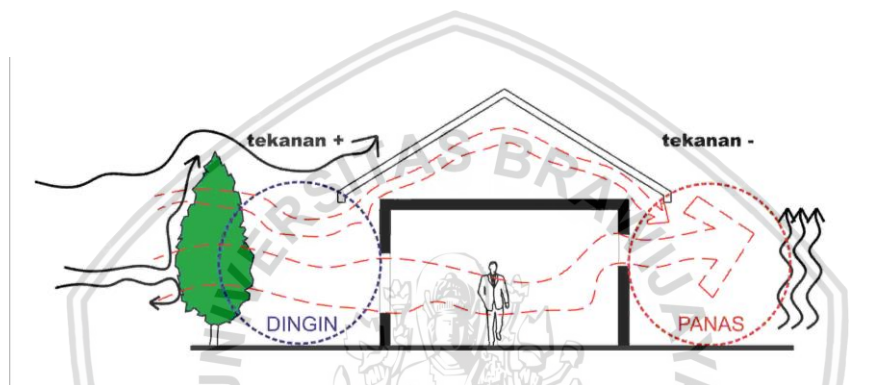
Untuk mencapai kenyamanan termal yang baik maka perlu adanya proses pengondisian udara. Pengondisian udara adalah upaya dalam Sistem pengkondisian udara yang digunakan untuk mengatur suhu udara dan kelembaban yang nyaman di dalam ruangan.

Pengondisian udara dapat dilakukan dengan dua langkah yaitu, dengan pengondisian alami dan buatan.

a. Pengondisian udara alami

Pengondisian alami adalah pengondisian dengan perancangan pasif dengan memanfaatkan secara optimal ventilasi alamiah. Selain itu banyak cara yang dapat dilakukan untuk mencapai kenyamanan termal secara alami diantaranya adalah dengan

1. menanam pohon;
2. membuat shading device;
3. menggunakan material yang memantulkan suhu panas dari luar.



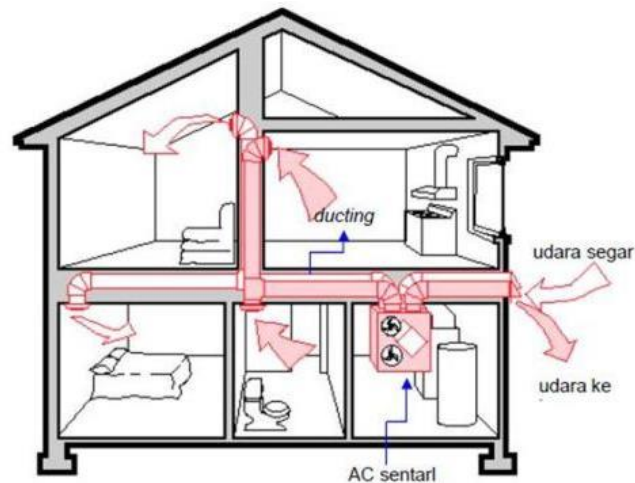
Gambar 2.23 Ilustrasi penghawaan alami

(Sumber: septanabp.wordpress.com,2018)

b. Pengondisian Udara Buatan

Pengondisian udara secara buatan atau biasa disebut dengan pengondisian udara secara mekanik dengan bantuan Air Conditioner dalam mencapai kenyamanan termal dari suatu ruang. Pengondisian secara mekanis tidak memerlukan rancangan desain yang rumit apun langkah lainnya, dikarenakan pengondisian udara mekanis dapat dilakukan pada semua ruang tanpa perlakuan khusus.

Pengondisian udara secara mekanis dapat dengan mudah menurunkan suhu termal ruangan dibawah 28 derajat celcius. Meskipun mudah namun dalam penggunaan pengondisian mekanis, terdapat aturan dan perhitungan yang cukup panjang untuk menentukan daya yang di perlukan untuk mendinginkan suatu ruang.



Gambar 2.24 Ilustrasi penghawaan buatan

(Sumber: azkurs.org, 2018)

2.4 Store Atmosphere Berdasarkan Ekonomi dan Bisnis

Store atmosphere juga meliputi banyak aspek secara umum. Menurut ilmu ekonomi dan bisnis, Cakupan strategi *Store atmosphere* bisa dikelompokkan menjadi *Instore* dan *Outstore*. *Store atmosphere* bisa dipahami sebagai penataan ruang dalam (*Instore*) dan ruang luar (*Outstore*) yang dapat menciptakan kenyamanan bagi pelanggan. (Sutisna dan Pawitra 2001). Menurut Levi dan Weitz (2001), *Store atmosphere* terdiri dari dua hal, yaitu *instore atmosphere* dan *outstore atmosphere*.

2.4.1 *Instore Atmosphere*

Menurut Levi dan Weitz (2001) dalam Meldarianda dan Hengky (JBE, 2010) *Instore atmosphere* adalah pengaturan-pengaturan di dalam ruangan sebuah toko ataupun resto, yang meliputi beberapa aspek, diantaranya

1. Internal Layout merupakan pengaturan fasilitas yang ada di dalam ruangan yang meliputi tata letak perabot, tata cahaya, tata penghawaan, serta tata suara.
2. Suara merupakan keseluruhan alunan yang dihadirkan dalam ruangan untuk menciptakan kesan rileks yang terdiri dari *live music* yang disajikan restoran dan alunan musik dari *sound system*.
3. Bau merupakan aroma-aroma yang dihadirkan dalam ruangan untuk menciptakan selera makan yang berasal dari aroma makanan dan minuman atau aroma yang ditimbulkan oleh pewangi ruangan.
4. Tekstur merupakan tampilan fisik dari bahan-bahan yang digunakan untuk meja dan kursi dalam ruangan dan dinding ruangan.

5. Desain interior bangunan adalah teknik tata ruang yang ada di dalam restoran yang meliputi kesesuaian luas ruang dan ruas sirkulasi yang memberikan kenyamanan, desain bar counter, penataan perabot, penataan hiasan, dan system tata lampu dalam ruangan.

2.4.2 *Outstore Atmosphere*

Outstore atmosphere adalah kondisi fisik yang ada di luar atau sekitar bangunan yang meliputi,

1. Eksternal layout yaitu tata letak berbagai fasilitas restoran atau bangunan yang berada di luar gedung yang meliputi parkir pengunjung, papan nama bangunan, dan letak lokasi yang sesuai.
2. Tekstur adalah tampak fisik dari bangunan yang tersusun atas bahan yang digunakan pada bangunan atau fasilitas yang meliputi dinding bangunan luar dan tekstur penanda nama bangunan.
3. Desain eksterior bangunan merupakan tata ruang yang ada di luar restoran yang mencakup desain papan nama, penempatan *entrance*, bentuk bangunan secara umum, dan sistem tata lampu yang ada diluar bangunan..

2.5 Pola Perilaku

2.5.1 Perilaku

Dalam pembentukan ruang komunal tidak dapat dipisahkan dari pemahaman mengenai interaksi manusia dan lingkungan. Interaksi manusia dan lingkungan ini akan menghasilkan suatu perilaku. Menurut KBBI, perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut Kotler (2005) perilaku muncul akibat dari afektif (perasaan) yang dimiliki oleh konsumen. Mengacu pada teori tersebut maka jika konsumen memiliki afektif yang baik terhadap produk atau jasa. Menurut Wirawan (1992), perilaku manusia merupakan pusat perhatian dalam hubungan antara manusia dengan lingkungannya. Manusia menginderakan objek di lingkungannya, hasil penginderaan diproses sehingga timbul makna tentang objek tersebut yang kemudian disebut dengan persepsi.

Persepsi merupakan suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya. Persepsi artinya tanggapan

(penerimaan) langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya (KBBI, 2002). Sudiana (1989) menyatakan bahwa persepsi adalah proses seorang dalam memelihara kontak dengan lingkungannya, atau suatu proses penerimaan rangsang indra.

Persepsi dapat dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu external perception dan internal perception. (sunaryo, 2004). External perception adalah persepsi dari individu yang muncul atau timbul akibat rangsangan dari lingkungan. Sedangkan internal perception adalah persepsi dari individu yang muncul dari dalam diri individu itu sendiri, atau dapat dikatakan individu itu menjadi objek. Persepsi dapat dipengaruhi oleh faktor faktor baik itu eksternal ataupun internal. Notoadmodjo (2003) menjelaskan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dibedakan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor internal

1. Pengalaman dan pengetahuan

Pengalaman dan pengetahuan seseorang memiliki peran yang besar dalam menghasilkan interpretasi terhadap sesuatu. Seorang yang memiliki pengalaman akan merepresentasikan dengan cara berbeda jika dibandingkan dengan seseorang yang kurang pengalaman.

2. Ekspektasi

Ekspektasi yang dimiliki oleh individu terhadap sesuatu akan merangsang atau memberikan pengaruh stimulus dalam merepresentasikan sesuatu.

3. Kebutuhan

Kebutuhan yang berbeda terhadap sesuatu menjadikan setiap individu memiliki pandangan yang berbeda terhadap sesuatu yang dipengaruhi kebutuhan tersebut.

4. Motivasi

Motivasi erat kaitannya dengan bagaimana seseorang menilai atau merepresentasikan. Setiap individu memiliki motivasi yang berbeda sehingga cara interpretasinya pun berbeda

5. Emosi

Emosi dapat memengaruhi kondisi mental dan emosi akan memberikan stimulus dalam menghasilkan persepsi. Seseorang dengan kondisi emosi yang buruk cenderung memberikan persepsi yang negative, berbeda dengan orang yang memiliki kondisi emosi yang baik.

6. Budaya

Setiap budaya memiliki cara pandang yang berbeda pada satu hal, sehingga budaya juga memberikan pengaruh yang besar terhadap cara individu memberikan persepsi.

b. Faktor Eksternal

1. Kontras

Kontras dapat disebut juga berbeda. Dengan adanya kontras maka perhatian akan mudah didapatkan karena kontras memiliki perbedaan dengan sekitarnya. Kontras dapat dicapai dengan warna, bentuk, ukuran ataupun gerakan. Selain untuk menarik perhatian kontras juga dapat memberikan pengaruh pada cara seseorang memberikan persepsi pada sesuatu.

2. Perubahan intensitas

Perubahan intensitas ditujukan untuk menghilangkan kesan monoton dan memberikan suasana yang tidak biasa pada individu. Misalkan alunan music yang biasanya pelan menjadi lebih cepat dan keras, atau dapat juga berupa cahaya yang awalnya terang dirubah menjadi lebih remang. Dengan adanya perubahan intensitas maka persepsi individu juga akan berubah

3. Pengulangan

Pengulangan ditujukan untuk merubah persepsi individu dengan cara memuat individu lebih sering melihat, mendengar ataupun merasakan sesuatu, dengan adanya pengulangan, maka individu akan terbiasa dan selalu ingat, yang awalnya tidak suka menjadi suka.

4. Hal baru

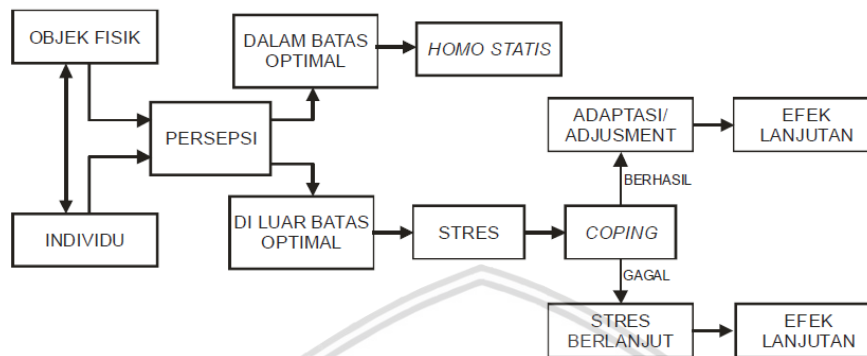
Sesuatu yang baru tentu menjadikan individu penasaran dan lebih mudah untuk dipengaruhi. Pada dasarnya individu mudah terstimulus oleh sesuatu yang baru, yang belum pernah ada sebelumnya dan menjadikan mereka dapat merubah persepsi terhadap suatu hal yang sejenis.

5. Pusat perhatian

Individu cenderung merasa bangga saat mereka berada di suatu tempat yang menjadi pusat perhatian banyak orang, banyak dibicarakan ataupun tempat yang menjadi sorotan. Rasa bangga ini memberikan persepsi yang berbeda.

Persepsi bisa berubah-ubah karena adanya proses fisiologik. Dalam hal interaksi manusia dengan lingkungannya, manusia selalu berusaha untuk memperoleh kesesuaian dengan lingkungannya. Hal ini mungkin terjadi dengan adanya kemampuan kognitif untuk

memberikan reaksi tertentu pada lingkungan yang menarik minatnya dalam memenuhi kebutuhan (Wirawan, 1992). Proses hubungan dengan lingkungan yang terjadi sejak individu berinteraksi melalui penginderaan sampai dengan terjadinya reaksi, digambarkan dalam skema persepsi oleh Bell (dalam Wirawan, 1992),



Sumber: Bell, 2001

Gambar 2.25 Skema persepsi bell

Sumber: Bell (2001)

Hasil interaksi antara manusia dan objek menghasilkan persepsi individu tentang objek yang terjadi interaksi. Jika persepsi berada dalam batas optimal, maka individu dikatakan dalam keadaan homeo statis, yaitu keadaan seimbang dan biasanya selalu ingin bertahan atau dipertahankan oleh setiap individu karena menimbulkan perasaan yang menyenangkan. Sebaliknya, jika objek dipersepsikan sebagai di luar batas optimal, maka individu akan mengalami stres, terjadi peningkatan energy negatif, sehingga perlu dilakukan penyesuaian lingkungan pada kondisi dirinya.

Penyesuaian diri individu terhadap lingkungannya disebut dengan adaptasi, sedangkan penyesuaian lingkungan terhadap individu disebut *adjustment*. Lingkungan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan individu akan mempermudah proses adaptasi dan *adjustment* para pelanggan yang ada, dan akan memberikan dampak yang positif.

2.5.2 Behavioral setting

Menurut Setiawan (1995) penggunaan istilah *setting* dipakai dalam kajian arsitektur lingkungan (fisik) dan perilaku, yang menunjuk pada hubungan integrasi antara ruang (lingkungan fisik secara spasial) dengan segala aktivitas individu/sekelompok individu dalam kurun waktu tertentu. Menurut Schoggen dalam Sarwono (2001), pengertian setting diartikan sebagai tatanan suatu lingkungan yang dapat mempengaruhi perilaku manusia, artinya di tempat yang sama, perilaku manusia dapat berbeda kalau tatanannya berbeda.

Behavior setting adalah suatu kombinasi yang stabil antara aktivitas, tempat, dan beberapa kriteria yang mempengaruhi (Barker 1968 dalam Joyce 2005), seperti,

- 1) Terdapat suatu aktifitas yang berulang berupa suatu pola perilaku
- 2) Dengan tata lingkungan tertentu
- 3) Membentuk suatu hubungan yang sama antar keduanya
- 4) Dilakukan pada periode waktu tertentu.

Setiap pelaku kegiatan akan menempati ruang yang berbeda, sesuai dengan karakter kegiatannya. Batas *behavior setting* dapat berupa batas fisik, batas administrasi atau dapat berupa batas simbolik. Penentuan jenis batas ini tergantung dari pemisahan yang dibutuhkan antara beberapa *behavior setting*. Terdapat dua cara dalam menganalisis *Behavioral Setting*, yaitu dengan *Time Budget* (Michelson dan Reed, 1975) dan *Behavioral Mapping* (Sommer, 1980)

2.5.3 Behavioral mapping

Pemetaan Perilaku atau biasa disebut *Behavior Mapping* merupakan Pemetaan Perilaku yang meliputi pengamatan terhadap perilaku pengguna ruang/bangunan berdasarkan *person center maps* dan *place centered maps*. (Makalew, dkk 2015) Menurut Ittelson, pemetaan perilaku, secara umum akan mengikuti prosedur yang terdiri dari 5 (lima) unsur dasar, yaitu:

1. Sketsa dasar area atau seting
2. Definisi yang jelas tentang bentuk-bentuk perilaku yang diamati, dihitung, dan dideskripsikan.
3. Infomasikan waktu pengamatan yang jelas, baik itu jam, hari, bulan, dan tahun pengamatan akan dilakukan.
4. Prosedur yang digunakan sistematis dan jelas selama observasi.
5. Sistem penandaan yang efisien untuk lebih memudahkan pekerjaan obsevasi.

Pemetaan Perilaku meliputi suatu peta kenyataan atau rencana dari suatu area pada lokasi manusia dan area menunjukkan aktivitas manusia, pengamatan terhadap perilaku pengguna ruang/bangunan berdasarkan *person centered mapping* dan *Place Centered Mapping*.

a. *Person Centered Mapping*

Teknik survei perilaku ini menekankan pada pergerakan manusia pada suatu periode waktu tertentu. Dengan demikian teknik ini akan berkaitan tidak hanya satu tempat atau lokasi akan tetapi dengan beberapa tempat atau lokasi. Teknik ini pun hanya berhadapan dengan seseorang yang khusus diamati.

b. *Place Centered Mapping*

Dalam penelitian ini digunakan metode *place centered mapping* untuk melihat bagaimana manusia mengatur dirinya dalam suatu lokasi tertentu (Sommer dkk, 1980). Teknik survei ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manusia atau sekelompok manusia memanfaatkan, menggunakan atau mengakomodasikan perilakunya dalam suatu situasi waktu dan tempat tertentu.

2.6 Perilaku pada Ruang

Manusia mempunyai keunikan tersendiri, keunikan yang dimiliki setiap individu dapat mempengaruhi lingkungan sekitarnya (ruang). Sebaliknya, keunikan lingkungan (ruang) juga mempengaruhi perilakunya. Karena lingkungan (ruang) bukan hanya menjadi wadah bagi manusia untuk beraktivitas, tetapi juga menjadi bagian integral dari pola perilaku manusia. (Dubois, 1968).

Ruang memberikan dampak yang nyata bagi setiap individu, baik itu dampak yang positif ataupun negative. Perilaku dan ruang akan memberikan hubungan timbal balik. Secara psikologis seluruh perilaku manusia, kepribadian, dan tempramen ditentukan oleh pengalaman inderawi di masa lalu (sensory experience).

2.6.1 Ruang Membentuk Perilaku

Ruang merupakan tempat dimana individu menjalankan aktifitas, sehingga ruang dan perilaku akan saling berhubungan. Ruang akan memengaruhi individu secara psikologi dan akan membentuk sebuah perilaku. Adapun bentuk hubungan ruang dan perilaku adalah sebagai berikut, (Tandal, 2011)

1. lingkungan fisik dapat membatasi kegiatan manusia;
2. lingkungan fisik dapat membentuk tindakan;
3. Lingkungan dapat membentuk kepribadian;
4. Lingkungan akan menentukan jati diri.

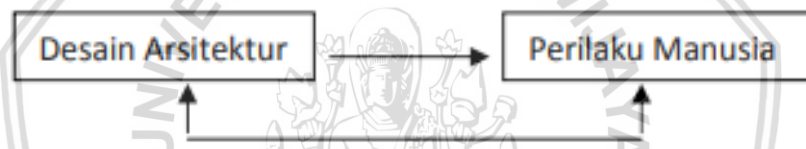


Gambar 2.26 Ruang membentuk perilaku

(sumber : Tandal, 2011)

2.6.2 Perilaku Membentuk Ruang

Dalam menghadapi suasana ruang setiap orang memiliki kemampuan yang berbeda yang kemudian dapat mempengaruhi pada berbagai macam cara pembentukan persepsi setiap individu terhadap stimulus suasana yang ada (Hidjaz, 2014). Setelah merasakan suasana ruang yang ada selanjutnya akan tercipta perilaku, manusia akan mempelajari ruang tersebut berdasarkan pemahaman yang nantinya akan menjadi ruang baru yang lebih baik dan sesuai. Dapat disimpulkan pada tahap ini manusia melakukan evaluasi terhadap perilaku yang dibentuk oleh ruang terdahulu.



Gambar 2.27 Perilaku membentuk ruang

(sumber : Tandal, 2011)

2.6.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku

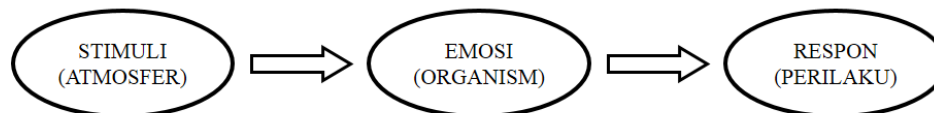
Perilaku dapat dibentuk atau dipengaruhi oleh stimuli, dengan adanya stimuli maka akan menimbulkan persepsi, persepsi yang berbeda akan memunculkan perilaku yang berbeda. Perubahan perilaku dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain

1. Ukuran ruang
2. Perabot dan penataan ruang
3. Warna
4. Suara, temperature, dan pencahayaan

2.7 Hubungan *Store Atmosphere* dan Perilaku

Turley dan Milliman (2000) yang merujuk pada model penelitian terdahulu dari Mehrabian dan Russel, yang mengkaji tentang model Stimulus (S) - Organism (O) - Response (R), yang kemudian diturunkan lagi ke dalam penelitian dalam *consumer behaviour* oleh banyak ahli, salah satunya adalah Donovan dan Rositter 1982).

Pada penelitian ini stimuli pada *store atmosphere* adalah lima variabel yang diambil dari Berman dan Evans untuk variable fisik toko (*store exterior, store interior, lay out, interior displays dan human variables.*). Kelima variabel ini memiliki pengaruh terhadap intensitas emosi (organism) pada karyawan dan pengunjung. Selanjutnya, intensitas emosi ini berdampak pada repon perilaku pengunjung dan karyawan.



Gambar 2.28 Diagram hubungan store atmosfer dan perilaku

(Sumber: Donovan dan Rositter 1982)

Dampak selanjutnya dari intensitas emosi (organism) ini adalah pada respon. Respon ini dapat berupa respon pada pengunjung, maupun pada karyawan yang nantinya ini juga saling mempengaruhi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara emosi dan perilaku.

Respon dari karyawan diwujudkan dalam bentuk semangat, effort, commitment, attitude, knowledge, dan skill. Sedangkan respon dari pengunjung berupa menikmati suasana toko, melewatkan waktu lebih lama di toko, mengeksplorasi barang-barang dalam toko, mencari informasi lebih jauh, pembelian, dan kepuasan.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, emosi berarti luapan perasaan yang berkembang dan surut dalam waktu singkat, atau keadaan dan reaksi psikologis dan fisiologis (seperti kegembiraan, kesedihan, keharuan, kecintaan); keberanian yang bersifat subjektif). Daniel Goleman (2002) menjelaskan bahwa emosi merupakan suatu perasaan dan pikiran yang khas, suatu keadaan biologis dan psikologis dan serangkaian kecenderungan untuk bertindak. Emosi pada dasarnya adalah dorongan untuk bertindak yang ada pada diri seseorang. Menurut Prez (1999) seorang EQ organisasional consultant dan juga pengajar mengungkapkan bahwa emosi adalah suatu reaksi tubuh dalam menghadapi sesuatu. Sifat dan intensitas emosi erat kaitannya dengan aktivitas kognitif sebagai hasil dari persepsi terhadap situasi.

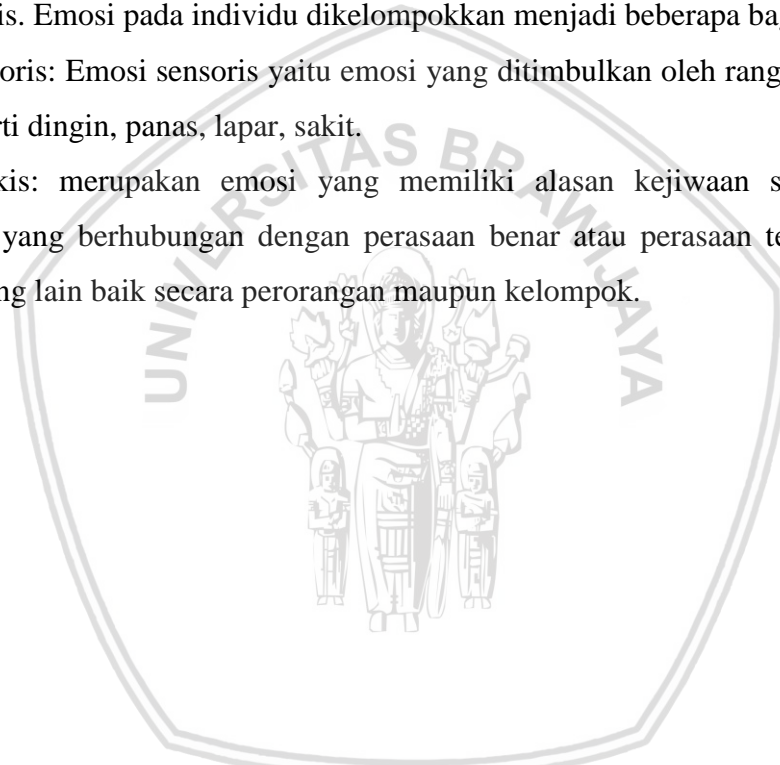
Ada beberapa teori mengenai emosi yang memiliki pembahasan berbeda, dan dalam penelitian ini teori emosi yang digunakan adalah teori Cannon Brad. Dalam teorinya Brad mengungkapkan bahwa Emosi yang dirasakan dan respon dari tubuh merupakan keadaan yang berdiri sendiri. Pendekatan yang digunakan untuk melihat adanya hubungan antara keadaan tubuh dan emosi yang dirasakan dilakukan melalui riset atau penelitian. Cannon

kemudian menyatakan bahwa emosi merupakan apa yang dirasakan dan reaksi tubuh dalam emosi saling bergantung.

Beberapa tokoh mengemukakan tentang berbagai macam emosi, diantaranya Descrates. Menurut Descrates, emosi dibagi menjadi: hasrat, benci, sedih, heran, cinta dan gembira. Sedangkan menurut JB Watson terdapat tiga macam emosi, yaitu: ketakutan, kemarahan, cinta. Daniel Goleman (2002: 411) memberikan pendapat mengenai beberapa macam emosi yang tidak berbeda jauh dengan kedua tokoh di atas, yaitu amarah, kesedihan, rasa takut, kenikmatan, cinta, terkejut, malu dan jengkel.

Emosi dalam setiap individu tentu berbeda satu dengan lainnya, dan memiliki bermacam jenis. Emosi pada individu dikelompokkan menjadi beberapa bagian, yaitu

1. Emosi sensoris: Emosi sensoris yaitu emosi yang ditimbulkan oleh rangsangan dari luar tubuh seperti dingin, panas, lapar, sakit.
2. Emosi psikis: merupakan emosi yang memiliki alasan kejiwaan seperti perasaan intelektual yang berhubungan dengan perasaan benar atau perasaan terkait hubungan dengan orang lain baik secara perorangan maupun kelompok.



2.8 Studi Terdahulu

Berikut adalah penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian untuk mengetahui dan melihat variable apa yang paling berpengaruh dan metode seperti apa yang cocok digunakan.

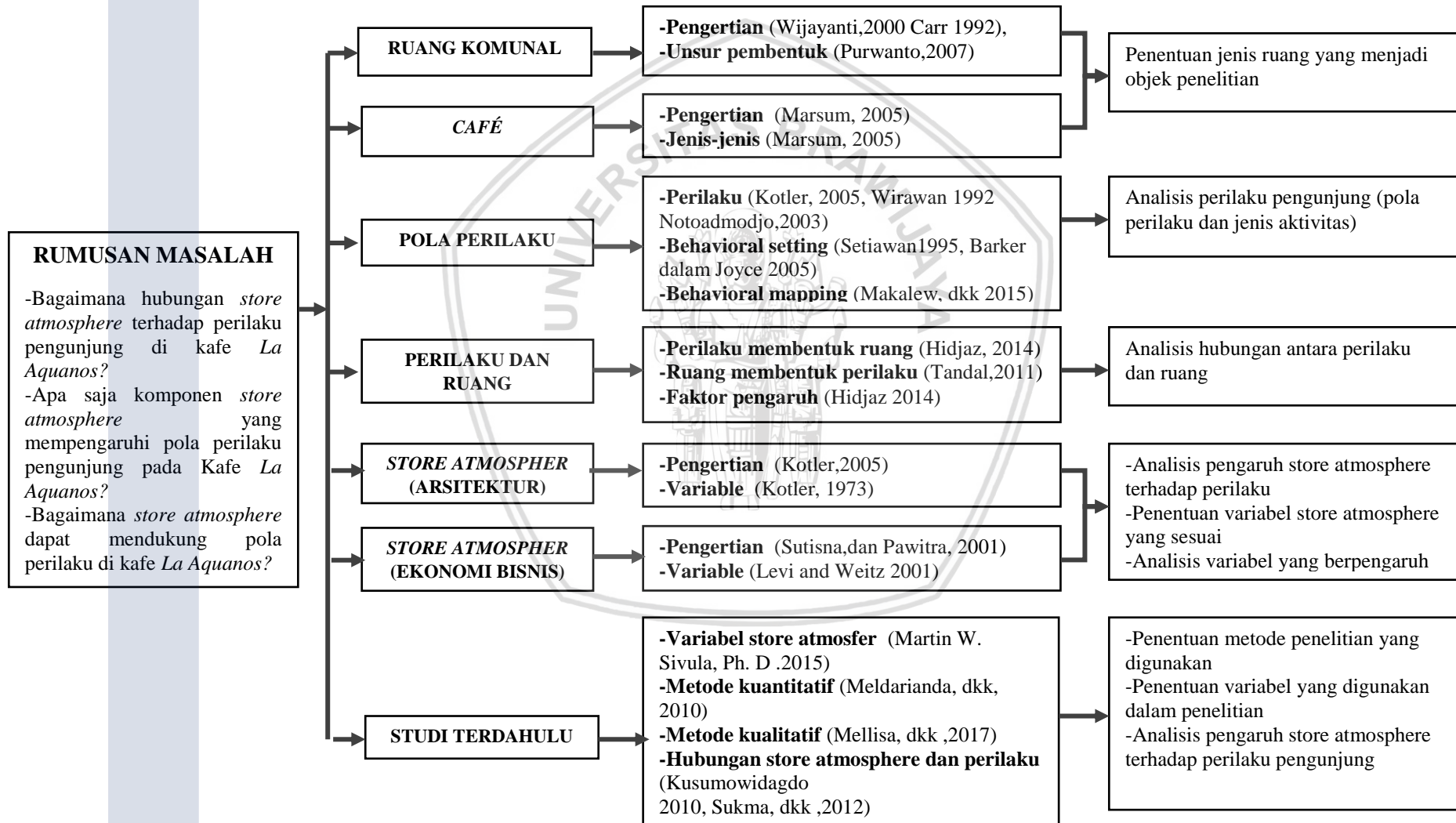
Tabel 2.5 Komparasi studi pustaka terdahulu

| No | Judul penelitian | Nama peneliti dan tahun penelitian | Isi penelitian | Kontribusi terhadap penelitian |
|----|--|--|---|--|
| 1 | Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort <i>Café Atmosphere</i> Bandung | Resti Meldarianda dan Hengky Lisan S. (2010) Jurnal <i>Bisnis Ekonomi</i> September 2010, Hal. 97 – 108 Vol. 17, No. 2 ISSN: 1412-3126 | Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survey menggunakan kuisioner dan Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh <i>store atmospher</i> terhadap minat beli pengunjung melalui dampak yang ditimbulkan oleh instore dan outstore atmosfer. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa <i>store atmospher</i> memberikan pengaruh terhadap minat beli pengunjung. | Membantu peneliti dalam mengetahui metode yang sesuai dengan jenis penelitian <i>store atmospher</i> yaitu dengan metode kuantitatif berupa regresi linear berganda |
| 2 | Pengaruh Desain Atmosfer Toko terhadap Perilaku Belanja | Astrid Kusumowidagdo (2010) Jurnal <i>Manajemen Bisnis</i> Vol. 3 No. 1 April - Juli 2010 (17 - 32) | Penelitian ini adalah penelitian dengan eksplorasi dan analisis jalur dengan cara observasi dan kuisioner. Analisis data menggunakan focus group discussion dengan berpedoman pada teori Turley dan Milliman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara stimulus atmosfer dan organisme terhadap respon atau perilaku yang ditimbulkan pengunjung. Hasil analisis penelitian ini menyatakan bahwa kondisi atmosfer toko memberikan dampak terhadap perubahan perilaku pengunjung. Kondisi toko yang baik akan memberikan dampak positif terhadap perilaku belanja pengunjung, sebaliknya kondisi toko yang buruk akan memberikan dampak negative terhadap perilaku belanja pengunjung. | Membantu peneliti dalam memahami hubungan stimuli (store atmosfer) dan respon (perilaku). Penelitian ini juga membantu peneliti tentang cara analisis jalur dan observasi yang berguna saat melakukan mapping. |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| 3 | <p><i>The Effects of Restaurant Environment on Consumer Behavior</i> (pengaruh lingkungan restoran terhadap perilaku konsumen)</p> | <p>Martin W. Sivula, Ph. D (2015) <i>A Research Proposal</i></p> | <p>Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument penelitian. Analisis data akan menggunakan standar nilai <i>alpha</i> ($\alpha = .05$). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan restoran terhadap perilaku pengunjung baik itu pengaruh langsung atau pengaruh tidak langsung terhadap pengunjung.</p> | <p>Membantu peneliti dalam mengetahui variable yang digunakan dalam penelitian, yaitu cahaya, tata letak, suara, warna, dan suhu.</p> |
| 4 | <p>Kajian <i>Behavioral Setting</i> pada <i>Interior Café</i> di Surabaya</p> | <p>Mellisa, dkk (2017) JURNAL INTRA Vol. 5, No. 2, (2017) 937-945</p> | <p>Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan <i>behavioral mapping</i> khususnya <i>placed centered mapping</i>. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola perilaku pengunjung di dalam <i>café</i> yang ada di Surabaya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah elemen interior yang ada di dalam beberapa kafe yang menjadi objek penelitian.</p> | <p>Membantu peneliti dalam pemetaan perilaku pengunjung yang ada di dalam <i>cafe</i>, khususnya dengan pemetaan <i>placed centered mapping</i>. <i>Placed centered mapping</i> digunakan untuk memetakan aktifitas yang ada di dalam suatu ruang sehingga dapat diketahui area yang disenangi dan perilaku yang terbentuk di area tersebut</p> |
| 5 | <p>Suasana Toko Dalam Menciptakan Emosi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian</p> | <p>Sukma, dkk (2012) Profit Vol. 6 No. 1 Tahun 2012</p> | <p>Penelitian ini adalah penelitian dengan metode kuantitatif dengan menggunakan survei. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah suasana toko dapat memengaruhi perilaku pengunjung dalam hal keputusan pembelian.</p> | <p>Membantu peneliti dalam mengetahui hubungan antara suasana toko dan perilaku, dimana suasana adalah berperan sebagai stimulan dan perilaku adalah akibat yang ditimbulkan oleh stimulan, sehingga terdapat hubungan yang nyata antara suasana dan perilaku pengunjung..</p> |

2.9 Kerangka Teori

Berikut ini adalah kerangka teori yang digunakan pada penelitian Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku Pengunjung Pada Kafe *La Aquanos* Malang akan dijelaskan pada *Gambar 2.29* kerangka teori.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian dengan judul pengaruh *store atmosfer* terhadap perilaku pengunjung pada kafe *La Aquanos* Malang adalah metode penelitian kuantitatif (regresi linear berganda) dengan metode pendukung kualitatif (behavioral mapping). Kasiram (2008: 149) dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, mendefinisikan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sugiyono (2009) menjelaskan penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism.

Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian dengan pendekatan atau penelusuran yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengamati gejala sentral yang ada (Creswell, 2008 dalam Raco 2010). Tujuan dari penelitian kualitatif dapat berupa kepentingan evaluasi ataupun kepentingan yang bersifat pribadi. Apabila penelitian ditujukan untuk melakukan evaluasi, maka penelitian ini digunakan untuk melihat keefektifan suatu program atau kebijakan (Raco, 2010).

Metode kualitatif berupa behavioral mapping digunakan pada observasi awal yang bertujuan untuk mengetahui fenomena perilaku yang terjadi di dalam kafe. Fenomena yang ada di dalam kafe dipengaruhi oleh beberapa aspek fisik kafe yang kemudian dijadikan variabel penelitian. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel penelitian terhadap fenomena perilaku yang ada.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan. (Siyoto, dkk 2015) Sedangkan menurut ismiyanto, dalam siyoto dkk (2015) populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, suatu hal yang didalamnya dapat memperoleh informasi berupa data penelitian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh pengunjung kafe la aquanos Malang. Populasi tidak membedakan apakah pengunjung berasal dari luar kota ataupun penduduk asli kota Malang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun sebagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu, sehingga dapat mewakili populasi, jika jumlah populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi (Siyoto dkk, 2015)

Arikunto menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan Sudjana dan Ibrahim menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat sama dengan populasi.

Dalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan teknik probability sampling, dimana setiap anggota populasi mendapatkan peluang dan kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jenis probability sampling yang digunakan adalah simple random sampling, dimana sampling dilakukan secara acak terhadap populasi tanpa melihat strata dan anggota populasi dianggap homogeny, yaitu remaja dengan usia (15-25 tahun). Jumlah responden yang dibagikan kuisioner berjumlah 70. Hal ini didasarkan pada Sekaran (2003) yang menyatakan bahwa sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500, sudah sesuai untuk digunakan dalam penelitian. 70 responden dibedakan menjadi responden siang (35 responden) dan malam hari (35 responden)

3.3 Variabel Penelitian

Variabel dari penelitian ini diambil dari elemen *store atmospher* yang dianggap memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Elemen *store atmospher* dapat dibedakan menjadi lima, yaitu pencahayaan, layout, suara atau bunyi, warna dan temperature. Kelima elemen tersebut dianggap dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung, sehingga dijadikan sebagai variabel penelitian.

Penentuan kelima variabel di atas berdasarkan pada penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa elemen *store atmospher* memberikan dampak terhadap para pengunjung dan konsumen, baik itu dalam pengaruh daya beli ataupun emosi. Melihat dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan elemen *store atmospher* dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Berikut merupakan variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini,

Table 3.1 Variabel penelitian

| penelitian | variabel | Variabel yang digunakan |
|---|--|---|
| Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. Resti Meldarianda dan Hengky Lisan S. (2010) Jurnal Bisnis Ekonomi September 2010, Hal. 97 – 108 Vol. 17, No. 2 ISSN: 1412-3126 | -internal layout -suara -bau -tekstur -desain interior | -layout -suara -desain interior |
| Pengaruh Desain Atmosfer Toko terhadap Perilaku Belanja. Astrid Kusumowidagdo (2010) Jurnal Manajemen Bisnis Vol. 3 No. 1 April - Juli 2010 (17 - 32) | -store eksterior -store interior -store layout -interior display -human variabel | -store interior (warna, cahaya, suara, suhu) -store layout |
| <i>The Effects of Restaurant Environment on Consumer Behavior</i> (pengaruh lingkungan restoran terhadap perilaku konsumen) Martin W. Sivula, Ph. D (2015) <i>A Research Proposal</i> | -lighting -layout -sound -colour -temperature | -lighting -layout -sound -colour -temperature |
| Kajian <i>Behavioral Setting</i> pada <i>Interior Café</i> di Surabaya. Mellisa, dkk (2017) JURNAL INTRA Vol. 5, No. 2, (2017) 937-945 | -physical (warna, ukuran, perabot, suara dan cahaya) -social component -environment setting | -physical (warna, perabot, suara dan cahaya) |
| Suasana Toko Dalam Menciptakan Emosi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Sukma, dkk (2012) Profit Vol. 6 No. 1 Tahun 2012 | -exterior -general interior (flooring, colour and light, scent and sound, fixture, wall texture, temperature, circulation, dead area) -store layout -point of display | -general interior (colour and light, sound, temperature) -store layout |

Dari beberapa variabel yang terdapat dan digunakan dalam penelitian terdahulu, diambil lima variabel yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan akan digunakan dalam penelitian ini yang nantinya kelima variabel tersebut akan menjadi variabel store atmosphere. Pemilihan variabel mengacu pada pendapat Kotler, 1973 tentang variabel *store atmosphere* secara arsitektural. Variabel tersebut (*lighting, layout, sound, colour, temperature*) akan digunakan dalam kuisisioner sebagai variabel penentu respon pengunjung terhadap penelitian ini.

Table 3.2 variabel yang digunakan

| variabel | indikator | Literature pendukung |
|---------------------|---|---|
| Cahaya | -tingkat luminasi cahaya -warna/silau cahaya -jenis pencahayaan yang digunakan | SNI-6197- 2011 |
| Sound/ suara | -tata kenyamanan audio -aliran musik/tingkat bising -volume musik/volume bising | Kepmen Nomor 48 Tahun 1996 |
| Tata letak | -jalur sirkulasi -tata letak perabot -dimensi perabot | Kep. Men PU No 306 KPTS 1989 |
| Warna | -warna lapisan dinding -warna perabot -warna plafond | Teori psikologi warna |
| Suhu udara | -tingkat kenyamanan dalam ruang -suhu dan temperature -kondisi pergerakan angin | Standar tata cara perencanaan teknis konservasi energy pada bangunan gedung |

3.4 Tempat dan Waktu Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kafe *La Aquanos* yang berada di Jl. Soekarno Hatta No. 18A, Jatimulyo Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141 Pemilihan Kafe berdasarkan pada kondisi fisik arsitektural yang kurang menarik namun jumlah pengunjung cukup banyak. Pengamatan difokuskan pada area makan dan area santai, dimana pengunjung menghabiskan waktu selama di dalam kafe, mulai dari mereka datang dan menentukan di area mana mereka duduk dan menikmati suasana kafe sampai dengan aktifitas apa yg terjadi di area kafe tersebut.



Gambar 3.1 Lokasi objek penelitian

(Sumber: google maps, 2017)

Pengamatan dilakukan pada *weekend* (sabtu – minggu) dan *weekday* (senin-jumat) selama jam ramai pengunjung makan pagi, makan siang dan malam hari. Hal ini dimaksudkan untuk melihat fenomena yang sering terjadi dikarenakan objek penelitian yang beragam sehingga dapat dengan mudah disimpulkan aktifitas yang sering dilakukan. Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan Maret 2018.

3.5 Metode Pengumpulan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian, menurut Arikunto (2002) adalah subjek yang sesuai dengan diadakannya penelitian ini. Atau dapat dikatakan sumber data merupakan data yang berasal dari objek penelitian sejenis yang dapat membantu dalam penelitian ini. Sumber data yang diperoleh dapat dikelompokkan sebagai berikut,

3.5.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang didapat secara langsung dari lapangan atau data yang berasal dari pihak pertama yang berkaitan dengan variable penelitian. Menurut sugiyono (2010) data primer adalah data yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian. Data primer ini berupa data yang diperoleh dari objek penelitian dan responden. Bentuk data primer adalah hasil kuisisioner, foto dokumentasi dan hasil observasi berupa mapping.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber utama. Sugiyono (2010) menjelaskan bahwa data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data pada peneliti. Data ini diperoleh dari buku-buku, dokumen pemerintahan, internet, serta diskusi-diskusi yang berhubungan dengan penelitian. Untuk data sekunder pada penelitian ini berupa ulasan yang ada di internet maupun sumber data sekunder lainnya.

3.6 Instrumen Penelitian

3.6.1 Instrumen Pengumpulan Data

Instrument pengumpulan data adalah sebuah alat bantu yang digunakan dalam mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian. Instrument pengumpulan data secara umum dibedakan menjadi dua, observasi dan kuisisioner.

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati perilaku dan aktivitas pengunjung Kafe *La Aquanos* secara objektif. Hal ini memungkinkan hasil observasi yang lebih valid, tanpa

adanya intimidasi terhadap para pengunjung yang dapat mengubah perilaku yang sebenarnya. Tujuan dari observasi adalah untuk memetakan pola aktifitas perilaku pengunjung yang ada didalam kafe la aquanos.

b. Kuisisioner

Kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data-data kuantitatif dari pengunjung yang nantinya data ini dijadikan bahan evaluasi yang menguatkan dari data observasi berupa mapping di lapangan. Kuisisioner dipakai untuk pendataan yang sifatnya terukur yang terdiri atas, data pribadi responden, aktivitas yang dilakukan dan keadaan atau suasana Kafe *La Aquanos* berdasarkan variabel yang sudah ditentukan.

3.6.2 Instrumen Pengolahan Data

Instrumen pengolahan data adalah suatu alat bantu yang digunakan dalam pengolahan data penelitian menjadi bentuk yang lebih terukur, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data. Instrumen pengolahan data berupa *software* pengolah angka ataupun *software grafis*. Data yang diperoleh dari pengamatan terdiri dari dua jenis data yaitu data observasi dan data kuisisioner. Untuk data observasi diproses kedalam pemetaan berupa denah ataupun layout plan dengan menggunakan perangkat lunak archicad 18. Hasil pemetaan didukung dengan hasil perhitungan space syntax menggunakan aplikasi *depthmapx* (net) dalam menentukan konfigurasi ruang yang ada. Selanjutnya untuk data kuisisioner diolah menggunakan *software SPSS portabel*.

3.7 Pelaksanaan Penelitian

Dalam penelitian ini pengamat terlebih dahulu melakukan observasi lapangan yang bertujuan untuk memetakan perilaku aktivitas pengunjung secara umum. Objek penelitian dan pengamatannya adalah seluruh pengunjung yang berada di dalam kafe. Pengamatan dilakukan pada jam ramai pengunjung pada waktu pagi, siang dan malam hari dengan durasi 2 jam.

Teknik observasi yang digunakan adalah *mapping*, dimana pengunjung dipetakan menggunakan person dan placed centered mapping. Tujuannya untuk mengetahui pola perilaku dan jenis aktivitas yang dilakukan pengunjung. Dalam observasi awal dilakukan beberapa langkah yaitu, :

- a. Mengamati pola perilaku dan aktivitas pengunjung secara umum
- b. Memetakan pola perilaku dan aktivitas pengunjung

Teknik observasi diatas dapat lebih dijelaskan dengan tahapan dalam pemetaan perilaku. Menurut (Mastutie dkk, 2013) pemetaan perilaku (Behavioral Mapping) meliputi beberapa tahapan yang perlu dilakukan, yaitu

- a. Tahap pertama, membuat sketsa dari tempat atau setting yang meliputi seluruh elemen fisik yang diperkirakan mempengaruhi perilaku dan aktivitas
- b. Tahap kedua, membuat daftar perilaku yang akan kita amati berdasarkan temuan pada obsevasi langsung, serta menentukan simbol-simbol pada peta dasar yang telah disiapkan;
- c. Tahap ke tiga melakukan pemetaan perilaku (*behavioral mapping*);
- d. Tahap ke empat membuat kategorisasi temuan atribut dari hasil pengamatan perilaku untuk merujuk pada temuan yang spesifik.

Setelah dilakukan observasi dan pemetaan dengan teknik *behavioral mapping* dilakukan analisis *space syntax* yang bertujuan untuk mendukung hasil dari pemetaan behavioral mapping yang sudah dilakukan. Tahap selanjutnya adalah pembagian kuisisioner kepada para pengunjung sebanyak 70 kuisisioner secara acak. Responden diambil dari responden laki-laki dan perempuan. Tujuan dari pembagian kuisisioner ini adalah sebagai berikut

- a. Mendapatkan data terukur yang sifatnya objektif maupun subjektif;
- b. Memverifikasi dugaan dari hasil interpretasi peneliti terhadap pola perilaku beserta atributnya yang ditemukan dari pengamatan perilaku an aktivitas;
- c. Menjaring opini pengunjung Kafe *La Aquanos*.

Pembagian kuisisioner ini untuk memperkuat hasil dari observasi dan pemetaan menggunakan teknik *Place centered mapping*. Dengan adanya data yang diperoleh melalui kuisisioner, peneliti dapat mengetahui keinginan pengguna secara pasti dan dapat menjadi pembanding dari hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti.

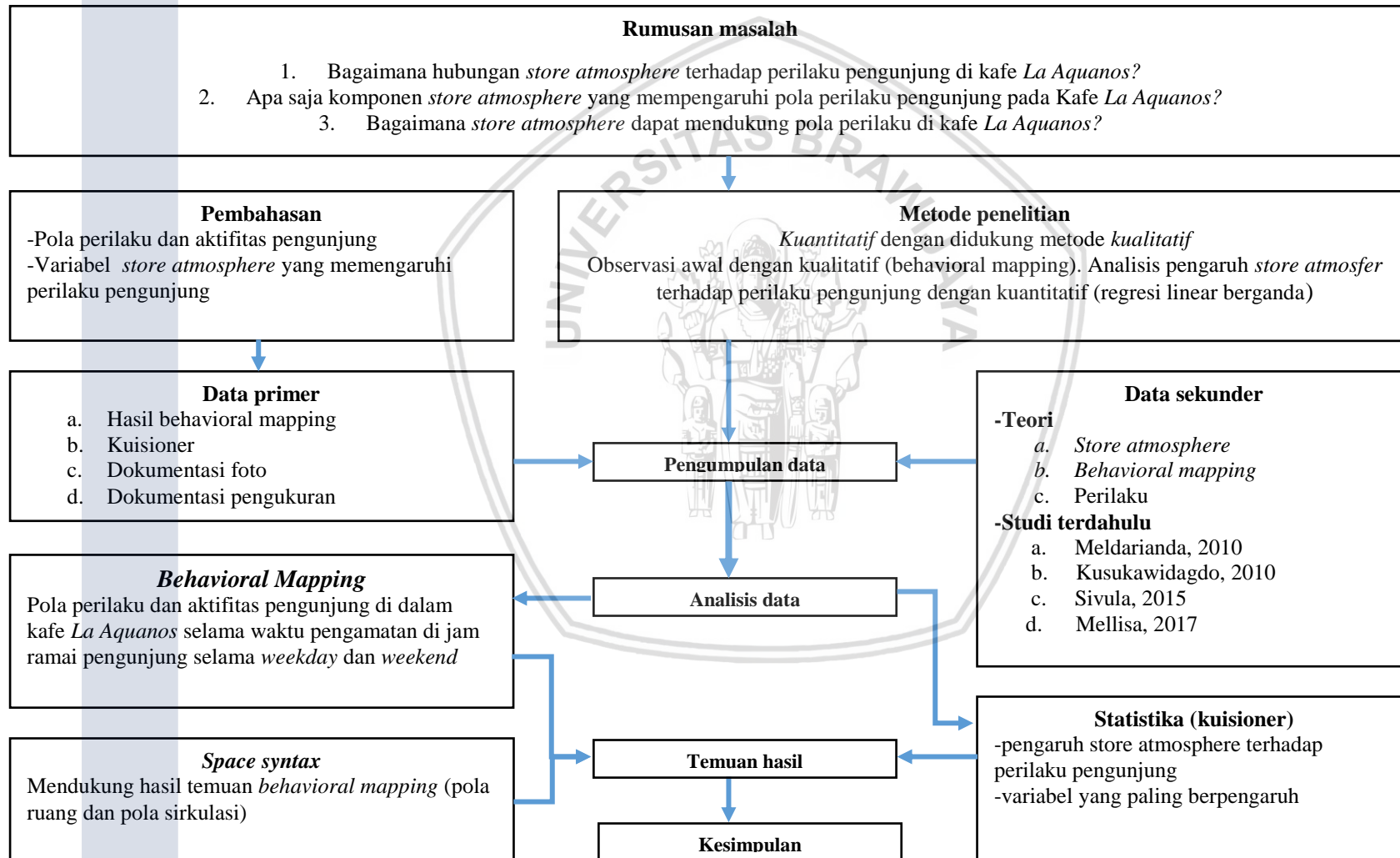
3.8 Analisis Data

Tahapan selanjutnya adalah proses analisis data yang sudah dikumpulkan. Data dari mapping kemudian di analisis dan memunculkan pola perilaku dominan di dalam kafe serta jenis aktifitas yang dilakukan pengunjung. Peneliti dapat menemukan pola sirkulasi dan pusat aktifitas didalam kafe. Hasil dari mapping kemudian di hubungkan dengan analisis *space syntax*. Dari *space syntax* diketahui bahwa hasil mapping sudah sesuai. Tahap berikutnya adalah melakukan analisis statistic yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable yang digunakan terhadap perilaku pengunjung cafe.

3.9 Kerangka Alur Penelitian

Kerangka alur penelitian digunakan untuk mengetahui proses proses dan hubungan dalam penelitian ini, mulai dari awal sampai akhir.

Gambar 3.2 Kerangka alur penelitian



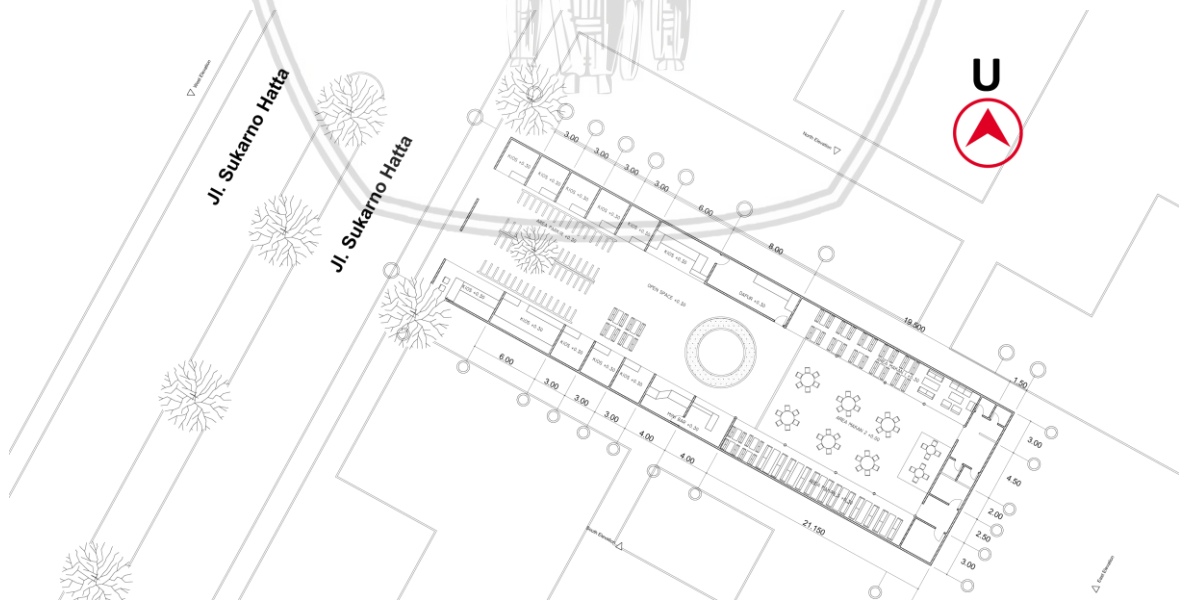
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Kafe yang merupakan jenis bangunan publik komersil. Kafe yang menjadi objek penelitian adalah Kafe *La Aquanos* seperti pada **Gambar 4.1** berada di Jl. Soekarno Hatta No. 18A, Jatimulyo Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Objek ini dipilih karena lokasi objek dekat dengan pusat aktifitas remaja, yaitu kampus dan sekolah, sehingga memudahkan pengunjung dalam mencapai objek penelitian. Faktor berikutnya adalah kondisi kafe yang cukup ramai dan konsep yang disajikan menarik, sehingga menjadi alasan dalam pemilihan objek penelitian tersebut.

4.1.1 Tinjauan umum

Kafe *La Aquanos* terletak di jalan sukarno hatta dimana ruas jalan ini merupakan salah satu jalan utama di Kota Malang. Kawasan sepanjang koridor jalan memiliki peruntukan sebagai perdagangan dan jasa serta permukiman. Koridor jalan ini didominasi oleh pertokoan dan kawasan permukiman sebagaimana peruntukan yang sudah ditentukan oleh pemerintah. Pertokoan sepanjang Jl. Sukarno Hatta sebagian besar menjual kuliner, baik itu olahan maupun industri.



Gambar 4.1 Peta lokasi Kafe *La Aquanos*

Sumber : hasil desain, 2018



4.1.2 Sejarah Kawasan

Kawasan Sukarno Hatta pada tahun sebelum 1980 merupakan kawasan hutan, dan persawahan. Para pemilik menjadikan lahan persawahan dikarenakan tanahnya belum tercemar dan memiliki kualitas tanah yang baik. Dari faktor infrastruktur pun kawasan ini belum mendukung fungsi lain, seperti jasa atau komersil, bahkan pemukiman. Namun semua itu berubah ketika pemerintah mulai membangun jembatan sukarno hatta pada tahun 1988. Tujuan awal pemerintah adalah memudahkan akses ke kawasan ini. Mereka belum menyadari dampak yang terjadi begitu besar.

Setelah pembangunan jembatan, pembangunan jalan dari blimbing ke dinoyo pun dilakukan. Dengan adanya jalan dan jembatan distribusi hasil panen maupun keramik semakin mudah dan menguntungkan, sehingga meningkatkan taraf hidup warga yang tinggal di seberang kali brantas. Namun semua itu berubah ketika para pengembang melihat kesempatan besar untuk membangun perumahan elit. Lahan mulai dijual pada masa itu masih dengan harga kurang lebih 12.000 rupiah.

Masuknya para pengembang hunian elit menjadikan pertumbuhan penduduk yang pesat, awalnya kawasan yang sepi, menjadi ramai, dikarenakan terdapat hunian elit yang tersebar dikawasan Sukarno hatta. Manusia tentu butuh hiburan ataupun berinteraksi dengan sesamanya, hal ini mendorong pertumbuhan usaha kuliner maupun kebutuhan lainnya. Ruko ruko ataupun resto bermunculan. Kawasan yang awalnya berfungsi sebagai lahan pertanian berubah menjadi lahan pemukiman dan jasa komersil, perubahan fungsi kawasan Sukarno hatta membutuhkan waktu 30 tahun.

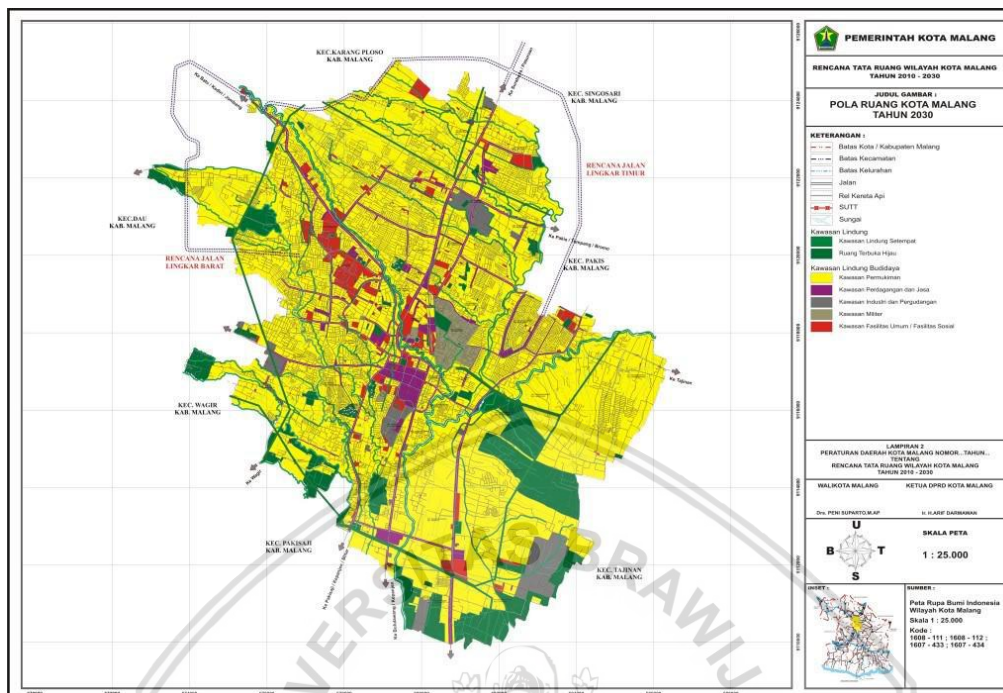
4.1.3 Kondisi Fisik Eksisting

a. Tata Guna Lahan

RTRW Kota Malang Pasal 20 menyebutkan bahwa Kecamatan Lowokwaru masuk ke dalam wilayah Pasar Dinoyo, yang memiliki peran sebagai sub-pelayanan kota dan akan melayani Malang bagian utara. Fungsi pelayanan itu meliputi pendidikan, perdagangan dan jasa, industri serta wisata. Kafe merupakan fungsi bangunan yang termasuk dalam jasa dan perdagangan.

Dari peraturan yang ada dapat dilihat bahwa koridor jalan Sukarno hatta memiliki warna ungu, yang artinya adalah fungsi perdagangan dan jasa. Sesuai kondisi eksisting, koridor jalan Sukarno hatta didominasi oleh bangunan perdagangan. Dari peraturan dapat disimpulkan bahwa objek penelitian yaitu Kafe *La Aquanos* telah sesuai dengan peraturan

yang ada, baik jenis bangunan hingga peruntukan lahan telah sesuai dengan peraturan yang sudah ditentukan.



Gambar 4.2 Peta peruntukan lahan Kota Malang

Sumber : RTRW-Kota-Malang-2010-2030

b. Cuaca dan Iklim

Kondisi iklim di Kota Malang tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara 22,7°C – 25,1°C. Sedangkan suhu maksimum mencapai 32,7°C dan suhu minimum 18,4°C . Sedangkan Rata kelembaban udara berkisar 79% – 86%. Dengan kelembaban maksimum 99% dan minimum mencapai 40%. Data ini berdasarkan kondisi selama tahun 2008. Kota Malang memiliki 2 iklim, musim hujan, dan musim kemarau. Dari hasil pengamatan Stasiun Klimatologi Karangploso Kota Malang memiliki Curah hujan yang relatif tinggi pada bulan Pebruari, Nopember, Desember. Sedangkan pada bulan Juni dan September Curah hujan relatif rendah. Kecepatan angin maksimum terjadi di bulan Mei, September, dan Juli.

Kondisi cuaca selama proses pengamatan cukup kondusif, dimana selama satu minggu hanya satu hari terjadi gerimis sehingga pengamatan kurang maksimal. Pengamatan dilakukan pada malam hari sehingga faktor cahaya alami diabaikan. Suhu didalam kafe berada dikisaran angka 23-24 derajat celcius. Suhu udara didalam kafe tidak jauh berbeda dengan suhu udara lingkungan.

c. Batasan

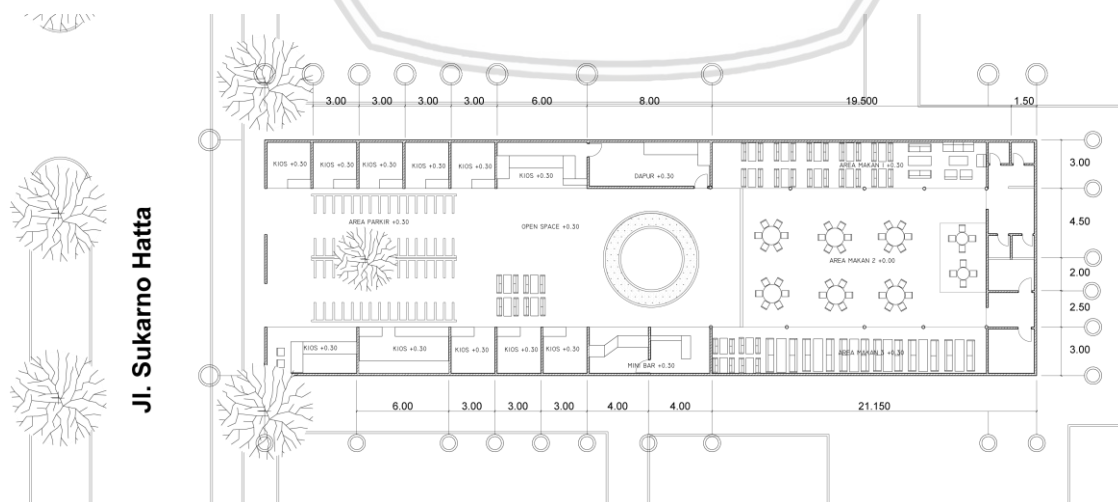
Batasan fisik secara makro dari lokasi penelitian yang dilakukan dikafe *La Aquanos* adalah bangunan komersil lainnya serta jalan raya. Secara mikro batasan penelitian didalam kafe hanya berfokus pada area makan, sehingga terdapat batasan yang jelas. Data-data fisik dan batasan fisik objek ini sebagai berikut,

| | |
|--------------------------|---------------------------|
| Luas lahan | : 900 m ² |
| Koefisien dasar bangunan | : 42 % |
| Batas utara | : Sam Tower |
| Batas selatan | : Waroeng Steak and Shake |
| Batas timur | : Pemukiman |
| Batas barat | : Jl. Ir Soekarna Hatta |

d. Gambaran Lokasi Penelitian

Kafe *La Aquanos* merupakan salah satu Kafe unik di Kota Malang yang selalu ramai dikunjungi. Kafe ini menggunakan konsep young party yang membagi areanya menjadi dua, yaitu area terbuka dan semi tertutup. Berdasarkan hasil pengamatan, jumlah pengunjung Kafe *La Aquanos* pada weekday lebih sedikit jika dibandingkan dengan weekend.

Area makan kafe *La Aquanos* dibagi menjadi zona semi tertutup dan area terbuka. Zona semi tertutup lebih difungsikan sebagai area makan. Zona ini berada di sisi kanan dan kiri kafe, dengan dilengkapi meja makan. Zona terbuka terletak di tengah kafe dengan dilengkapi hamparan pasir pantai dan kursi malas, area ini lebih difungsikan sebagai area santai.



Gambar 4.3 Denah kafe *La Aquanos*

Sumber : hasil desain, 2018

Area makan satu dan tiga merupakan area makan tetap, dimana area ini selalu tersedia. Perabot yang digunakan juga perabot yang bersifat jangka panjang area makan satu merupakan area makan semi tertutup, sehingga dapat digunakan pada siang dan malam hari. Sedangkan untuk area makan dua merupakan area makan tidak tetap, dimana area makan ini tersedia saat malam hari dan kondisi cuaca tidak hujan. Area makan ini mulai dibuka pukul 20.00 atau terkadang pukul 21.00 melihat banyaknya jumlah pelanggan dan kondisi cuaca. Jenis perabot yang digunakan adalah perabot yang mudah untuk dipindahkan dan dipasang kembali.



Gambar 4.4 Suasana Kafe La Aquanos

Sumber: dokumentasi, 2018

4.2 Kondisi Eksisting berdasarkan store atmosfer

4.2.1 Pencahayaan

Pencahayaan yang digunakan didalam kafe menggunakan dua jenis pencahayaan yaitu pencahayaan alami dan pencahayaan buatan. Pada siang hari, pencahayaan yang digunakan adalah pencahayaan alami, tanpa menggunakan pencahayaan buatan. Pencahayaan buatan hanya digunakan pada malam hari.

a. Pencahayaan alami

Pencahayaan alami merupakan pencahayaan yang berasal dari sinar matahari. Pencahayaan alami berlangsung dari pagi hingga sore hari, sehingga pada siang hari pemanfaatan pencahayaan buatan ditiadakan. Pemanfaatan pencahayaan alami pada bangunan adalah dengan memasukkan cahaya matahari melalui media bukaan,

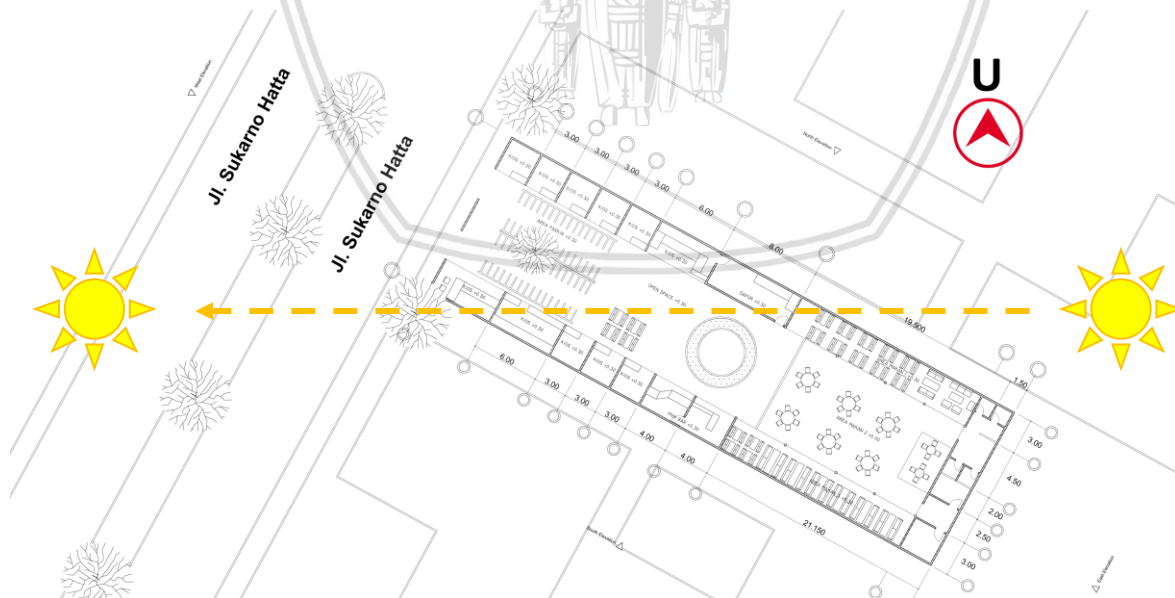
semakin maksimal bukaan maka cahaya yang masuk akan semakin merata dan maksimal. Pada kafe *La Aquanos*, cahaya matahari dimanfaatkan secara maksimal, karena jenis ruang merupakan ruang semi tertutup.



Gambar 4.5 Pencahayaan alami pada siang hari

Sumber : dokumentasi, 2017

Pencahayaan alami memiliki kelebihan dan kekurangan dalam pengaplikasiannya. Kelebihan dari pemanfaatan pencahayaan alami adalah efisiensi energy yang digunakan. Untuk kekurangan dari pencahayaan alami adalah memerlukan perlakuan khusus dalam pemanfaatannya. Apabila terjadi kesalahan dalam hal peletakan bukaan, orientasi ruang terhadap garis edar matahari, maka akan muncul permasalahan pada ruang itu.



Gambar 4.6 Peta kondisi eksisting

Sumber : Hasil desain, 2018

Pada kondisi eksisting kafe *La Aquanos*, orientasi bangunan terhadap garis edar matahari sudah sesuai, meskipun tetap menimbulkan permasalahan pada ruang makan. Permasalahan yang muncul adalah adanya glare yang masuk ke dalam ruang dan suhu ruang meningkat. Glare adalah sinar matahari langsung yang masuk kedalam ruang secara berlebihan atau biasa disebut dengan silau.

Pada siang hari (11.00-13.00) area makan tiga akan lebih silau jika dibandingkan dengan area makan satu. Kondisi area makan tiga yang lebih silau mengakibatkan area makan tiga lebih panas jika dibandingkan dengan area makan satu. Hal ini dikarenakan arah datang cahaya matahari yang tertuju langsung ke area makan tiga. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya shading device berupa tirai ataupun shading device lain yang dipasang di area makan tiga.

a. Pencahayaan buatan

Pencahayaan buatan adalah pencahayaan dengan menggunakan alat buatan manusia atau lampu. Pencahayaan buatan biasanya digunakan pada malam hari atau saat pencahayaan alami tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Pencahayaan buatan dibedakan menjadi pencahayaan general dan pencahayaan khusus. Pencahayaan buatan untuk setiap fungsi berbeda-beda dan memiliki standar masing-masing. Standar pencahayaan alami diatur dalam SNI.

Pencahayaan buatan di kafe *laaquanos* dibedakan menjadi dua, pencahayaan general dan pencahayaan khusus. Pencahayaan general menggunakan lampu outdoor, sehingga dapat menerangi sebagian besar kafe. Penerangan general hanya digunakan saat ada pementasan *life music*.



Gambar 4.7 Lampu led outdoor

Sumber : dokumentasi, 2017

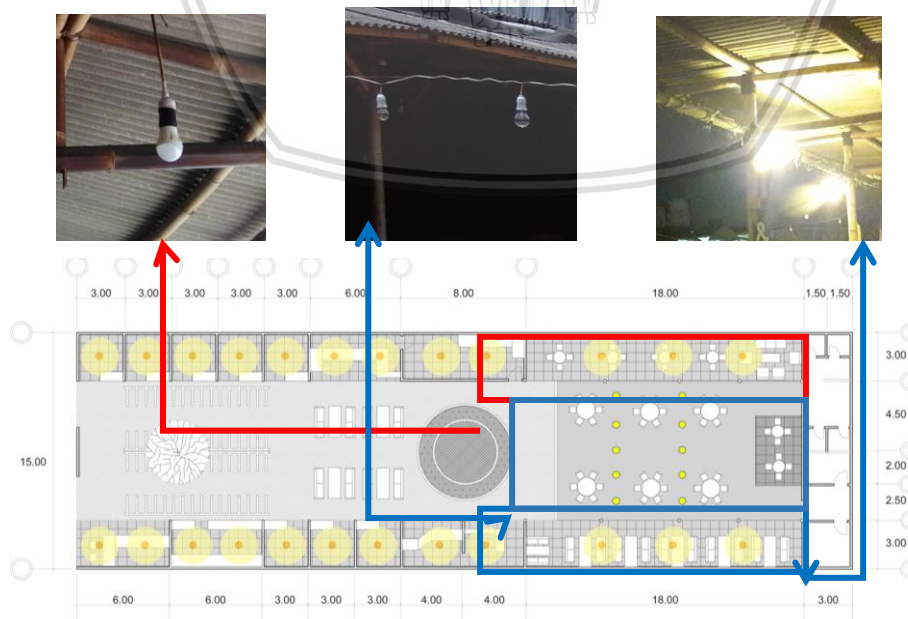
Pencahayaan buatan selanjutnya adalah pencahayaan khusus, dimana pencahayaan ini difungsikan untuk memberikan kesan atau aksen yang berbeda didalam suatu ruang. Pencahayaan khusus didalam kafe *La Aquanos* selain sebagai sumber penerangan juga sebagai elemen dekorasi, yang menjadi nilai tambah bagi kafe *La Aquanos*. Jenis pencahayaan buatan yang digunakan didalam kafe *La Aquanos* adalah lampu bohlam dengan warna kuning. Dipadukan dengan pencahayaan dengan lampu led berwarna putih.



Gambar 4.8 Pencahayaan buatan

Sumber : dokumentasi, 2017

Pada area makan satu, pencahayaan yang digunakan memiliki intensitas sebesar 150 lx, pada area makan dua, memiliki intensitas sebesar 160 lx. Sedangkan untuk area makan tiga pencahayaan yang digunakan sebesar 200 lx. Area makan satu menggunakan pencahayaan led warna putih, sedangkan area makan dua dan tiga menggunakan penerangan bohlam warna kuning.

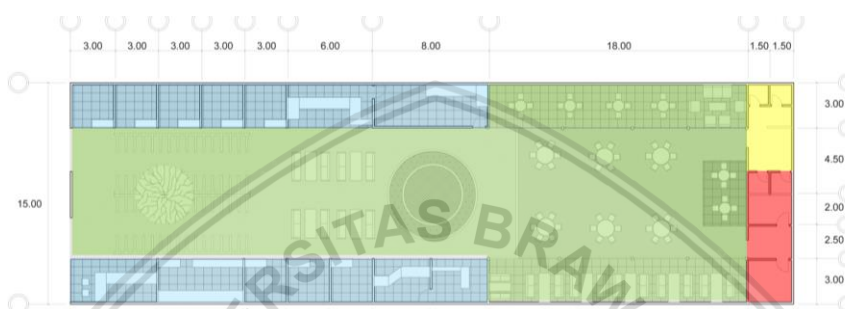


Gambar 4.8 Pemetaan pencahayaan buatan

Sumber : data diolah, 2017

4.2.2 Tata Letak

Secara umum tata letak dalam kafe *La Aquanos* merupakan tata letak ruang yang ada didalam kafe laaquanos. Kafe laaquanos dibedakan menjadi beberapa zona ruang berdasarkan fungsi aktifitas yang diwadahi, yaitu ruang public, semi public, privat, dan area service. Area public(hijau) termasuk didalamnya adalah area parkir, dan area makan, untuk area semi public(biru) adalah area kios, dan mini bar, untuk area private(merah) meliputi area dapur, kasier, maupun area staff, selanjutnya untuk area service (kuning) meliputi toilet dan mushola yang dapat dimasukkan sebagai area public.



Gambar 4.9 Tata letak Kafe *La Aquanos*

Sumber : data diolah, 2017

Dalam penelitian ini ruang yang menjadi fokus penelitian adalah area makan, yang mencakup area makan satu, dua, dan tiga. Tata letak melingkupi dua aspek, diantaranya adalah tata perabot dan sirkulasi. Tata letak perabot melingkupi dimensi, material, dan jarak antar perabot. Untuk sirkulasi meliputi jarak dari satu titik ke titik berikutnya dan dimensi sirkulasi yang ada didalam area makan kafe laaquanos.

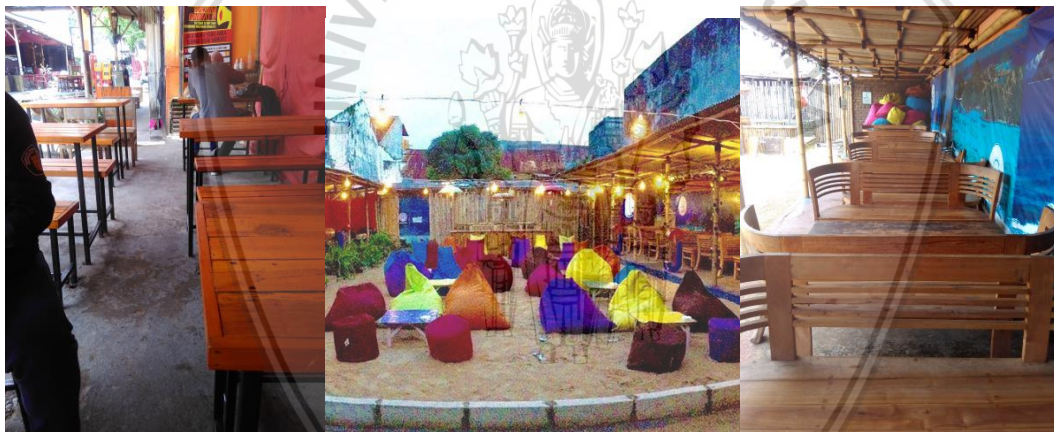
a. Tata perabot

Perabot adalah elemen yang digunakan sebagai pengisi sebuah ruangan dan digunakan untuk mendukung aktivitas yang ada. Perabot memiliki ukuran material dan jarak antar perabot yang semuanya memiliki pengaruh terhadap ruang dan aktivitas. Didalam area amakan kafe *La Aquanos*, perabot yang digunakan dinagi menjadi dua, yaitu perabot tetap dan perabot tidak tetap. Perabot tetap merupakan perabot yang selalu ada selama kafe beroperasi, sedangkan perabot tidak tetap merupakan perabot yang ada diwaktu dan kondisi tertentu. Area makan satu dan tiga merupakan area tetap, sehingga perabot yang digunakan juga bersifat tetap. Sedangkan area makan dua merupakan area makan kondisional, dimana area makan ini hanya ada saat malam hari dan diwaktu tertentu, sehingga perabot yang digunakan merupakan perabot tidak tetap.



Gambar 4.10 Tata letak area makan

Sumber : dokumentasi, 2017



Gambar 4.11 Tata letak perabot

Sumber : dokumentasi, 2017

Area makan satu dan tiga memiliki perabot dengan material kayu dan besi, sedangkan untuk area makan dua menggunakan material kain fabrikasi dengan spons dan meja plywood laminasi. Tempat duduk di area dua biasa disebut juga bean bag. Penggunaan material disesuaikan dengan kondisi ruang. Area makan satu dan tiga merupakan area makan semi tertutup, sehingga terlindung dari cuaca, sedangkan area makan dua berada di area terbuka sehingga penggunaan material fabrikasi dianggap sesuai.

Jenis perabot yang digunakan disetiap sisi area makan berbeda, begitu juga dengan dimensi. Dimensi perabot yang digunakan di area makan kafe *La Aquanos* bermacam-macam, sesuai dengan aktifitas yang ingin diwadahi. Adanya perbedaan menjadikan setiap

sisi area makan memiliki karakteristik masing-masing. Untuk area makan satu, dimensi yang digunakan adalah sebagai berikut.



Gambar 4.12 Perabot (meja dan kursi) di area semi tertutup

Sumber : dokumentasi , 2017

1. Untuk ukuran meja 120 x 50 x 100 cm;
2. Untuk ukuran kursi 120 x 30 x 50 cm.

Perabot di area makan satu bersifat dinamis, sehingga dapat digeser ataupun diubah posisinya berdasarkan kebutuhan. Untuk jarak meja satu dan meja lainnya yang di depan atau belakangnya adalah 120 centi meter, sehingga jarak antara kuris dan meja saat ditarik adalah 30 cm. untuk jarak meja satu dengan meja disebelah adalah 40 cm.

Untuk area makan dua dimensi yang ada tidak dapat dipastikan, terutama pada tempat duduk, material yang fleksibel menjadikan ukuran disesuaikan masing masing pengunjung,



Gambar 4.13 Perabot (meja dan kursi) di area terbuka

Sumber : google.pict , 2017

1. Ukuran bean bag menggunakan bean bag big size dan medium size;
2. Ukuran meja 60 x 60 x 30 cm.

Sama halnya dengan area makan satu, area makan dua merupakan area makan dinamis. Letak perabot dapat digeser dengan mudah sesuai dengan keinginan pengunjung. Namun pada saat pemasangan pegawai memberi jarak kurang lebih 180 cm antara meja satu dengan meja lainnya. Jarak bean bag ke meja adalah 40 cm.

Area makan tiga memiliki perabot yang ditujukan untuk keluarga atau kelompok dengan anggota 4 sampai 6 orang. Perabot di area tiga memiliki dua jenis ukuran, ukuran yang pertama mirip dengan area satu dan ukuran kedua merupakan ukuran yang berbeda.



Gambar 4.14 Perabot (meja dan kursi) panjang area semi tertutup

Sumber : dokumentasi, 2017

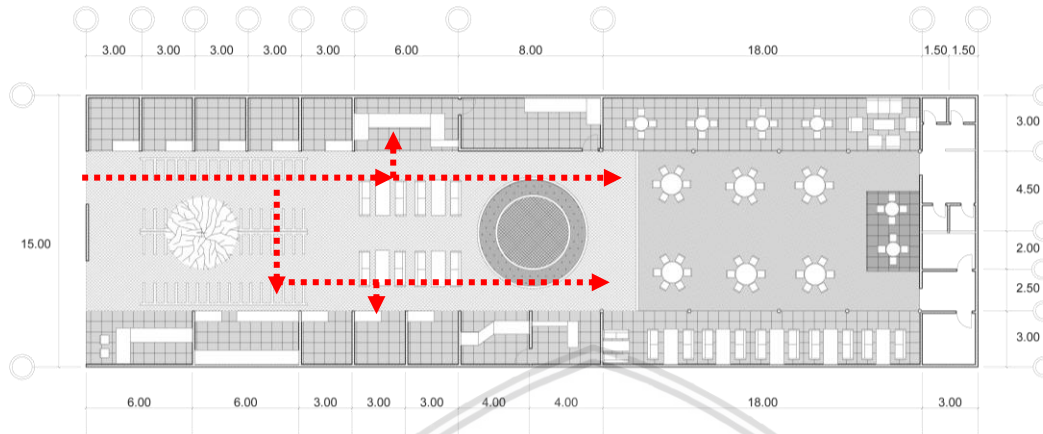
1. Ukuran meja 150 x 60 x 50 cm;
2. Ukuran kursi 150 x 40 x 40 cm.

Berbeda dengan area makan satu dan dua yang bersifat dinamis, area makan tiga memiliki perabot yang bersifat statis, dimana perabot sudah tersusun dan sulit untuk diubah. Selain tidak ada ruang, dimensi perabot yang besar menjadikan pergerakan perabot lebih susah, sehingga Pengunjung tidak dapat merubah posisi dari perabot. Jarak antara meja satu dan meja lainnya adalah 100 cm. jarak antara kursi dan meja adalah 20 cm.

b. Sirkulasi

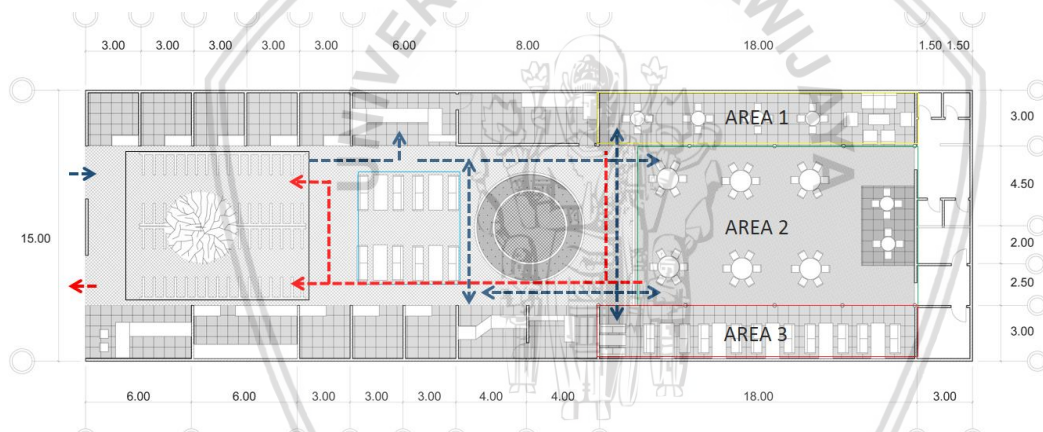
Alur Sirkulasi menjadi bagian penting dalam dunia arsitektur, dimana sirkulasi merupakan sarana untuk berpindah dari satu tempat ke tempat lain, begitu juga di dalam ruangan, sirkulasi sangatlah penting karena sirkulasi menentukan posisi letak perabot, dan dimensinya. Alur Sirkulasi di dalam Kafe *La Aquanos* dibedakan menjadi sirkulasi pengunjung pagi, siang dan malam hari. Alur sirkulasi pengunjung pada siang hari

pengunjung datang ke area parkir, memesan makanan dan kemudian duduk, hal ini hamper sama saat siang hari. Untuk malam hari alur sirkulasi yaitu pengunjung datang, memesan makan, memesan minum, kemudian menuju area makan, dan pulang.



Gambar 4.15 Alur sirkulasi pengunjung pada pagi dan siang hari

Sumber : data diolah 2017



Gambar 4.16 Alur sirkulasi pengunjung pada malam hari

Sumber : data diolah, 2017

Setelah mengetahui alur sirkulasi, tahap selanjutnya adalah melihat jalur sirkulasi yang ada. Ukuran atau dimensi jalur sirkulasi dapat memberikan pengaruh terhadap kemudahan aksesibilitas. Pada kafe *La Aquanos*, dimensi sirkulasi didalam kafe pada area satu dan area tiga adalah 50 cm.



Gambar 4.17 Jalur sirkulasi

Sumber : data diolah, 2017

Area satu dan tiga memiliki jalur sirkulasi dengan perkerasan lantai, sedangkan pada area dua, tidak ada jalur sirkulasi dengan perkerasan, sehingga pengunjung harus melewati pasir. Dengan adanya perkerasan memudahkan sirkulasi pengunjung untuk menuju satu tempat dari tempat lain. Jalur sirkulasi area satu berada di bagian tengah, dan untuk area tiga berada di sisi luar.



Gambar 4.18 Sirkulasi area 1

Sumber : dokumentasi 2018

Untuk menuju toilet dan wastafel, serta podium di area dua pengunjung harus melewati pasir. Hal ini tentu menyulitkan para pengunjung. Tidak adanya akses khusus untuk menuju toilet menjadikan pengunjung harus melewati area dua. Apabila melewati jalur sirkulasi di area satu, maka dapat mengganggu pelanggan lain, dikarenakan jalur sirkulasi di area satu berada di tengah.



Gambar 4.19 Sirkulasi area 2

Sumber : dokumentasi, 2017

Jalur sirkulasi di area dua tidak memiliki batasan sehingga pengunjung bebas memilih melalui bagian mana saja di area dua untuk mencapai tempat yang diinginkan. Batasan jalur sirkulasi hanya saat area dua difungsikan dan perabot diletakkan. Setelah perabot dipasang maka terbentuk jalur sirkulasi di pinggir dan tengah atrea makan dua.



Gambar 4.20 Batasan jalur sirkulasi

Sumber : doumen pribadi, 2017

4.2.3 Sound

Unsur pembentuk ruang yang tidak kalah penting adalah suara atau akustik, kondisi akustik yang baik dapat membuat pengunjung merasa nyaman, begitu juga sebaliknya, apabila kondisi akustik buruk maka pengunjung akan merasa terganggu. Kondisi akustik pada setiap tempat tentu memiliki perbedaan baik itu kwaitas maupun kuantitas, bergantung pada kondisi dan situasi. Dalam kasus Kafe *La Aquanos*, kondisi akustik cukup baik, dimana nois atau gangguan bising dari luar dapat diminimalisir, sedangkan untuk kondisi

akustik didalam Kafe menggunakan *sound system* atau akustik buatan yang berguna untuk menghibur pengunjung lewat lagu ataupun live performance.

Pada pagi dan siang hari, kondisi kafe cukup kondusif, tidak ada suara music dikarenakan kafe tidak memutar music. Sumber suara kebisingan pada siang hari berasal dari luar bangunan yaitu kendaraan bermotor di jalan raya. Tingkat kebisingan didalam kafe diukur dengan sound meter berbasis android adalah sebesar 67 db.



Gambar 4.21 Panggung live music

Sumber: dokumentasi, 2017

Pada malam hari terdapat alunan music yang diputar didalam kafe, sehingga sumber kebisingan berasal dari luar bangunan dan bangunan itu sendiri. Tingkat kebisingan didalam kafe *La Aquanos* diukur menggunakan sound meter berbasis *android* pada malam hari adalah sebesar 87 db. Pada malam hari sumber kebisingan berasal dari music dan live performance. Pada *weekday*, alunan music berasal dari soundsystem, sedangkan pada *weekend* alunan musik diiringi oleh *live music*.

4.2.4 Warna

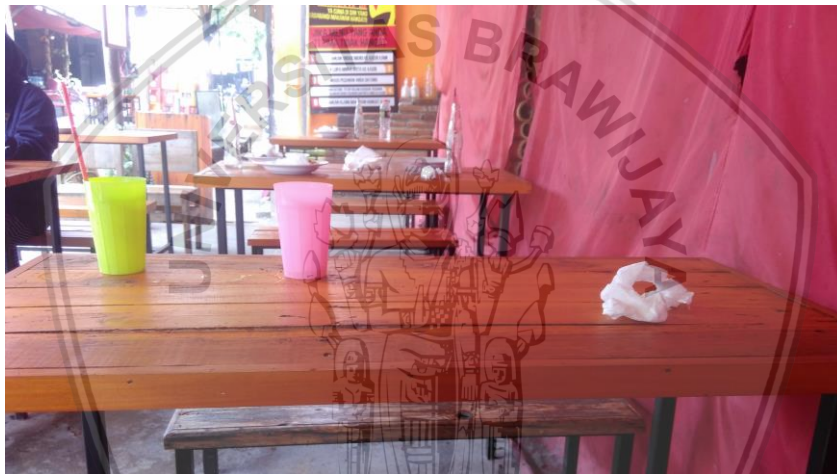
Salah satu variable dalam arsitektur yang memiliki pengaruh terhadap perilaku adalah warna. Warna memberikan kesan yang berbeda, dan tentunya memberikan dampak yang berbeda juga. Warna merupakan salah satu stimulus yang paling pertama ditangkap oleh indra, sehingga dampak yang dihasilkan lebih cepat.

Kafe *La Aquanos* merupakan kafe dengan desain interior yang sederhana, dimana semua elemen pembentuk sebagian besar berbahan alami. Warna yang digunakan juga tidak banyak, hanya warna alami dan warna dasar. Di dalam kafe *La Aquanos*, elemen yang memiliki warna dominan adalah dinding. Setiap dinding di area makan memiliki warna yang berbeda.



Gambar 4.22 Dinding area makan

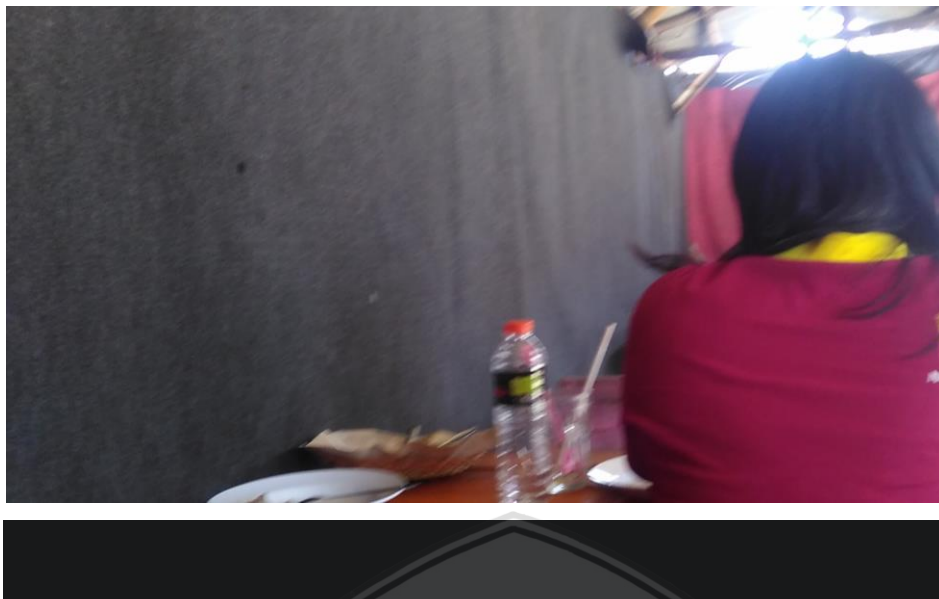
Sumber : data diolah, 2017



Gambar 4.23 Dinding warna merah muda (pink)

Sumber : dokumentasi, 2017

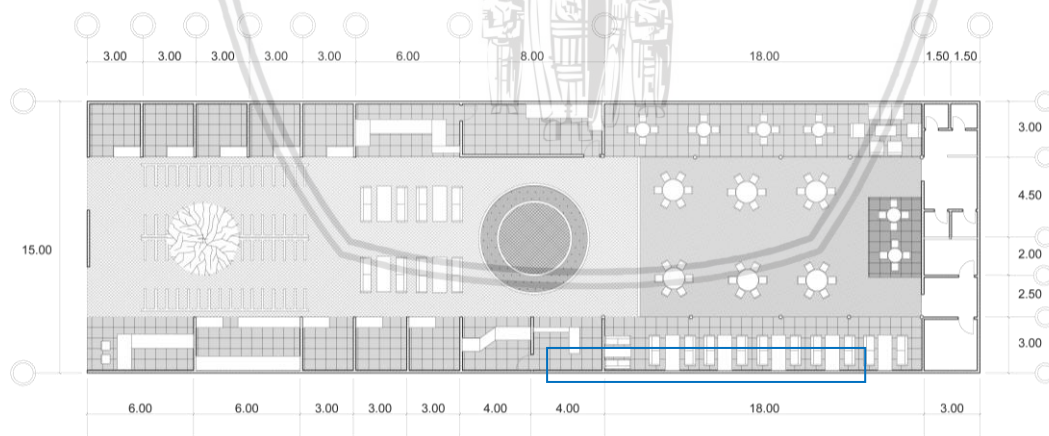
Dinding di area makan satu, bagian depan memiliki warna merah. Warna merah ini berasal dari kain yang digunakan untuk melapisi dinding kafe. Warna merah yang digunakan dalam dic memiliki kode warna DIC-113. Warna tersebut merupakan warna yang mendekati dengan warna dinding pada kefe *La Aquanos*.



Gambar 4.24 Dinding warna merah hitam

Sumber : dokumentasi, 2017

Selanjutnya warna yang dibahas adalah dinding area makan satu bagian belakang. Dinding ini memiliki warna hitam. Warna ini berasal dari kain yang digunakan untuk melapisi dinding kafe. Warna hitam yang digunakan dalam dic memiliki kode DIC-582. Warna tersebut merupakan warna yang mirip atau paling dekat dengan kondisi asli. Warna di foto sedikit berbeda karena ada pengaruh cahaya saat pengambilan foto.



Gambar 4.25 Dinding area makan 1 belakang

Gambar : data diolah, 2017

Area makan tiga memiliki warna dinding yang sama disenua bagian. Warna yang ada di dinding area makan tiga di kafe *La Aquanos* adalah biru. Dalam dic, warna biru yang mendekati warna dinding kafe *La Aquanos* menggunakan kode DIC-140.

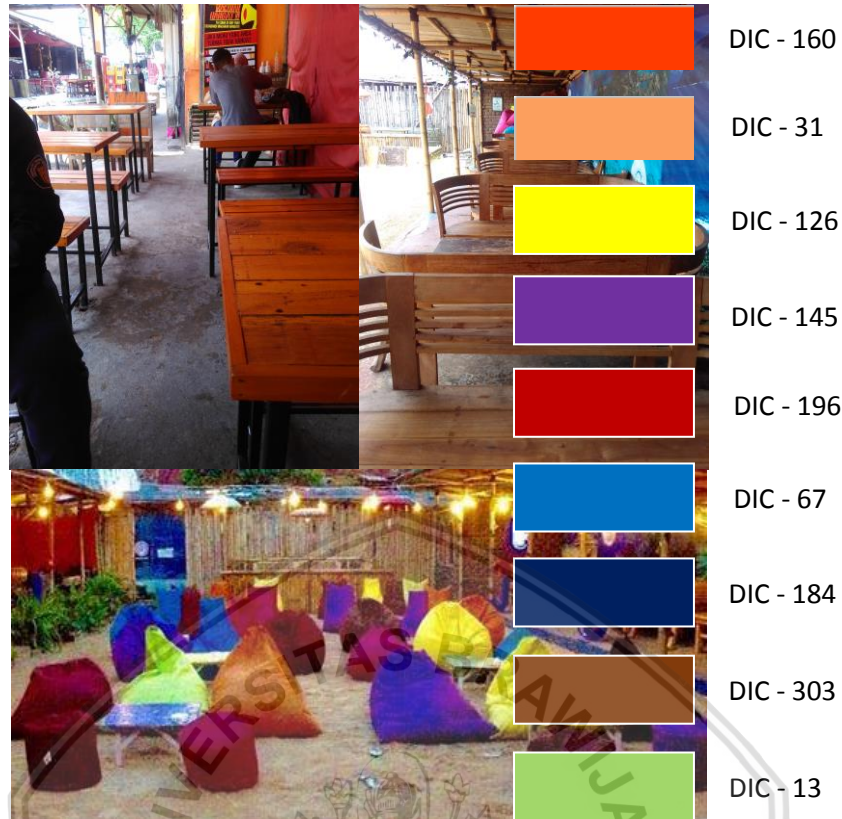


Gambar 4.26 Dinding warna merah biru

Sumber : dokumentasi , 2017

Selain warna dinding, warna perabot juga memberikan pengaruh, meskipun tidak sebesar dinding, namun warna perabot perlu diperhatikan. Di area makan kafe *La Aquanos*, setiap area memiliki warna perabot yang berbeda. Area satu memiliki warna perabot jingga, untuk area makan dua warna yang digunakan merupakan warna-warna yang cerah, seperti hijau, biru, merah dan kuning. Untuk area makan tiga, warna perabot menggunakan warna alami dari material itu sendiri, yaitu kayu.

Warna-wana perabot yang ada memberikan setiap area makan memiliki ciri dan suasana masing-masing. Area makan satu furniture atau perabot didominasi warna jingga, mulai dari kursi, meja, dan wastafel. Area makan dua memiliki warna yang beragam, mulai dari bean bag sampai dengan meja memiliki warna yang berbeda. Untuk area makan tiga, meja dan kursi menggunakan warna asli material, dengan finish transparan. Warna yang dihasilkan adalah warna alami kayu, atau coklat muda.



Gambar 4.27 Warna perabot dan dinding kafe

Sumber : data diolah, 2017

4.2.5 Penghawaan

Peghawaan yang ada di dalam kafe *La Aquanos* adalah penghawaan alami. Di dalam kafe tidak terdapat penghawaan buatan, baik itu AC ataupun kipas angin sehingga semuanya menggunakan penghawaan alami. Di area makan satu dua ataupun tiga, semuanya tidak terdapat penghawaan buatan. Jenis ruang makan yang semi tertutup dan terbuka, memungkinkan untuk memaksimalkan penghawaan alami. Bukaan yang maksimal menjadikan pergerakan udara maksimal didalam area makan, sehingga dengan penghawaan alami, sudah dapat memenuhi kebutuhan kenyamanan penghawaan.

Pada siang hari, suhu udara di area makan sedikit tinggi, terutama di area makan tiga, namun masih dapat diterima oleh kenyamanan. Untuk area makan satu suhu udara relative rendah, dikarenakan tidak terkena sinar matahari langsung. Area makan tiga terpapar sinar matahari secara langsung, yang menyebabkan suhu udara di area makan tiga lebih tinggi. Pada siang hari suhu udara berkisar 25-29 derajat celcius.

Berbeda dengan malam hari, suhu udara di semua area makan relatif rendah, dikarenakan pada malam hari Kota Malang relative dingin, keadaan lingkungan makro sangat memengaruhi kondisi suhu udara di suatu ruang. Pada malam hari, suhu udara

berkisar 22 – 25 derajat celcius. Suhu udara tersebut dalam kondisi cuaca normal, namun apabila cuaca sedang hujan, maka kondisi akan berbeda.



Gambar 4.28 Bukaan di area makan tiga

Sumber : dokumentasi, 2018



Gambar 4.29 Bukaan di area makan satu

Sumber : Dokumentasi, 2017

4.3 Analisis Behavioral Mapping

Behavioral mapping digunakan untuk mengetahui pola perilaku disuatu tempat dengan cara pemetaan kondisi atau fenomena yang ada. Pemetaan menggunakan *person centered mapping* dan *placed centered mapping*. *Person centered mapping* digunakan untuk mengetahui atau mengidentifikasi pola perilaku yang terjadi di kafe *La Aquanos*. *Placed centered mapping* digunakan untuk mengetahui aktivitas yang dilakukan pengguna di dalam kafe *La Aquanos*.

Person centered mapping dilakukan dengan cara mengikuti pola perilaku para pelanggan mulai dari datang sampai dengan memilih tempat untuk menghabiskan waktu di kafe. Pelanggan yang menjadi objek penelitian adalah pelanggan usia remaja (15-27 tahun). Tahap selanjutnya adalah memetakan alur aktifitas para pelanggan.

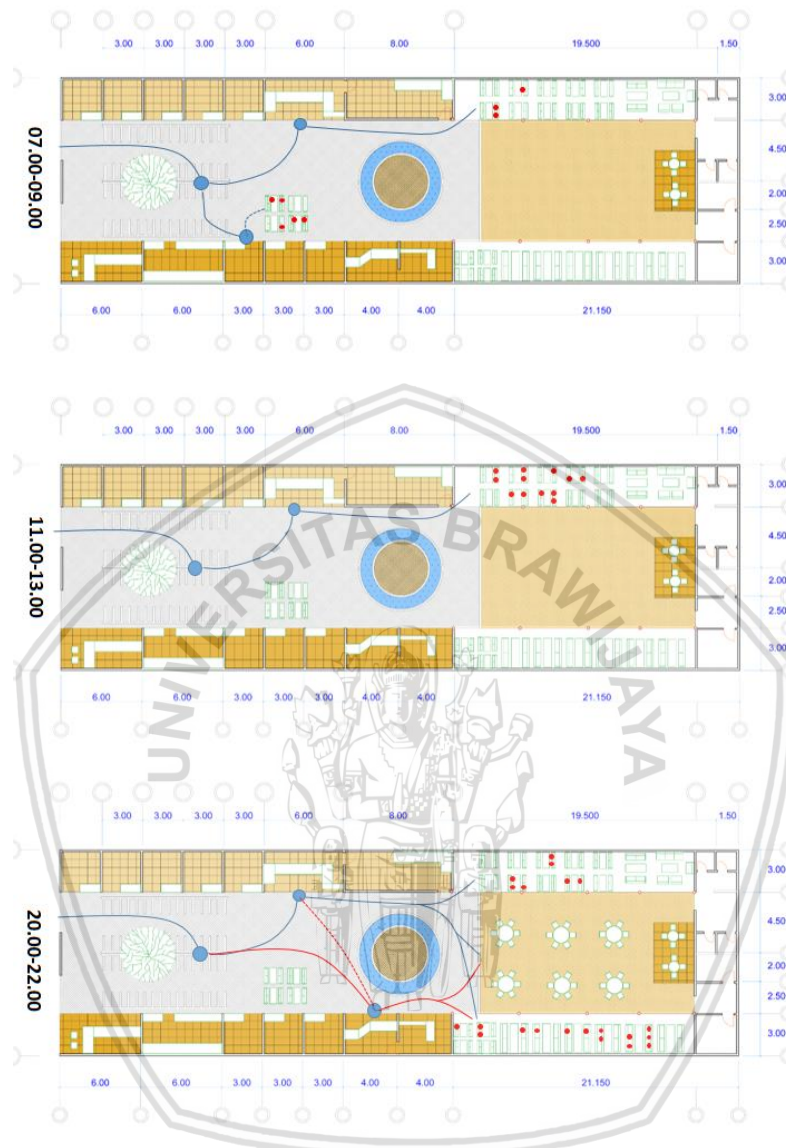
Placed centered mapping dilakukan dengan mengamati aktifitas para pelanggan di area makan kafe *La Aquanos*. Pada *placed centered mapping* area dibedakan sesuai dengan area makan yang ada, yaitu area makan satu, dua, dan tiga. Tahapan selanjutnya adalah memetakan aktifitas yang ada tersebut dengan menggunakan symbol-simbol yang berbeda untuk setiap aktifitas.

Pengamatan behavioral mapping dilakukan pada tiga waktu yaitu pagi, siang, dan malam hari di hari kerja atau week day dan hari libur atau weekend. Tujuannya untuk mengetahui pola perilaku dan aktifitas yang dilakukan oleh pelanggan di dalam kafe *La Aquanos*, sehingga dapat diidentifikasi faktor-faktor apa yang terdapat di dalam kafe yang dapat memengaruhi perilaku pengunjung.

4.3.1 Person Centered Mapping

Person Centered Mapping dilakukan dengan mengikuti alur aktifitas pengunjung yang datang di kafe *La Aquanos* selama waktu pengamatan. Pengamat juga bertindak sebagai pelanggan sehingga dapat merasakan secara langsung alur aktifitas yang dilakukan oleh pengunjung lain. Dengan merasakan secara langsung, maka pengamat dapat menemukan indikasi yang memengaruhi pola perilaku didalam kafe.

a. Pengamatan person centered mapping weekday hari pertama



Gambar 4.30 Pengamatan person centered mapping weekday hari pertama

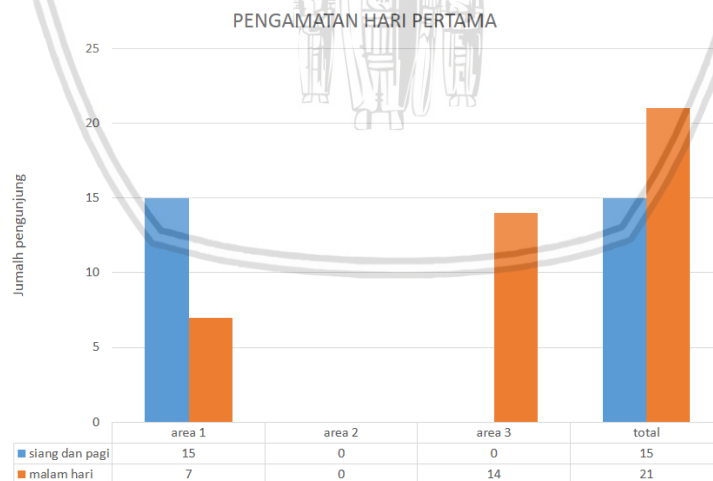
Sumber : Data diolah, 2017

Pada pengamatan pagi hari, pelanggan masuk menuju area parkir, selanjutnya pelanggan menuju kios pecel tumpang atau menuju ayam goreng nelongso. Pelanggan yang menuju pecel tumpang selanjutnya duduk di area makan yang berada di depan kios. Area makan ini tidak termasuk ke dalam area makan yang diamati. Untuk pelanggan yang memilih ayam goreng nelongso, setelah mengambil makanan pelanggan menuju area makan satu. Jumlah pengunjung pada pagi hari yang ada saat waktu pengamatan sebanyak 8 pelanggan, namun hanya 3 pelanggan yang berada di area makan satu.

Pada pengamatan waktu siang, alur aktifitas pelanggan adalah pelanggan datang menuju area parkir, selanjutnya pengunjung menuju kios ayam nelongso. Setelah mengambil makan pelanggan menuju area makan satu. Pada pengamatan siang hari jumlah pengunjung yang ada sebanyak 12 pelanggan. Semua pelanggan berada di area makan satu.

Pada pengamatan malam hari, alur aktifitas pengunjung menjadi lebih kompleks. Pertama pengunjung datang, kemudian menuju area parkir. Selanjutnya pengunjung dibagi kedalam dua jenis, pengunjung yang makan dan minum, atau pengunjung yang hanya minum. Pengunjung yang akan makan dan minum (garis biru) menuju ayam nelongso terlebih dahulu kemudian menuju area makan baru menuju mini bar, atau pengunjung menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar dan baru menuju area makan. Untuk pengunjung yang hanya minum (garis merah) langsung menuju area makan dua atau area makan tiga.

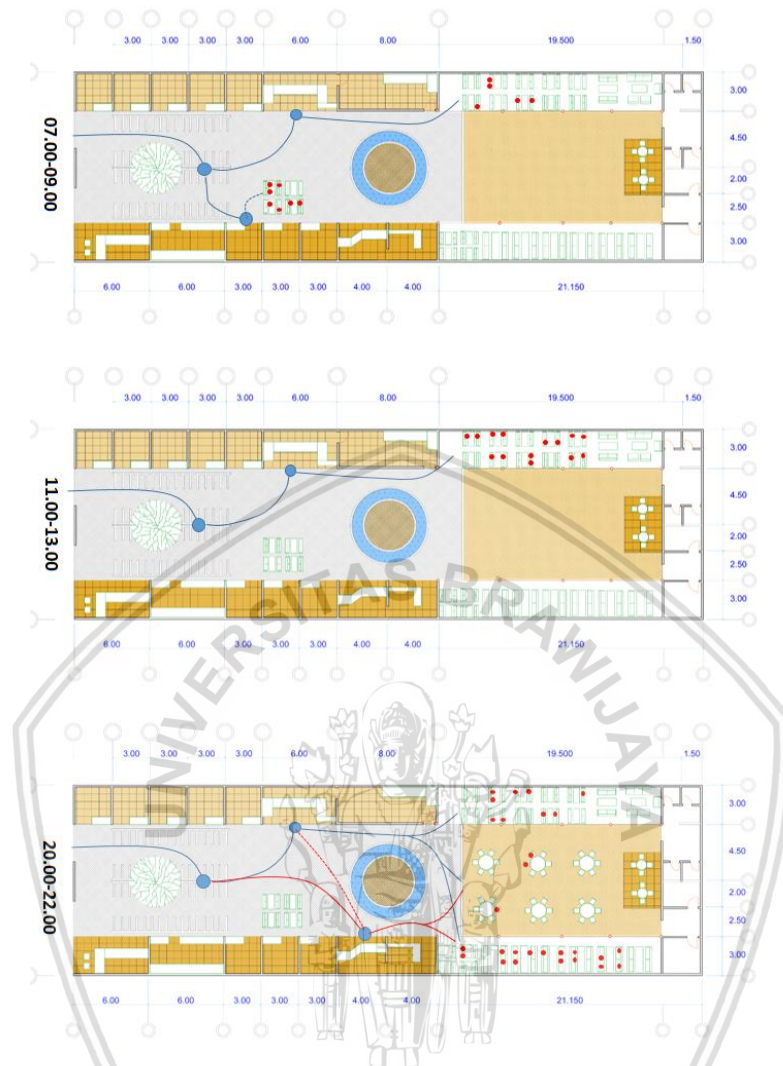
Pada saat pengamatan ditemukan bahwa pengunjung yang hanya minum langsung menuju area makan tiga. Untuk pelanggan yang makan dan minum cenderung memilih area makan tiga sebagai pilihan dibandingkan dengan area makan satu. Sebagian besar pengunjung menuju area tiga. Pada saat penelitian area makan dua tidak tersedia, dikarekan jumlah pengunjung yang kurang ramai. Pengunjung di area makan satu berjumlah 7 pelanggan, dan untuk area tiga berjumlah 15 pelanggan.



Gambar 4.31 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekday* hari pertama

Sumber : Data diolah 2018

b. Pengamatan *Person Centered Mapping* weekday hari kedua



Gambar 4.32 Pengamatan *Person Centered Mapping* weekday hari kedua

Sumber: Data diolah 2018

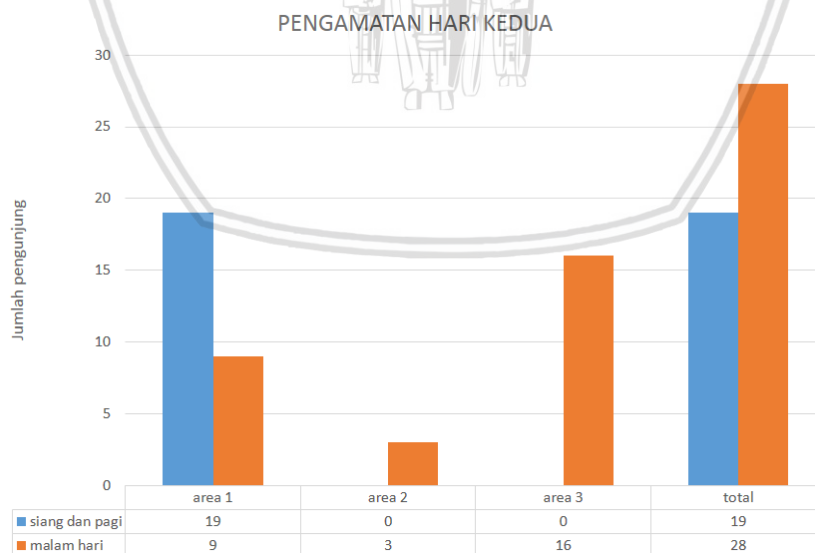
Pada pagi hari pengunjung di area makan satu berjumlah 5 pengunjung. Pengunjung datang menuju area parkir selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pengunjung pecel tumpang mayoritas duduk di area makan depan kios. Untuk pengunjung ayam nelongso menuju area makan satu. Masih sama seperti hari sebelumnya, area makan tiga tidak terdapat pelanggan yang makan atau minum di area ini..

Pada siang hari jumlah pengunjung yang ada di area makan satu berjumlah 14 orang. Untuk alur aktifitas tetap sama seperti hari sebelumnya, pengunjung datang ke area parkir selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah mengambil makanan pengunjung menuju area makan satu. Seluruh pengunjung berada di area makan satu, tidak ada pengunjung yang

memilih area makan tiga. Setiap pengunjung yang datang, setelah mengambil makanan langsung menuju area makan satu.

Pada malam hari, pengunjung yang datang bertambah, jika dibandingkan dengan siang hari. Pengunjung datang, menuju area parkir, setelah itu pengunjung yang makan dan minum menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar untuk memesan minuman. Setelah memesan minuman pengunjung menuju area makan. Sebagian pengunjung setelah memesan makanan mereka menuju area makan terlebih dahulu, setelah itu mereka menuju mini bar untuk memesan minuman. Untuk pelanggan yang hanya minum, setelah memesan minuman di mini bar, mereka langsung menuju area makan. Pada pengamatan hari kedua semua area makan tersedia.

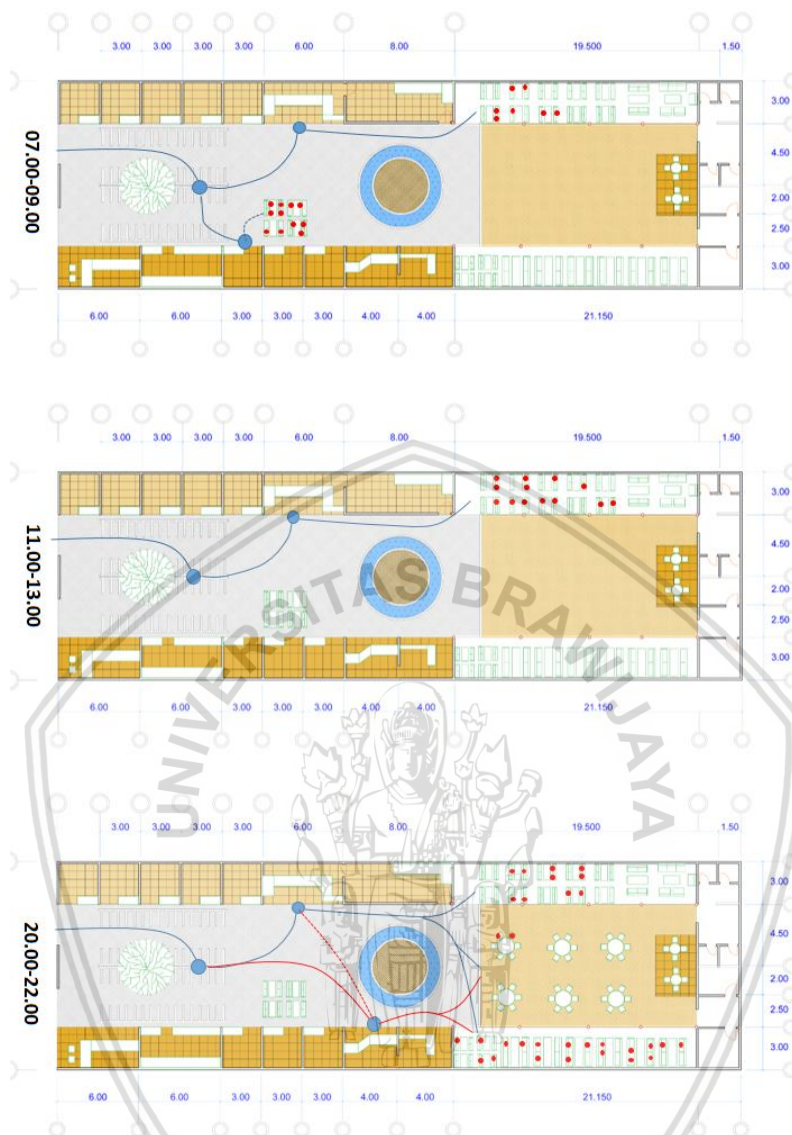
Pada malam hari area makan tiga lebih dipaforitkan oleh pengunjung, jika dibandingkan dengan area makan satu dan dua. Pengunjung yang hanya minum, setelah dari mini bar, pengunjung langsung menuju area tiga. Pilihan kedua adalah area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum, pilihan pertama adalah area makan tiga, pilihan selanjutnya adalah area makan satu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang ada di area satu dan tiga. Pengunjung di area satu berjumlah 9 orang, untuk area makan dua pengunjung berjumlah 3 pengunjung. Untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 17 pengunjung.



Gambar 4.33 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekday* hari kedua

Sumber : Data diolah 2018

c. Pengamatan *Person Centered Mapping Weekday* hari ketiga



Gambar 4.34 Pengamatan *Person Centered Mapping* weekday hari ketiga

Sumber : Data diolah 2018

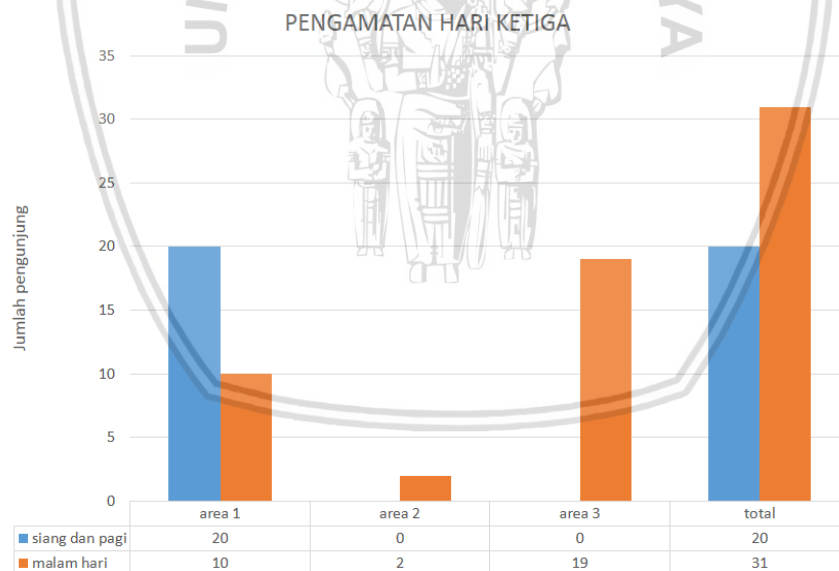
Pada penelitian hari ketiga, pada waktu pagi hari alur aktifitas pelanggan sama dengan sebelumnya. Pelanggan datang masuk area parkir, selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pelanggan pecel tumpang memilih area makan didepan kios, seperti biasanya. Untuk pelanggan ayam nelongso memilih area makan satu setelah memesan makanan. Pelanggan tidak ada yang memilih area makan tiga. Untuk area makan dua tidak tersedia. Pada pagi hari jumlah pengunjung di area makan satu adalah 7 orang,

Pada siang hari pengunjung datang menuju area parkir, selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah mengambil makanan, pengunjung menuju area makan satu. Pengunjung

pada siang hari selalu memilih area satu sebagai tempat mereka makan dan minum. Area tiga selalu kosong dan area dua tidak tersedia di waktu siang hari. Jumlah pengunjung pada siang hari di area makan satu adalah 13 pengunjung.

Pada malam hari, pengunjung menempati semua area yang disediakan. Pengunjung datang menuju area parkir, selanjutnya pengunjung dibagi berdasarkan keperluan mereka. Bagi pengunjung yang makan dan minum, pengunjung menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar dan menuju area makan. Untuk pengunjung yang hanya minum dari area parkir menuju mini bar dan selanjutnya menuju area makan.

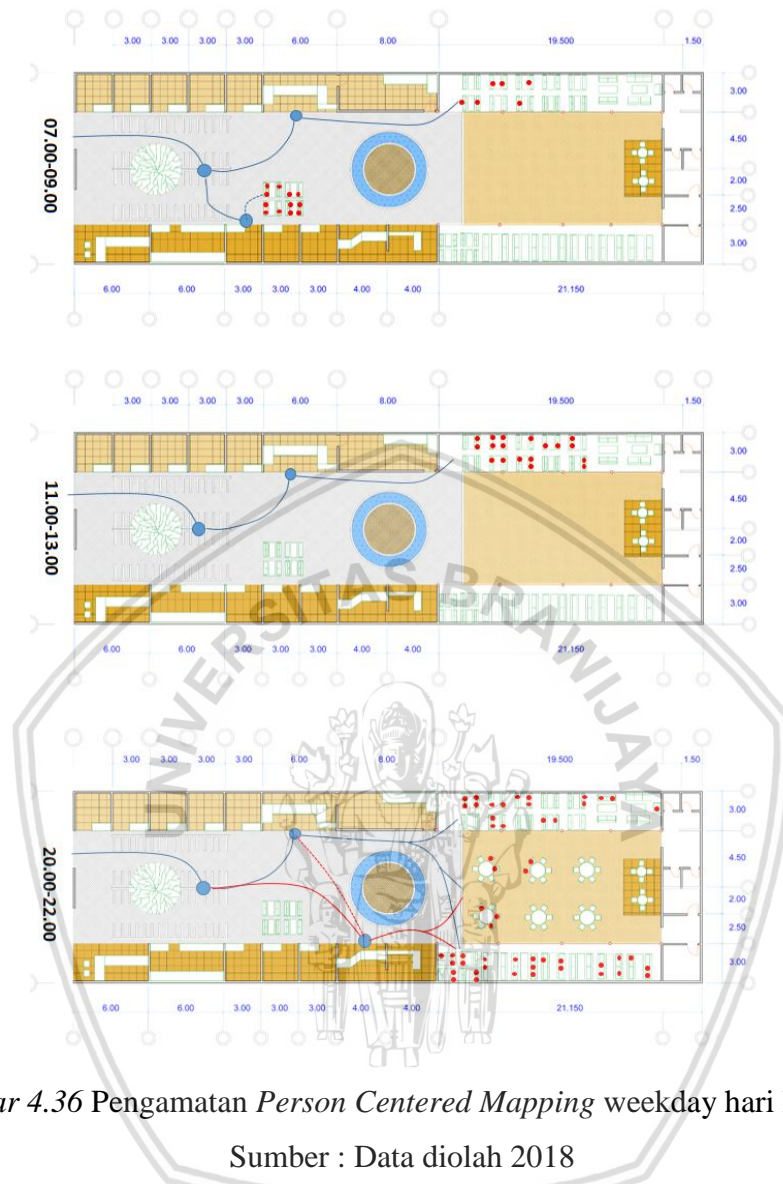
Pada malam hari pengunjung yang hanya minum langsung menuju area makan tiga dan area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum memilih area makan tiga, area makan satu dan area makan dua. Pada malam ketiga jumlah pengunjung di area makan satu adalah 10 pengunjung, untuk jumlah pengunjung area makan dua adalah 2 orang, dan untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 19 Orang. Dari seluruh pengunjung hampir semua datang ke kafe *La Aquanos* untuk makan dan minum. Hanya sebagian kecil pengunjung yang hanya minum.



Gambar 4.35 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekday* hari ketiga

Sumber : data diolah 2018

d. Pengamatan *Person Centered Mapping Weekday* hari keempat



Gambar 4.36 Pengamatan *Person Centered Mapping* weekday hari keempat

Sumber : Data diolah 2018

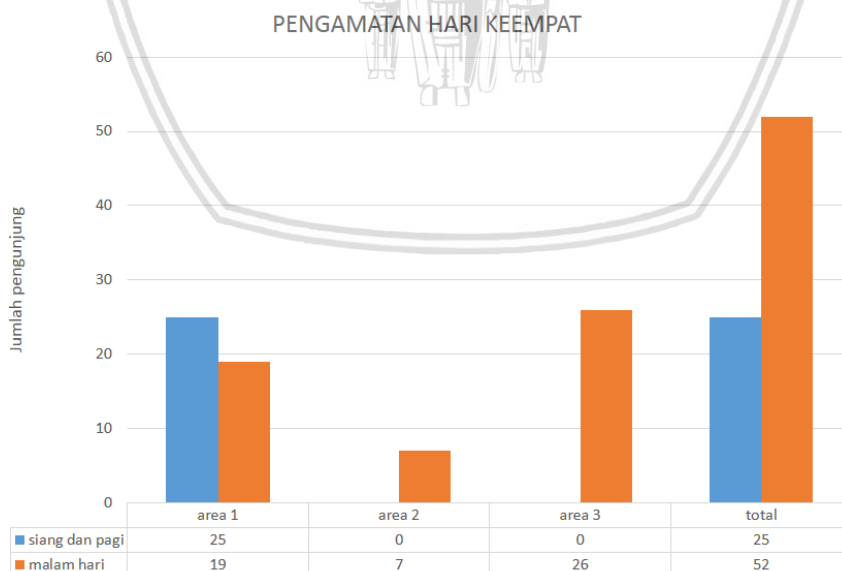
Pada waktu pagi hari alur aktifitas pelanggan sama dengan sebelumnya. Pelanggan datang masuk area parkir, selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pelanggan pecel tumpang memilih area makan didepan kios, seperti biasanya. Untuk pelanggan ayam nelongso memilih area makan satu setelah memesan makanan. Pelanggan tidak ada yang memilih area makan tiga. Untuk area makan dua tidak tersedia. Pada pagi hari jumlah pengunjung di area makan satu adalah 6 orang,

Pada siang hari pengunjung datang menuju area parkir, selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah mengambil makanan, pengunjung menuju area makan satu. Pengunjung pada siang hari selalu memilih area satu sebagai tempat mereka makan dan minum. Area

tiga selalu kosong dan area dua tidak tersedia di waktu siang hari. Jumlah pengunjung pada siang hari di area makan satu adalah 18 pengunjung.

Alur aktifitas pengunjung mengalami perubahan jika dibandingkan dengan siang hari. Pengunjung datang, menuju area parkir, setelah itu pengunjung yang makan dan minum menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar untuk memesan minuman. Setelah memesan minuman pengunjung menuju area makan. Sebagian pengunjung setelah memesan makanan mereka menuju area makan terlebih dahulu, setelah itu mereka menuju mini bar untuk memesan minuman. Untuk pelanggan yang hanya minum, setelah memesan minuman di mini bar, mereka langsung menuju area makan. Pada pengamatan hari kedua semua area makan tersedia.

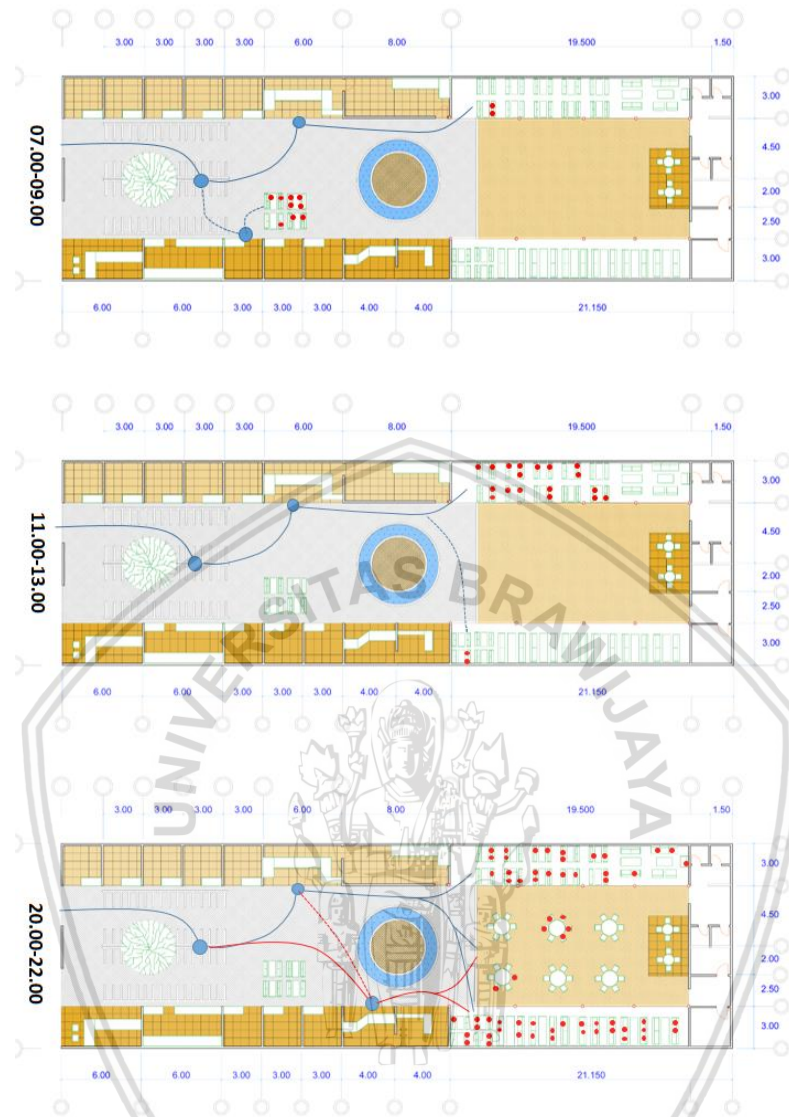
Pada malam hari area makan tiga lebih dipaforitkan oleh pengunjung, jika dibandingkan dengan area makan satu dan dua. Pengunjung yang hanya minum, setelah dari mini bar, pengunjung langsung menuju area tiga. Pilihan kedua adalah area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum, pilihan pertama adalah area makan tiga, pilihan selanjutnya adalah area makan satu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang ada di area satu dan tiga. Pengunjung di area satu berjumlah 20 orang, untuk area makan dua pengunjung berjumlah 7 pengunjung. Untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 28 pengunjung.



Gambar 4.37 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekday* hari keempat

Sumber : Data diolah 2018

e. Pengamatan *Person Centered Mapping Weekday* hari kelima



Gambar 4.38 Pengamatan *Person Centered Mapping* weekday hari kelima

Sumber : Data diolah 2018

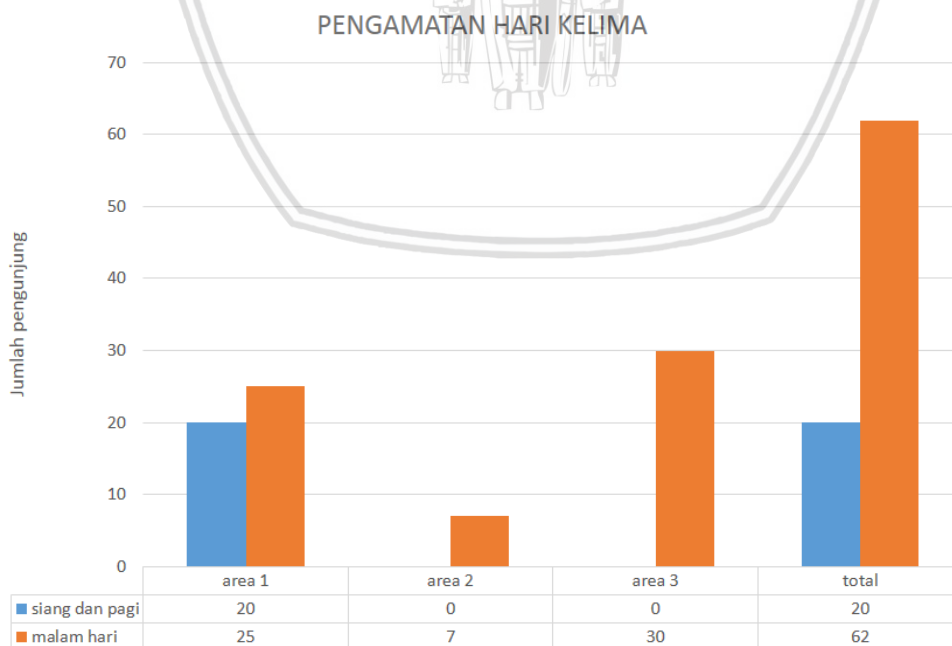
Pada pagi hari pengunjung di area makan satu berjumlah 2 pengunjung. Pengunjung datang menuju area parkir selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pengunjung pecel tumpang mayoritas duduk di area makan depan kios. Untuk pengunjung ayam nelongso menuju area makan satu. Masih sama seperti hari sebelumnya, area makan tiga tidak terdapat pelanggan yang makan atau minum di area ini..

Pada siang hari jumlah pengunjung yang ada di area makan satu berjumlah 20 orang. Di area makan tiga terdapat 2 pengunjung. Untuk alur aktifitas tetap seperti hari sebelumnya, pengunjung datang ke area parkir selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah

mengambil makanan pengunjung menuju area makan satu. Namun pada hari ini terdapat pengunjung menuju area tiga.

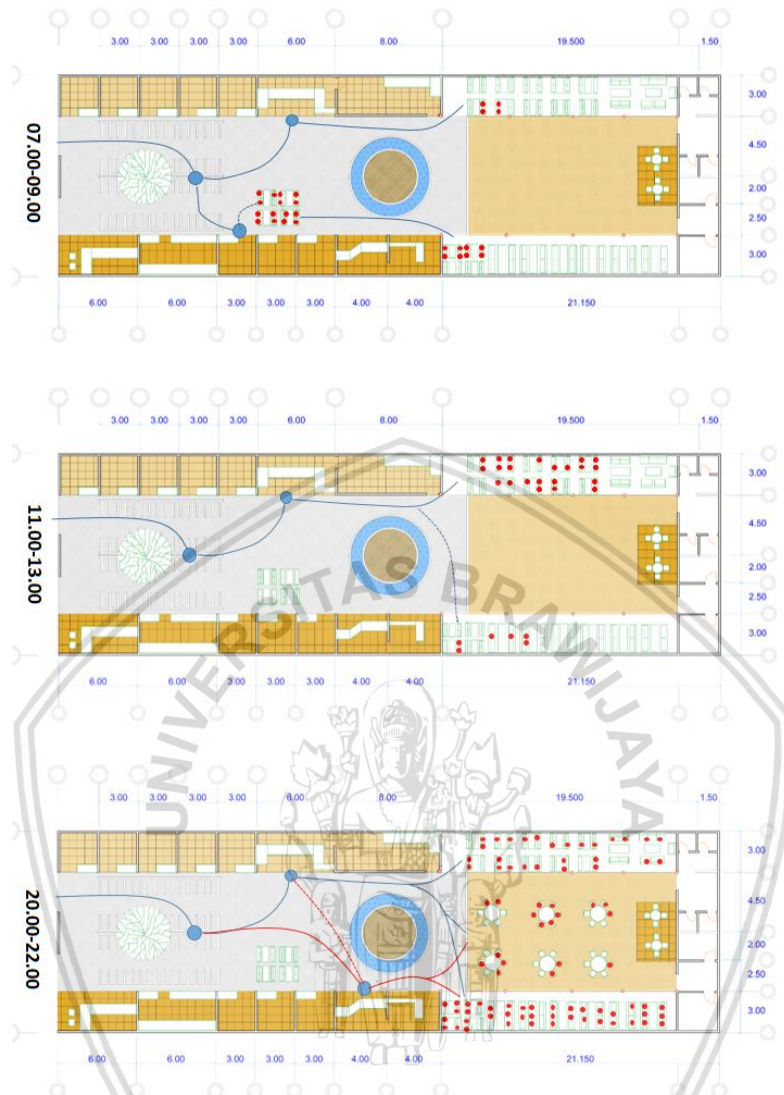
Pada malam hari alur aktifitas pengunjung berbeda dengan siang hari. Pengunjung datang, menuju area parkir, setelah itu pengunjung yang makan dan minum menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar untuk memesan minuman. Setelah memesan minuman pengunjung menuju area makan. Sebagian pengunjung setelah memesan makanan mereka menuju area makan terlebih dahulu, setelah itu mereka menuju mini bar untuk memesan minuman. Untuk pelanggan yang hanya minum, setelah memesan minuman di mini bar, mereka langsung menuju area makan. Pada pengamatan hari kedua semua area makan tersedia.

Pada malam hari area makan tiga lebih dipaforitkan oleh pengunjung, jika dibandingkan dengan area makan satu dan dua. Pengunjung yang hanya minum, setelah dari mini bar, pengunjung langsung menuju area tiga. Pilihan kedua adalah area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum, pilihan pertama adalah area makan tiga, pilihan selanjutnya adalah area makan satu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang ada di area satu dan tiga. Pengunjung di area satu berjumlah 27 orang, untuk area makan dua pengunjung berjumlah 7 pengunjung. Untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 29 pengunjung.



Gambar 4.39 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekday* hari kelima

Sumber : Data diolah 2018

f. Pengamatan *Person Centered Mapping Weekend* hari pertama

Gambar 4.40 Pengamatan *Person Centered Mapping Weekend* hari pertama

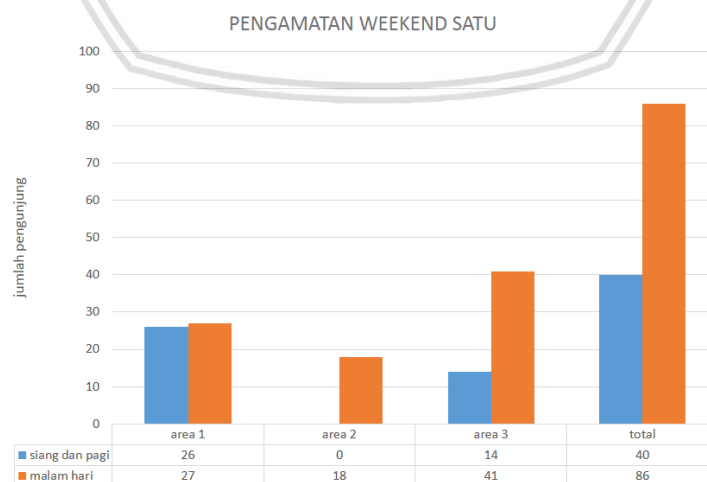
Sumber : Data diolah 2018

Pada waktu pagi hari alur aktifitas pelanggan adalah Pelanggan datang masuk area parkir, selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pelanggan pecel tumpang memilih area makan didepan kios, dank arena jumlah tempat duduk yang tidak mencukupi pelanggan memilih area makan tiga. Untuk pelanggan ayam nelongso memilih area makan satu setelah memesan makanan. Pelanggan tidak ada yang memilih area makan tiga. Untuk area makan dua tidak tersedia. Pada pagi hari jumlah pengunjung di area makan satu adalah 4 orang, pada pagi ini terdapat pengunjung yang memilih area makan tiga. Jumlah pengunjung adalah 8 orang.

Pada siang hari pengunjung datang menuju area parkir, selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah mengambil makanan, pengunjung menuju area makan satu. Pengunjung pada siang hari selalu memilih area satu sebagai tempat mereka makan dan minum. Area tiga selalu kosong dan area dua tidak tersedia di waktu siang hari. Jumlah pengunjung pada siang hari di area makan satu adalah 22 pengunjung. Untuk area tiga terdapat 6 pengunjung.

Alur aktifitas pengunjung mengalami perubahan jika dibandingkan dengan siang hari. Pengunjung datang, menuju area parkir, setelah itu pengunjung yang makan dan minum menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar untuk memesan minuman. Setelah memesan minuman pengunjung menuju area makan. Sebagian pengunjung setelah memesan makanan mereka menuju area makan terlebih dahulu, setelah itu mereka menuju mini bar untuk memesan minuman. Untuk pelanggan yang hanya minum, setelah memesan minuman di mini bar, mereka langsung menuju area makan. Pada pengamatan hari kedua semua area makan tersedia.

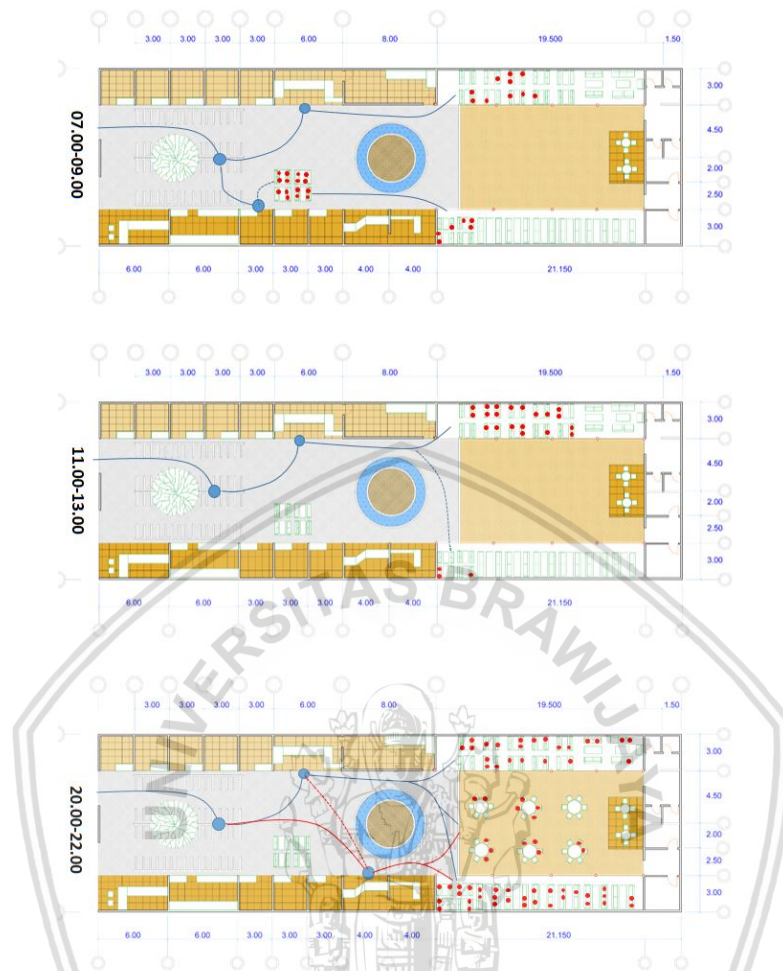
Pada malam hari area makan tiga lebih dipaforitkan oleh pengunjung,. Pengunjung yang hanya minum, setelah dari mini bar, pengunjung langsung menuju area tiga. Pilihan kedua adalah area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum, pilihan pertama adalah area makan tiga, pilihan selanjutnya adalah area makan satu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang ada di area satu dan tiga. Pengunjung di area satu berjumlah 27 orang, untuk area makan dua pengunjung berjumlah 18 pengunjung. Untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 40 pengunjung.



Gambar 4.41 Pengunjung *Person Centered Mapping Weekend* hari pertama

Sumber : Data diolah 2018

g. Pengamatan *Person Centered Mapping Weekend* hari kedua



Gambar 4.42 Pengamatan *Person Centered Mapping Weekend* hari kedua

Sumber : Data diolah 2018

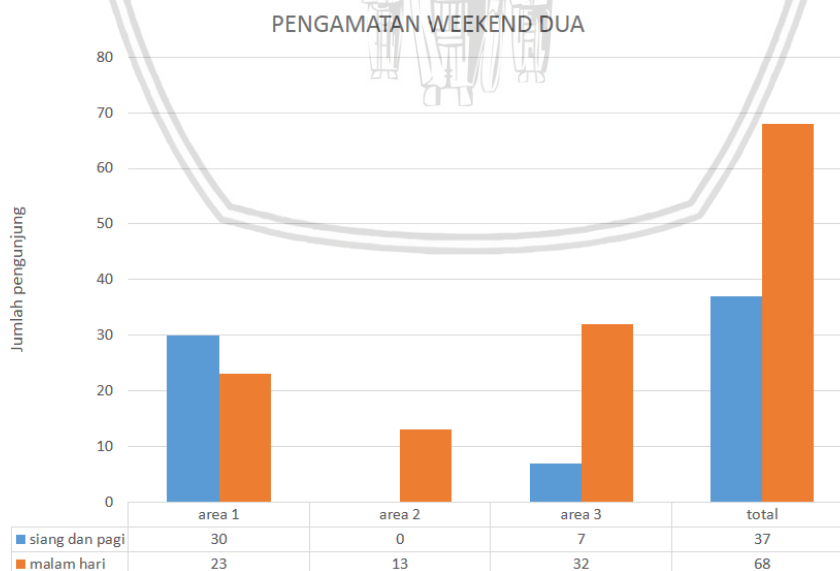
Pada penelitian weekend hari kedua, pada waktu pagi hari alur aktifitas pelanggan sama dengan sebelumnya. Pelanggan datang masuk area parkir, selanjutnya menuju pecel tumpang dan ayam nelongso. Pelanggan pecel tumpang memilih area makan didepan kios, namun karena tempat yang tidak cukup, pelanggan bergeser ke area makan tiga. Untuk pelanggan ayam nelongso memilih area makan satu setelah memesan makanan.. Untuk area makan dua tidak tersedia. Pada pagi hari jumlah pengunjung di area makan satu adalah 10 orang, dan untuk area makan tiga berjumlah 6 orang.

Pada siang hari pengunjung datang menuju area parkir, selanjutnya menuju ayam nelongso. Setelah mengambil makanan, pengunjung menuju area makan satu. Pengunjung pada siang hari selalu memilih area satu sebagai tempat mereka makan dan minum. Area

tiga selalu kosong dan area dua tidak tersedia di waktu siang hari. Jumlah pengunjung pada siang hari di area makan satu adalah 20 pengunjung. Untuk area makan tiga ada 3 orang.

Pada malam hari alur aktifitas pengunjung berbeda dengan siang hari. Pengunjung datang, menuju area parkir, setelah itu pengunjung yang makan dan minum menuju ayam nelongso, selanjutnya menuju mini bar untuk memesan minuman. Setelah memesan minuman pengunjung menuju area makan. Sebagian pengunjung setelah memesan makanan mereka menuju area makan terlebih dahulu, setelah itu mereka menuju mini bar untuk memesan minuman. Untuk pelanggan yang hanya minum, setelah memesan minuman di mini bar, mereka langsung menuju area makan. Pada pengamatan hari kedua semua area makan tersedia.

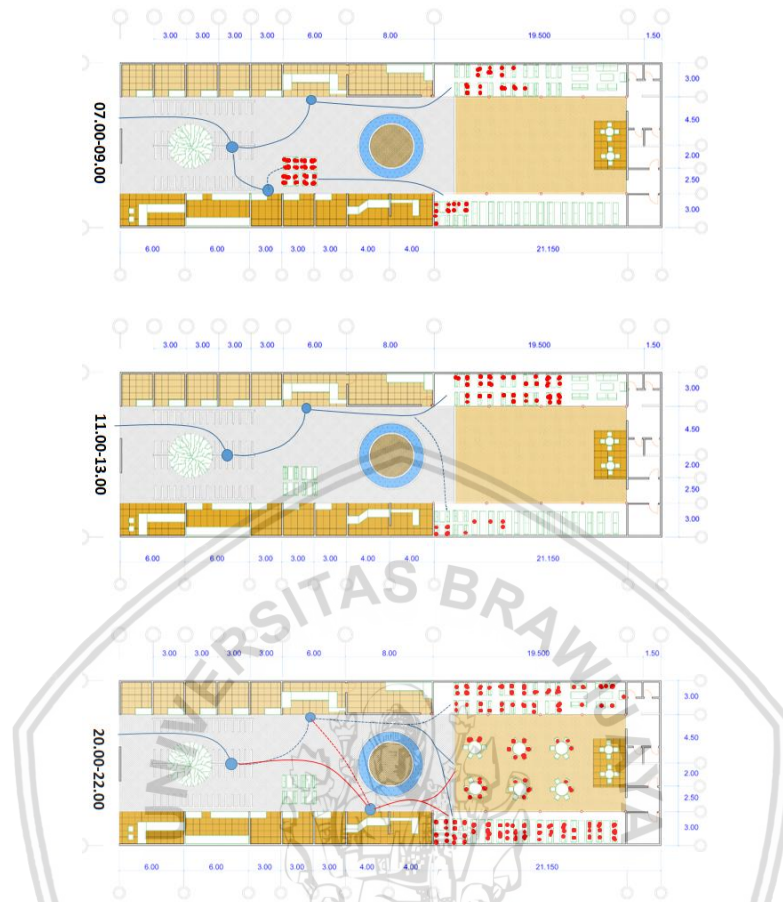
Pada malam hari area makan tiga lebih dipaforitkan oleh pengunjung, jika dibandingkan dengan area makan satu dan dua. Pengunjung yang hanya minum, setelah dari mini bar, pengunjung langsung menuju area tiga. Pilihan kedua adalah area makan dua. Untuk pengunjung yang makan dan minum, pilihan pertama adalah area makan tiga, pilihan selanjutnya adalah area makan satu. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung yang ada di area satu dan tiga. Pengunjung di area satu berjumlah 23 orang, untuk area makan dua pengunjung berjumlah 14 pengunjung. Untuk jumlah pengunjung di area makan tiga adalah 34 pengunjung



Gambar 4.43 Pengunjung Person Centered Mapping Weekend hari kedua

Sumber : Data diolah 2018

h. Pengamatan *Person Centered Mapping* (Overlay)



Gambar 4.44 Pengamatan Person Centered Mapping Weekend overlay

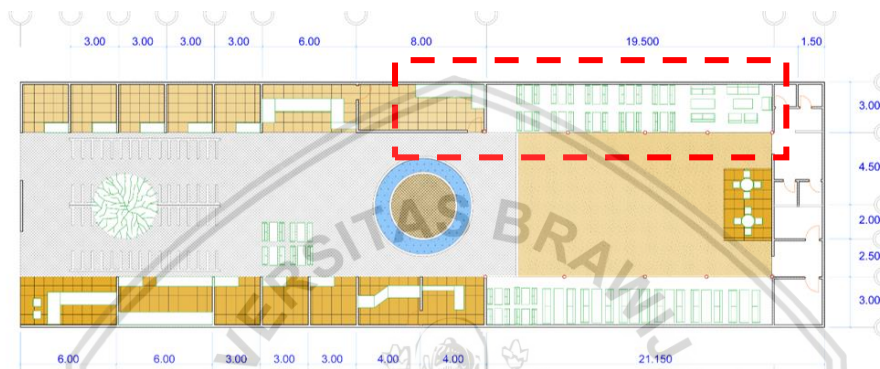
Sumber : Data diolah 2018

Setelah melakukan pengamatan dengan metode person centered mapping, diketahui bahwa alur pelanggan memiliki pola aktivitas yang berulang. Mereka datang, masuk area parkir, kemudian menuju kios pilihan mereka, sebelum menentukan tempat untuk makan. Setelah hasil pengamatan terkumpul maka semua di satukan (overlay) untuk melihat intensitas pengunjung di area makan. Pada hasil pengamatan yang sudah disatukan didapatkan bahwa Setiap kelompok waktu memiliki area terpilih yang berbeda. Pada waktu pagi, pelanggan memilih area makan dideket kios pecel tumpang dan area makan satu bagian depan. Pada siang hari pelanggan memilih area makan satu, dan pada malam hari pengunjung memilih area makan tiga.

Pada pagi hari pelanggan lebih memilih untuk makan di area makan didepan kios, sehingga intensitas pengunjung di area makan depan kios cukup padat. Setiap area terisi oleh pengunjung. Namun area makan satu menjadi yang terpadat pada waktu pagi hari

setelah dilakukan overlay. Sehingga pada pagi hari dipilih area satu sebagai tempat pilihan oleh pengunjung.

Pada siang hari, pelanggan mendominasi area makan satu, sebagian besar pengunjung memilih untuk makan dan minum di area satu khususnya area makan bagian depan. jika dibandingkan dengan area tiga, area satu lebih diminati oleh pengunjung. Terlihat dari padatnya titik merah di area satu. Pada siang hari kondisi area tiga lebih silau jika dibandingkan dengan area satu, dikarenakan arah matahari langsung memapar area makan tiga.



Gambar 4.45 Area aktivitas pengunjung siang hari

Sumber : Data diolah 2018

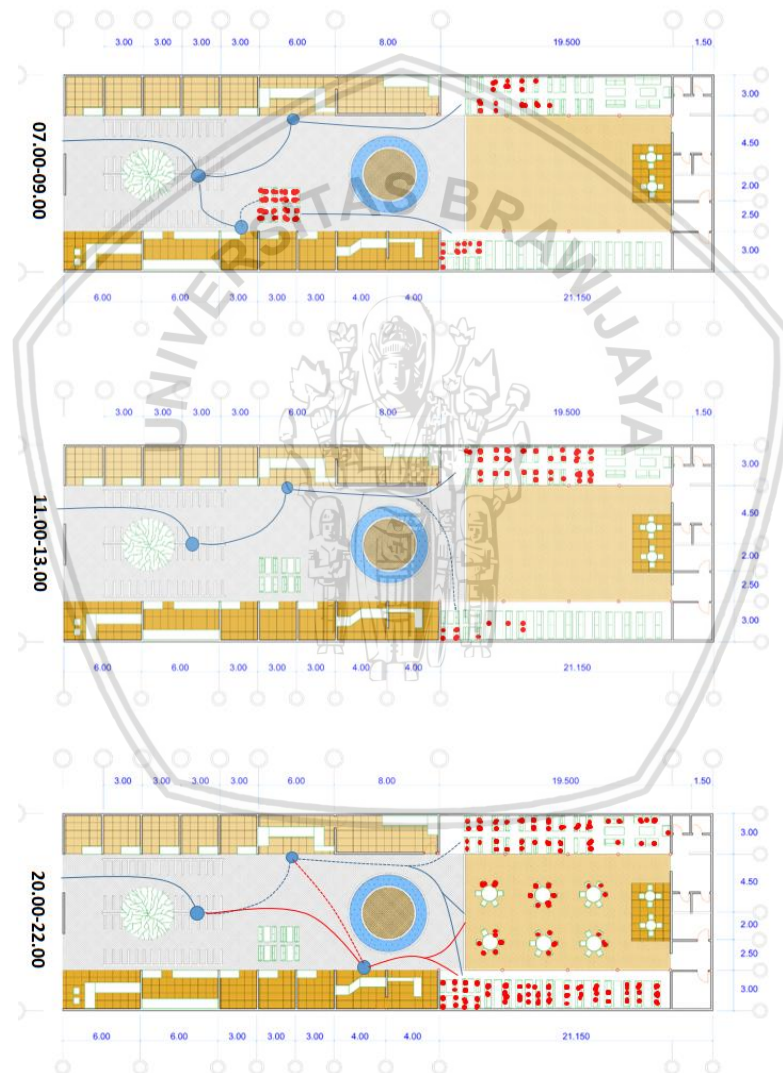
Pada malam hari dapat dilihat bahwa area makan tiga lebih diminati oleh pelanggan. Area tiga menjadi pilihan pertama, jika sudah tidak ada tempat yang kosong, pengunjung baru memilih area dua atau satu. Pengunjung cenderung memilih area makan tiga sebagai tempat untuk melakukan aktifitas didalam kafe. Area tiga selalu menjadi pilihan pengunjung setiap malamnya, baik itu weekend dan weekday, terlihat dari jumlah pengunjung di area tiga setiap malam memiliki presentase terbesar.



Gambar 4.46 Area aktivitas pengunjung malam hari

Sumber : Data diolah 2018

Dari hasil observasi dan penggabungan data dapat disimpulkan bahwa area makan satu menjadi area pilihan pengunjung pada waktu siang hari, baik itu weekday ataupun weekend. Hal ini terlihat dari banyaknya jumlah pengunjung selama waktu pengamatan. Untuk malam hari, Area makan tiga menjadi pilihan pengunjung, baik itu weekday ataupun weekend. Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengunjung di area tiga selama waktu pengamatan. Jumlah pengunjung di waktu malam lebih banyak jika dibandingkan dengan pengunjung di siang hari dikarenakan pada malam hari Susana kafe lebih menarik dan pengunjung lebih santai jika dibandingkan dengan siang hari.



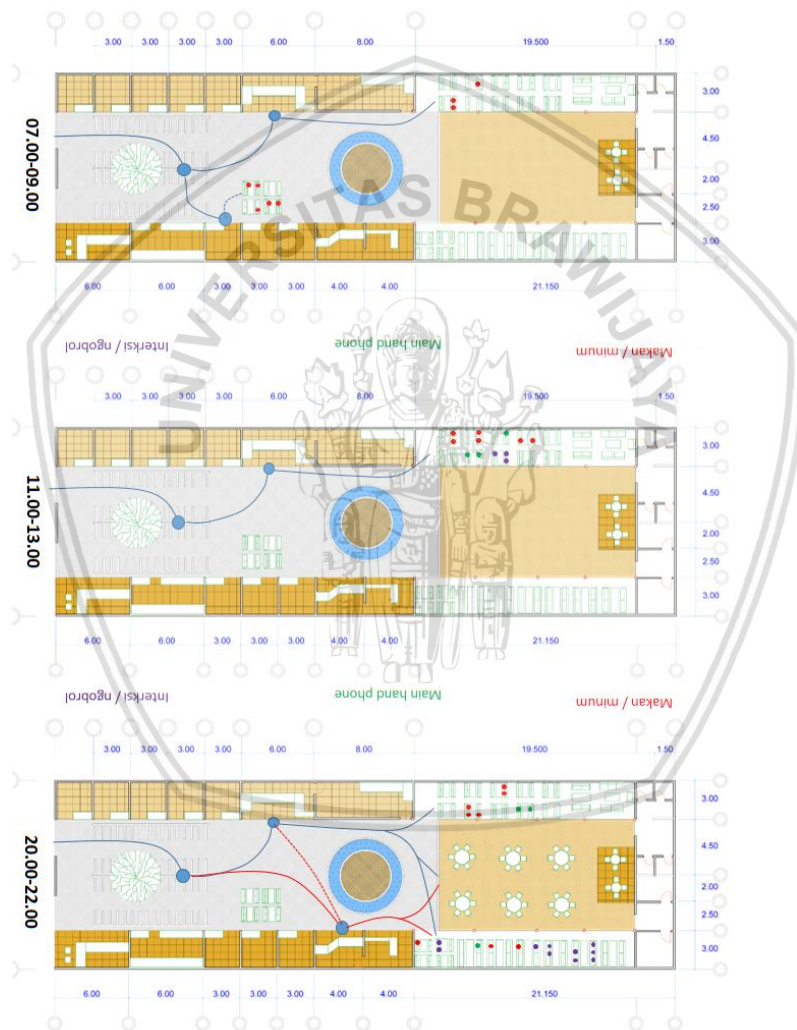
Gambar 4.47 Area aktivitas pengunjung terpadat

Sumber : Data diolah, 2018

4.3.2 Place Centered Mapping

Placed Centered Mapping digunakan untuk mengetahui aktifitas apa yang terjadi disuatu ruang, sehingga dapat diidentifikasi faktor apa yang memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku nantinya. Pengamatan *placed centered mapping* Pada area makan kafe laaquanos dilakukan dengan membedakan waktu pengamatan yaitu pagi, siang dan malam hari. Tujuannya untuk mengetahui perbedaan aktifitas dan faktor yang memengaruhi.

a. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari pertama



Gambar 4.48 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari pertama

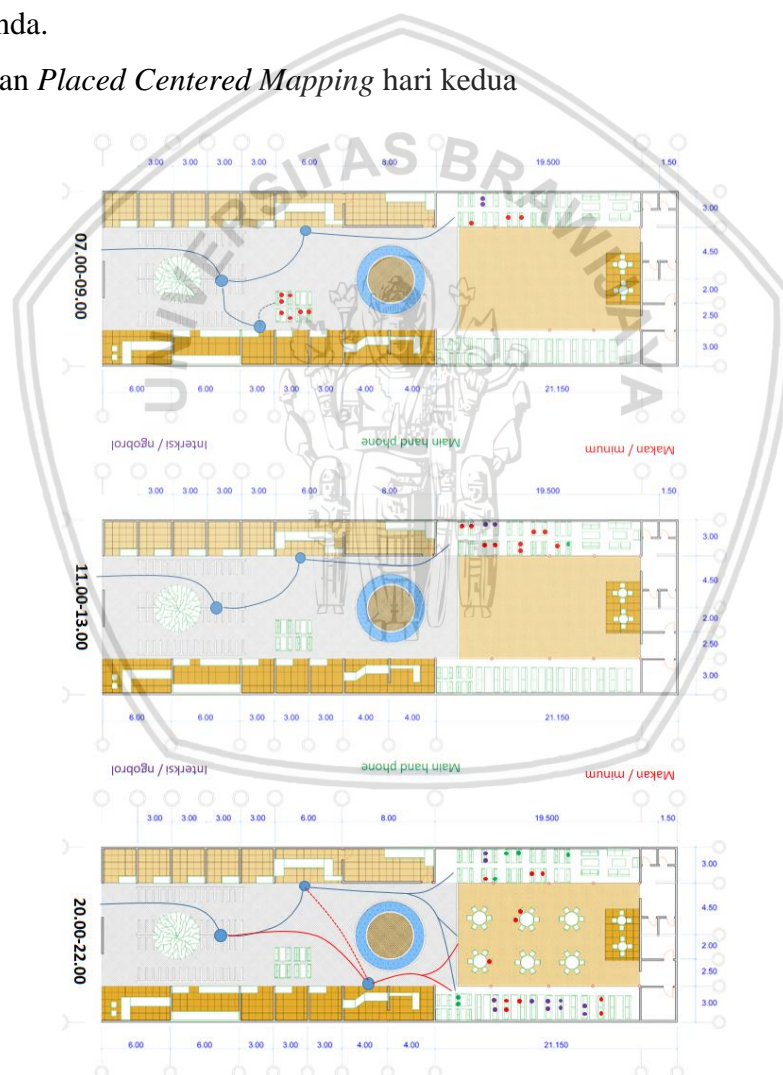
Sumber : Data diolah 2018

Pada pengamatan *placed centered mapping* ditemukan jenis aktifitas pengunjung yang berbeda-beda. Pada pagi hari pengunjung yang berada di area makan satu hanya makan, kemudian pulang. Tidak ada aktifitas lanjutan setelah makan yang dilakukan oleh pengunjung. Untuk area makan tiga tidak terdapat aktifitas yang dilakukan oleh

pengunjung pada pagi hari. Pada siang hari aktifitas di area makan satu bertambah, pelanggan melakukan aktifitas ngobrol dan main handphone setelah makan. Hak ini menandakan waktu yang dihabiskan dikafe menjadi lebih lama jika dibandingkan dengan pagi hari.

Pada malam hari aktifitas di area makan menjadi beragam. Untuk area makan satu aktifitas pengunjung didominasi oleh makan dan minum, hanya sebagian yang memainkan handphone. Untuk area makan tiga, aktifitas didominasi oleh interaksi social yang dilakukan pengunjung. Selain interaksi pengunjung juga memainkan handphone dan makan. Namun tidak sebanyak pengunjung yang melakukan interaksi, berupa ngobrol ataupun bercanda.

b. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari kedua



Gambar 4.49 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari kedua

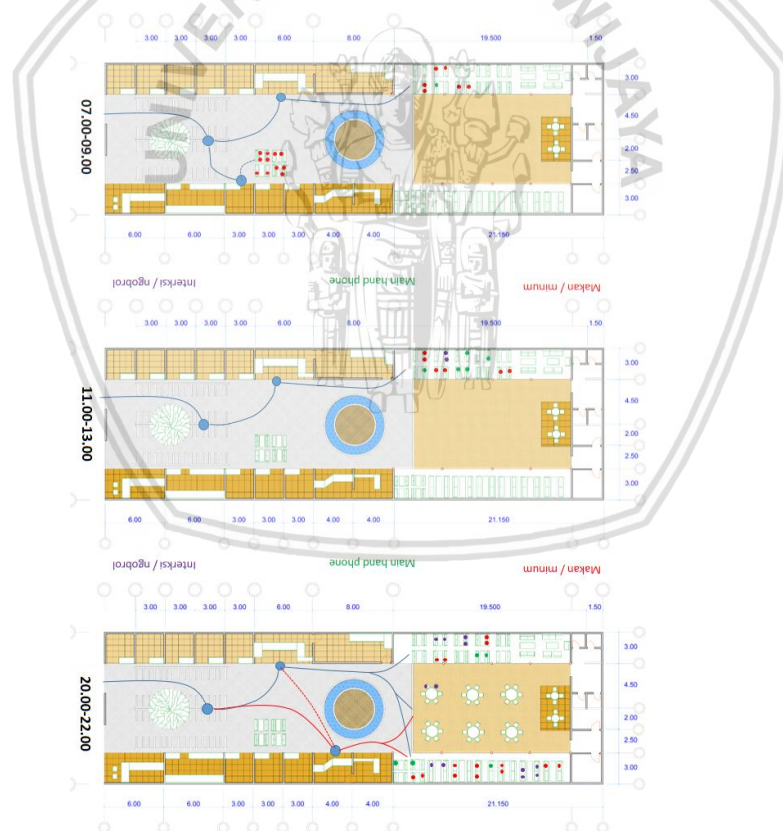
Sumber : Data diolah, 2018

Pada pengamatan hari kedua, aktifitas pengunjung di area satu pada pagi hari masih didominasi oleh aktifitas makan dan minum, setelah itu pengunjung pergi. Selain makan

juga terdapat pengunjung yang melakukan interaksi di area makan satu pada pagi hari. Pada waktu pagi hari Area makan tiga tidak terjadi aktifitas pengunjung. Pada siang hari aktifitas pengunjung di area makan satu bertambah, tetapi tetap aktifitas makan mendominasi jenis aktifitas di area makan satu. Pengunjung selain makan dan minum, juga melakukan interaksi dan memainkan handphone. Namun aktifitas makan dan minum menjadi aktifitas utama di dalam area makan satu pada siang hari.

Pada malam hari aktifitas pengunjung di dalam kafe meningkat jika dibandingkan dengan siang hari. Aktifitas pengunjung terpusat di area makan satu dan area makan tiga. Pengunjung di area makan satu sebagian besar bermain handphone, jika dibandingkan dengan aktifitas lain bermain handphone lebih dominan. Pengunjung di area makan tiga sebagian besar berinteraksi setelah mereka makan, meskipun sebagian pengunjung setelah makan pulang, atau bermain handphone, interaksi menjadi aktifitas yang dominan.

c. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari ketiga



Gambar 4.50 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari ketiga

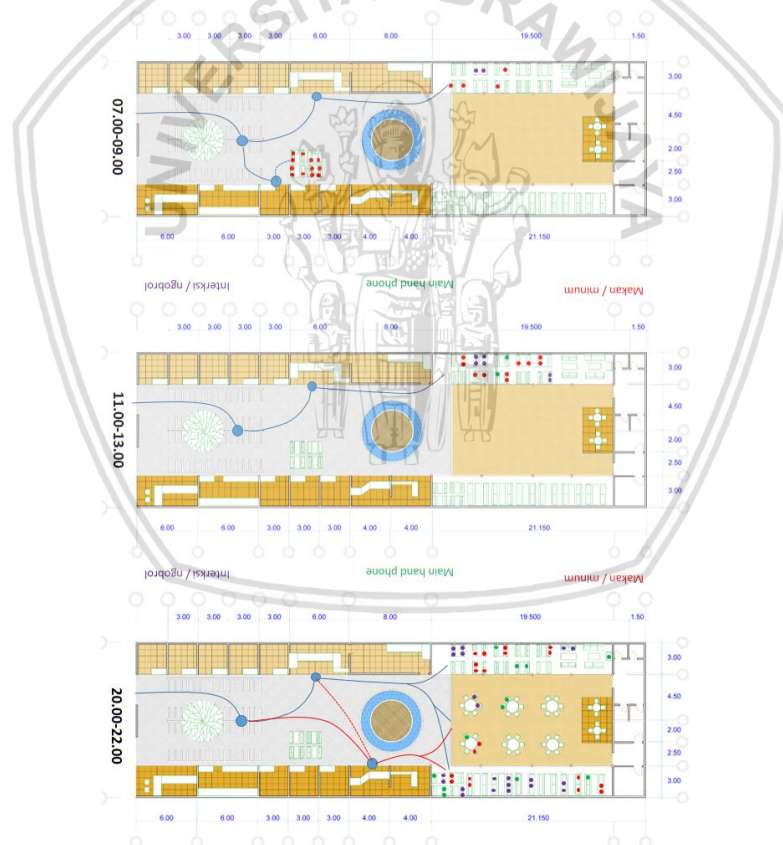
Sumber : Data diolah 2018

Pada pengamatan hari ketiga, jumlah pengunjung di area makan satu pada pagi hari meningkat, jika dibandingkan dengan hari sebelumnya. Aktifitas yang dilakukan

pengunjung, tetap didominasi oleh kegiatan makan dan minum. Pada siang hari aktifitas pengunjung di area makan satu masih didominasi oleh aktifitas makan, meskipun aktifitas lainnya juga cukup banyak. Aktifitas bermain handphone dan interaksi juga terjadi di area makan satu pada siang hari. Area makan tiga pada pengamatan ini tetap kosong seperti hari sebelumnya.

Pada malam hari jumlah pengunjung di area satu berkurang. Aktifitas pengunjung yang dominan di area makan satu adalah interaksi, selanjutnya aktifitas makan. Area makan dua pada mala mini dikunjungi oleh dua pengunjung dan aktifitas yang mereka lakukan setelah makan dan minum adalah berinteraksi. Untuk area makan tiga pada malam ini didominasi oleh aktifitas makan, setelah makan dan minum pengunjung pergi. Aktifitas selanjutnya adalah interaksi dan setelah itu baru aktifitas bermain *handphone*.

d. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari keempat



Gambar 4.51 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari keempat

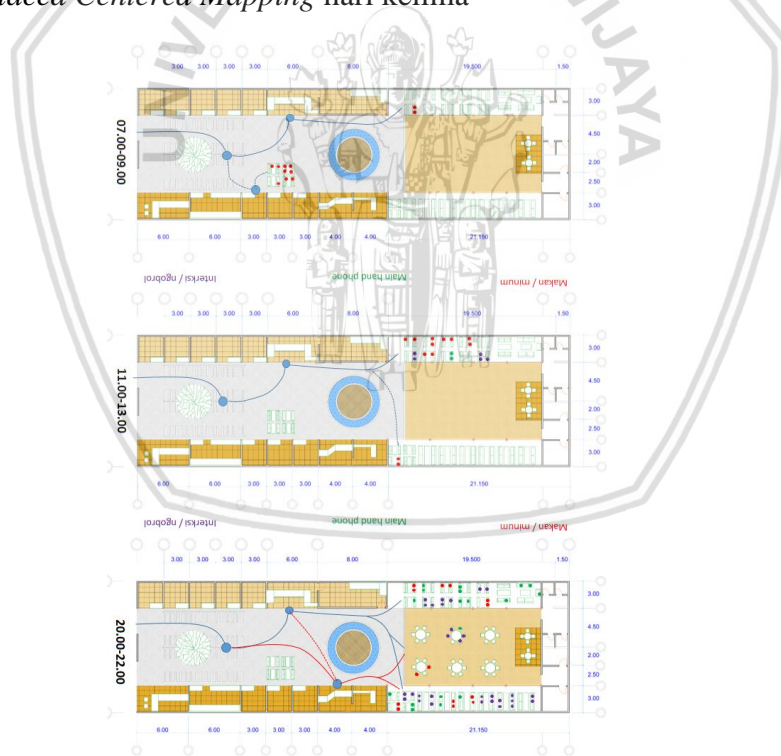
Sumber : Data diolah 2018

Pada pengamatan hari keempat, jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Pada pagi hari aktifitas di area makan satu tetap didominasi oleh aktifitas makan. Pengunjung hanya menghabiskan waktu yang singkat pada pagi hari. Setelah mereka makan dan

minum mereka lalu pergi. Pada siang hari jumlah pengunjung meningkat. Jenis aktifitas yang terjadi adalah makan dan minum, interaksi, dan bermain handphone. Aktifitas yang paling banyak dilakukan oleh pengunjung di area makan satu adalah makan dan minum. Selanjutnya aktifitas interaksi dan yang terakhir adalah aktifitas bermain handphone. Area makan tiga masih tetap kosong pada penelitian hari ini.

Pada malam hari, area satu dan area tiga menjadi pusat aktifitas pengunjung. Aktifitas utama pengunjung adalah makan dan minum dan aktifitas tersebut di wadahi oleh area makan yang ada di dalam kafe. Pengunjung di area makan satu lebih banyak melakukan aktifitas makan dan selanjutnya aktifitas bermain handphone dan interaksi. Area makan dua didominasi oleh aktifitas bermain handphone. Dari lima pengunjung tiga diantaranya bermain handphone. Untuk area makan tiga aktifitas yang sering dilakukan oleh pengunjung adalah berinteraksi. Setelah mereka selesai makan, mereka ngobrol, becanda atau rapat.

e. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari kelima



Gambar 4.52 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari kelima

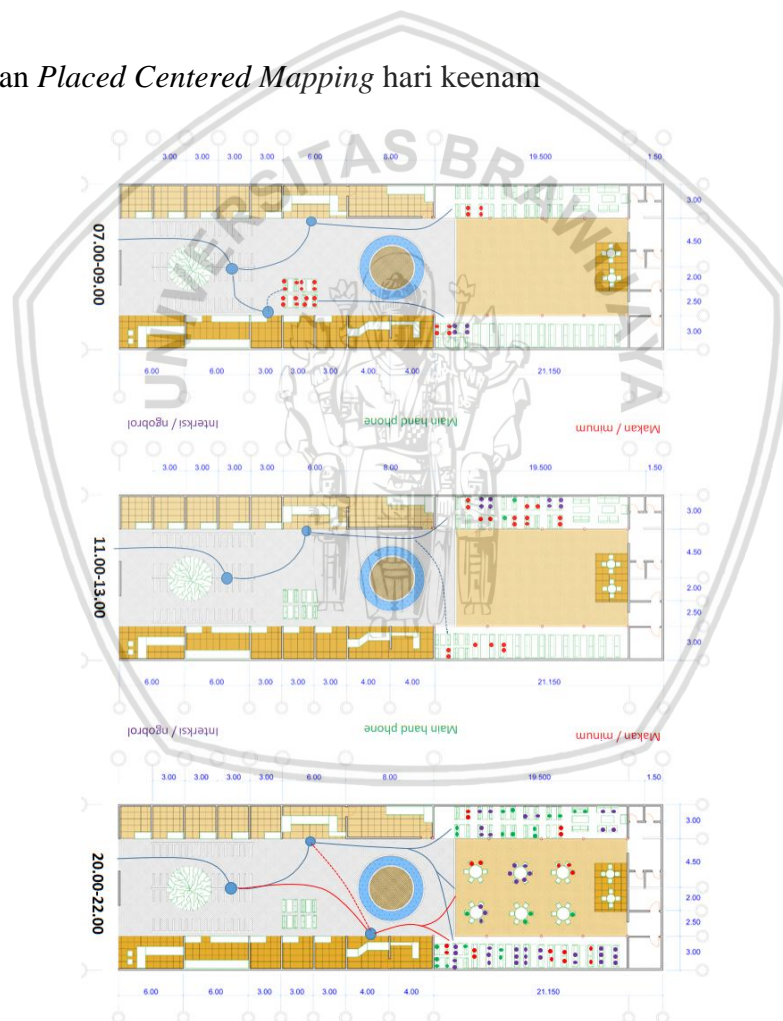
Sumber : Data diolah, 2018

Pada pengamatan hari ini, jumlah pengunjung di pagi hari untuk area makan satu hanya dua orang, dan aktifitas yang dilakukan adalah makan dan minum. Untuk siang hari, aktifitas di area makan satu tetap didominasi oleh aktifitas makan dan minum, setelah

selesai mereka langsung pergi. Pada hari ini area makan tiga dimanfaatkan oleh pengunjung. Jmlah pengunjung di area makan tiga adalah dua orang dan mereka hanya makan dan minum. Setelah mereka selesai, mereka langsung pulang

Pada malam hari jumlah pengunjung meningkat dan memenuhi area makan satu dan tiga. Aktifitas yang paling banyak dilakukan pengunjung di area makan satu adalah bermain handphone, diikuti oleh interaksi dan kegiatan makan. Area dua pada kafe di dominasi oleh aktifitas interaksi pada mala mini. Dan selanjutnya adalah area makan tiga, dimana area ini merupakan area paling padat. Aktifitas yang sering dilakukan pengunjung adalah berinteraksi. Aktifitas ini lebih banyak jika dibandingkan dengan aktifitas bermain hp.

f. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari keenam



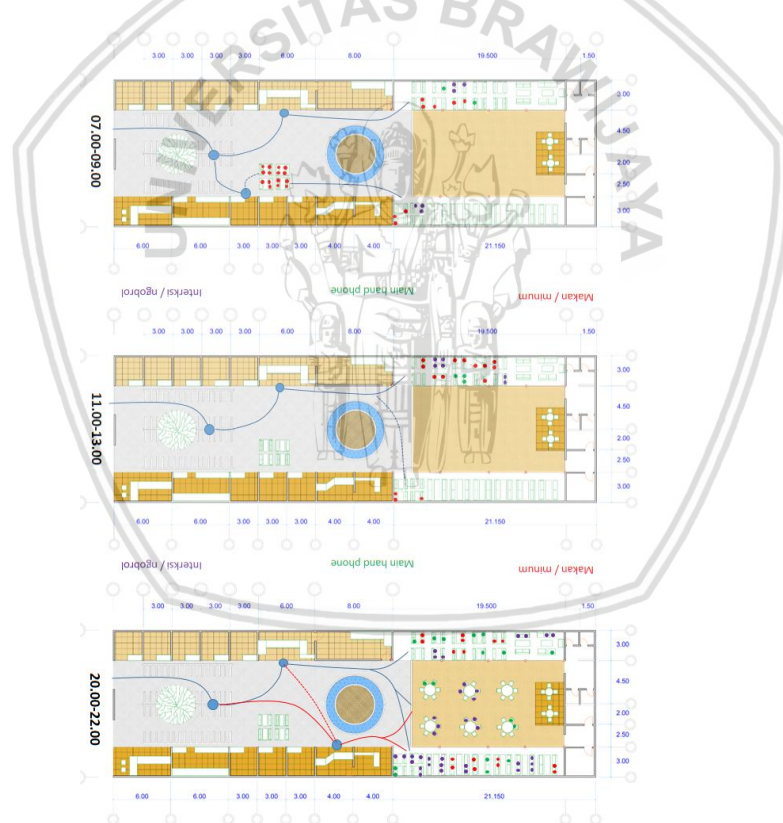
Gambar 4.53 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari keenam

Sumber : Data diolah 2018

Pada pengamatan hari keenam atau weekend hari pertama, jumlah pengunjung mengalami peningkatan. Pada pagi hari aktifitas di area makan satu tetap didominasi oleh aktifitas makan. Pada hari ini area makan tiga juga terisi oleh pengunjung. Aktifitas yang

mereka lakukan adalah interaksi dan makan. Pada siang hari jumlah pengunjung meningkat. Jenis aktifitas yang terjadi adalah makan dan minum, interaksi, dan bermain handphone. Aktifitas yang paling banyak dilakukan oleh pengunjung di area makan satu adalah makan dan minum. Area makan tiga juga terisi dan didominasi oleh aktifitas makan dan minum.

Pada malam hari, area satu dan area tiga menjadi pusat aktifitas pengunjung. Aktifitas utama pengunjung adalah makan dan minum dan aktifitas tersebut di wadahi oleh area makan yang ada di dalam kafe. Pengunjung di area makan satu lebih banyak melakukan aktifitas bermain handphone dan interaksi. Area makan dua didominasi oleh aktifitas interaksi. Untuk area makan tiga aktifitas yang sering dilakukan oleh pengunjung adalah berinteraksi. Pada malam ini jumlah pengunjung sangat banyak, mengingat ini adalah weekend. Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari ketujuh



Gambar 4.54 Pengamatan *Placed Centered Mapping* hari ketujuh

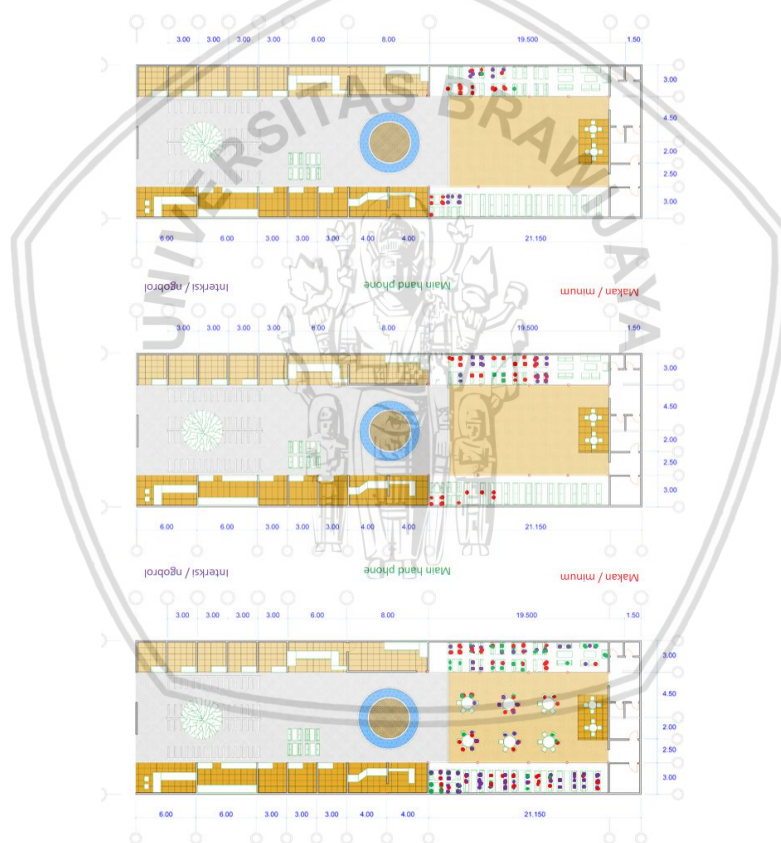
Sumber : Data diolah, 2018

Pada penelitian weekend hari kedua, pada pagi hari didapati di area makan satu pengunjung mayoritas melakukan makan, dan aktifitas berikutnya adalah main hp dan berinteraksi. Pada pagi hari ini juga didapati pengunjung di area makan tiga, aktifitas yang mereka lakukan adalah makan dan minum. Selain makan dan minum pengunjung juga

berinteraksi. Pada siang hari aktifitas di area makan satu didominasi oleh kegiatan makan dan minum, selain makan dan minum juga ada aktifitas bermain hand phone dan interaksi.

Pada malam hari aktifitas di area makan cukup ramai, meskipun tidak seramai weekend hari pertama. Aktifitas pengunjung di area makan satu didominasi oleh aktifitas bermain handphone. Kegiatan ini paling banyak dilakuakn di area makan satu pada malam hari. Aktifitas yang ada di area makan dua adalah bermain handphone dan interaksi. Kegiatan interaksi menjadi kegiatan mayoritas di area makan dua. Untuk area makan tiga aktifitas yang menjadi mayoritas adalah aktifitas interaksi, dimana jumlah kegiatan interaksi paling banyak dilakukan di area makan tiga

g. *Overlay pemetaan Placed Centered Mapping*



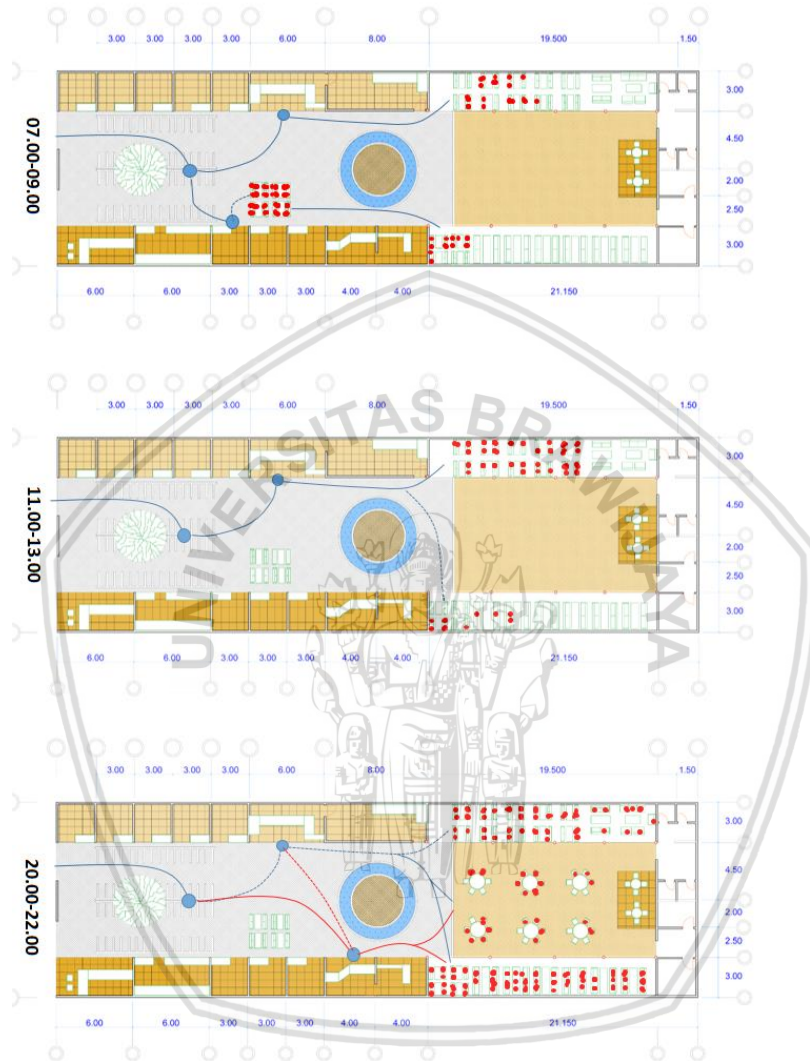
Gambar 4.55 Overlay pemetaan *Placed Centered Mapping*

Sumber : Data diolah, 2018

Setelah melakukan pemetaan aktifitas pengunjung, dapat disimpulkan bahwa area makan satu pada pagi dan siang hari berfungsi sebagai area makan dan minum, hal ini dikarenakan aktifitas dominan adalah makan dan minum. Pada malam hari area makan satu menjadi tempat dengan aktifitas penggunaan handphone terbanyak, dan area dua dan tiga menjadi area dengan aktifitas interaksi paling banyak. Pengunjung di area satu cenderung

pasif dan lebih individualis. Berbeda dengan pengunjung di area dua atau tiga, mayoritas pengunjung lebih aktif dan sosialis, dimana mereka saling berinteraksi satu sama lainnya.

4.3.3 Karakteristik Pengunjung



Gambar 4.56 Kepadatan pengunjung

Sumber : Data diolah , 2018

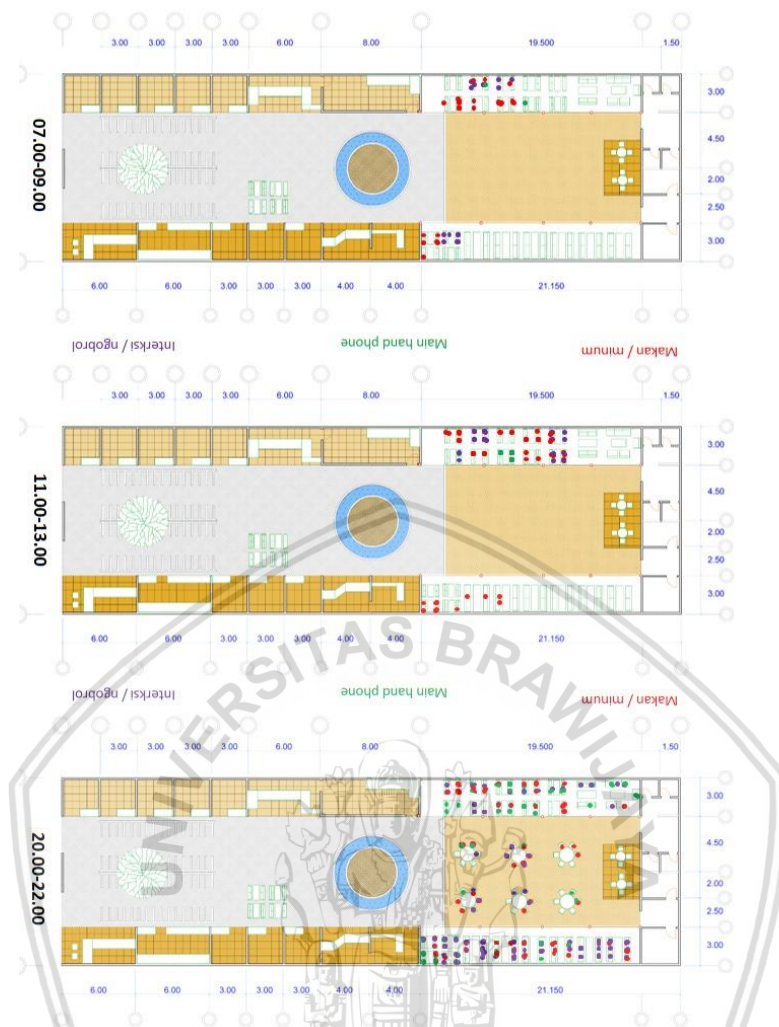
Dari hasil penggabungan mapping selama 7 kali pengamatan, didapatkan bahwa pada pagi hari, area makan yang dekat dengan kios lebih dipilih daripada area lainnya. Pada pagi hari area makan di dekat kios pecel tumpang lebih dipilih jika dibandingkan dengan area makan satu dan tiga. Pengunjung cenderung memilih area makan terdekat ataupun yang searah dengan posisi kios dimana pengunjung membeli. Pada saat weekend jumlah pengunjung di pecel tumpang meningkat sehingga area makan di dekat kios tidak dapat menampung semua pelanggan, sehingga pelanggan yang datang terakhir memilih duduk di

area makan tiga. Untuk pengunjung ayam nelongso tetap memilih area makan satu. Melihat fenomena tersebut dapat diindikasikan bahwa alur sirkulasi dan tata letak ruang memberikan pengaruh terhadap pola perilaku pengunjung. Alur sirkulasi dapat menentukan area makan mana yang dipilih oleh pengunjung.

Pada siang hari berbeda dengan pada saat pagi, area makan satu lebih ramai dan bahkan paling ramai jika dibandingkan dengan area makan tiga. Pada siang hari kios yang buka adalah ayam nelongso yang letaknya searah dengan area makan satu. Melihat kondisi yang hampir sama dengan pagi hari, dapat diindikasikan bahwa alur sirkulasi dan tata ruang memberikan pengaruh dalam hal penentuan area makan yang dipilih pengunjung. Kondisi selanjutnya yang menjadi bahan pertimbangan pengamatan adalah Pada siang hari panas dan sinar matahari mengarah pada area makan tiga, sehingga area makan tiga lebih silau jika dibandingkan dengan area makan satu. Dari keadaan tersebut dapat diambil indikasi kedua yaitu pengunjung cenderung menghindari cahaya matahari langsung dalam menjalankan aktifitasnya didalam *kafe laaquanos*.

Kondisi yang berbeda juga terjadi pada malam hari, pada malam hari area makan tiga lebih ramai oleh pengunjung jika dibandingkan dengan area makan satu. Alur sirkulasi pada malam hari menjadi lebih kompleks dikarenakan alur sirkulasi yang terjadi tidak hanya searah. Kondisi pada malam hari, area makan tiga memiliki penerangan yang lebih baik jika dibandingkan dengan area makan satu. Dari keadaan tersebut dapat diambil indikasi ketiga yaitu pengunjung cenderung memilih area makan dengan kondisi pencahayaan buatan yang lebih terang.

Dari kondisi-kondisi yang terjadi di *kafe laaquanos* pada waktu pagi, siang dan malam hari dapat ditarik kesimpulan bahwa pengunjung memiliki kecenderungan menghindari cahaya matahari berlebih dan memilih pencahayaan buatan yang lebih baik. Alur sirkulasi menjadi faktor berikutnya, bukan menjadi faktor utama. Hal ini dapat dibuktikan pada siang hari pengunjung memilih area makan satu sebagai pilihan, apabila sirkulasi menjadi faktor utama maka, pada malam hari tidak terjadi sirkulasi yang menyebrang atau menyilang. Kondisi sirkulasi yang demikian dikarenakan adanya faktor yang lebih dominan yaitu cahaya. Pengunjung lebih memilih area makan yang memiliki pencahayaan yang lebih baik.



Gambar 4.57 Jenis aktivitas

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan hasil pemetaan placed centerd mapping dapat diketahui aktifitas yang sering terjadi di masing-masing area makan yang ada di kafe laaquanos. Setiap area makan memiliki karakteristik aktifitas yang berbeda. Waktu pengamatan juga memberikan hasil yang berbeda antara waktu pagi, siang dan malam. Pengamatan didasarkan pada aktifitas apa yang dilakukan setelah mereka makan dan minum sebagai aktifitas utama didalam kafe.

Area makan satu pada pagi hari menjadi tempat yang mewadahi aktifitas makan dan minum sebagai aktifitas dominan, selanjutnya aktifitas interaksi. Aktifitas interaksi di waktu pagi terjadi pada weekend, sedangkan pada hari weekday, aktifitas interaksi sangat minim. Untuk area makan tiga pada pagi hari mewadahi fungsi makan dan interaksi terjadi pada weekend. Untuk weekday pada pagi hari area makan tiga tidak berfungsi. Pada siang

hari area makan satu kegiatan aktifitas yang diwadahi didominasi oleh kegiatan makan dan interaksi. Untuk area tiga hanya terdapat aktifitas makan.

Aktifitas yang dimaksud disini adalah aktifitas setelah makan dan minum. Apabila hanya makan dan minum maka diberi kode merah, apabila setelah makan melakukan interaksi maka diberi kode biru, dan apabila setelah makan mereka bermain handphone maka diberi kode hijau. Pada malam hari kegiatan di area makan satu mengalami pergeseran fungsi, aktifitas yang ada didominasi oleh kegiatan bermain handphone kemudian aktifitas interaksi. Untuk area makan dua aktifitas didominasi oleh aktifitas interaksi dan makan. Untuk area makan tiga, aktifitas dominan adalah interaksi, kemudian aktifitas makan. Hampir sama dengan area dua, namun dari seluruh area, area makan satu merupakan area dengan tingkat aktifitas interaksi tertinggi.



Gambar 4.58 Suasana kafe siang hari

Sumber : dokumen, 2017

Dari hasil pemetaan dapat diindikasikan faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap jenis aktifitas yang dilakukan oleh pengguna. Indikasi pertama adalah temperature. Pada siang hari aktifitas yang dilakukan di area makan satu adalah makan sebagai aktifitas dominan. Pada siang hari suhu udara lebih tinggi, sehingga pelanggan enggan untuk berlama-lama. Namun pada malam hari seluruh area makan dipenuhi oleh beragam aktifitas. Terlihat dari banyaknya jenis aktifitas di area makan satu, area makan dua, dan area makan tiga.

Pada malam hari terjadi pergeseran jenis aktifitas yang begitu terlihat, yang pada awalnya didominasi oleh makan, namun berubah menjadi aktifitas lainnya. Pada area satu pada malam hari kegiatan aktifitas setelah makan yang mendominasi adalah bermain

handphone, kemudian adalah interaksi atau ngobrol. Area makan dua didominasi oleh aktifitas interaksi, begitu juga area makan tiga. Kegiatan interaksi sangat tinggi di area ini. Indikasi yang diperoleh adanya pengaruh pencahayaan dan warna yang ada di kafe *La Aquanos*. Pengunjung cenderung lebih pasif di area yang kurang pencahayaan dan warna area makan yang gelap, sedangkan pengunjung cenderung aktif dan berinteraksi di area makan yang lebih terang dan warna area makan yang cerah.



Gambar 4.59 Suasana kafe malam hari

Sumber : Dokumen, 2018

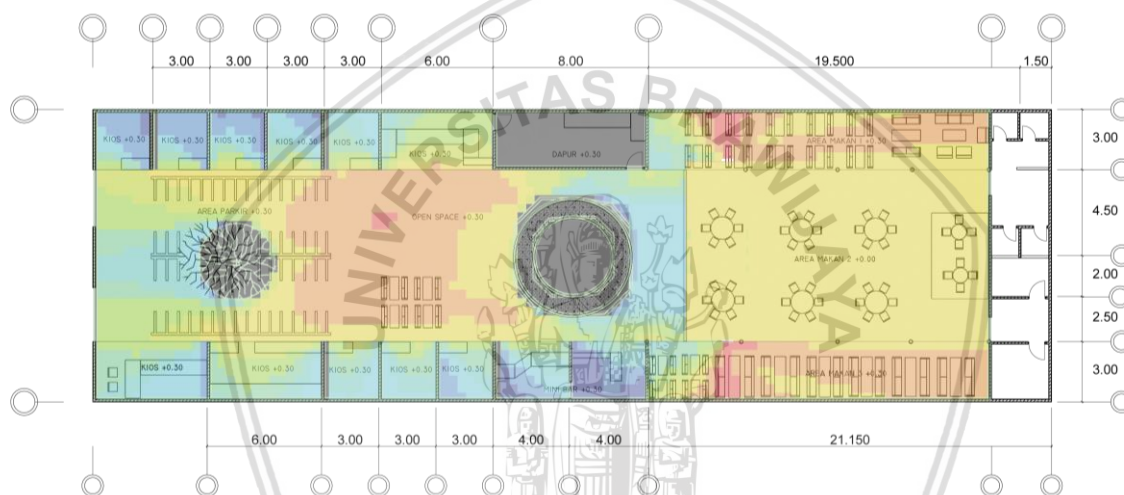
4.3.4 Analisis Space Syntax

Space syntax adalah sebuah metode analisis suatu ruang. Ben Hillier dan Juliene Hanson (1984) memperkenalkan space syntax sebagai salah satu pendekatan yang efektif dan efisien dalam analisis konfigurasi ruang. Sistem ruang tersusun dari dua komponen utama (Carmona et al: 2003), antara lain yaitu layout dan konfigurasi. Secara fisik, sistem ruang ini termanifestasi dalam morfologi. Komponen-komponen ini sangat penting karena merupakan penentu pergerakan manusia dan dapat dipergunakan sebagai parameter dalam pengembangan kawasan. Konfigurasi dapat diartikan sebagai satu kesatuan hubungan dimana terdapat objek-objek yang saling bergantung satu sama lain dalam suatu struktur (Hillier: 2007). Space syntax dibagi kedalam tiga dimensi yang berbeda, ketiga dimensi space syntax tersebut adalah *connectivity*, *integrity* dan *intelligibility*.

Connectivity adalah dimensi yang mengukur properti lokal dengan cara menghitung jumlah ruang yang secara langsung terhubung dengan masing-masing ruang lainnya dalam suatu konfigurasi ruang (Hillier et al :1993 dan Hillier et al: 1987). Integrity adalah Integrity adalah dimensi yang mengukur properti global berupa posisi relatif dari

masing-masing ruang terhadap ruang-ruang lainnya dalam suatu konfigurasi ruang (Hillier et al: 1987 dan Hillier et al: 1993). Intelligibility Dengan demikian, intelligibility sepenuhnya adalah pengukuran atas struktur dari suatu konfigurasi ruang dengan Nilai intelligibility menunjukkan tingkat korelasi antara pengukuran skala lokal (connectivity) dengan pengukuran skala global (integrity).

Dalam penelitian ini space syntax digunakan untuk mendukung hasil observasi berupa mapping. Data keluaran dari space syntax kemudian dibandingkan dengan hasil observasi berupa mapping. Tujuannya untuk melihat apakah ada kesesuaian antara hasil mapping dan space syntax. Apabila sesuai maka terdapat faktor connectivity dan integibility yang memengaruhi perilaku pengunjung.



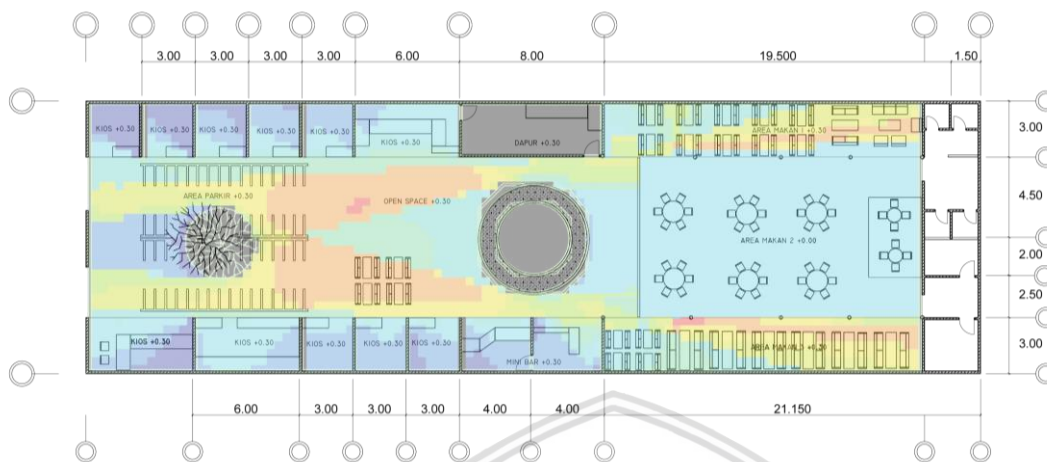
Gambar 4.60 connectivity

Sumber : Data diolah 2018

Pada analisis connectivity, dapat dilihat pusat aktifitas yang ada di kafe la aquanos berada di area depan kios dan area makan. Area didepan kios digunakan untuk tempat antrian pengunjung sat ingin memesan makanan. Untuk area makan, aktifitas paling banyak berada di area makan satu dan tiga. Area dengan aktifitas tinggi ditunjukkan dengan warna oranye atau merah, untuk warna biru menunjukkan area tersebut sedikit terdapat aktifitas. Fenomena ini terjadi akibat pengaruh antar ruang yang ada didalam kafe. dapat disimpulkan bahwa ruang didalam kafe membentuk area dimana pengunjung seharusnya melakukan aktifitas, dan dari hasil analisis diketahui bahwa hasil ini sesuai dengan kondisi eksisting yang ada didalam kafe.

Selain membahas connectivity akan dibahas juga tentang visual integration. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui keterhubungan visual ruang, sehingga dapat

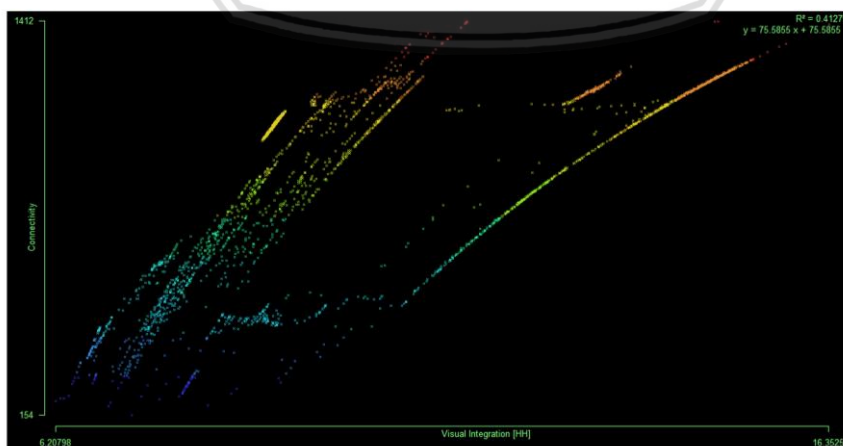
mengarahkan pengunjung ke tempat yang diinginkan. Hasil ini mendukung hasil observasi terutama mengenai alur dan jalur sirkulasi didalam kafe.



Gambar 4.61 visual integration

Sumber : data diolah, 2018

Hasil analisis visual integration menunjukkan bahwa didalam kafe la aquanos terdapat dua jalur sirkulasi dan dua area yang menjadi pilihan pengunjung. area yang dipilih oleh pengunjung adalah area makan satu dan area makan tiga. Dari kedua area makan tersebut pengunjung cenderung memilih area makan tiga, terlihat dari warna merah yang banyak terdapat di area makan tiga jika dibandingkan dengan area makan satu. Untuk area aktifitas lainnya adalah aktifitas di area parkir dan didepan area kios. Terlihat dari warna kuning sampai merah berada di area tersebut. Hasil ini sesuai dengan hasil observasi behavioral mapping yang sudah dilakukan.



Gambar 4.62 scatter plot

Sumber : Data diolah, 2018

4.4 Analisis Kuisisioner

Kuisisioner ditujukan untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap penelitian ini. Didalam kuisisioner terdapat enam pertanyaan dan setiap pertanyaan memiliki 3 poin pertanyaan yang disesuaikan dengan variable penelitian. Selain pertanyaan yang berkaitan dengan variable penelitian terdapat juga pertanyaan umum mengenai latar belakang responden.

Responden yang dipilih adalah responden dengan usia remaja atau 15 – 25 tahun. Pemilihan sampel secara acak kepada seluruh pengunjung yang ada di kafe *La Aquanos* sehingga setiap pengunjung memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel selama memiliki kriteria yang telah ditentukan. Responden tidak dibatasi gender, karena baik itu pria atau wanita memiliki kesempatan yang setara. Tujuan dari pembagian kuisisioner kepada seluruh gender agar didapat persepsi yang sesuai antara pria dan wanita. Kuisisioner dibagikan kepada 35 responden pada pagi dan siang hari, kemudian 35 responden pada malam hari.

Jenis kuisisioner adalah dengan menggunakan pernyataan dan dengan jawaban berjenis skala dari 1(sangat tidak setuju) sampai dengan 5(sangat setuju) Model kuisisioner seperti ini dapat memberikan hasil persepsi pengunjung secara jelas apakah terdapat pengaruh atau tidak, apakah mereka setuju atau tidak. Dengan menggunakan pernyataan responden menjadi lebih mudah dalam menjawab setiap pernyataan yang ada di dalam kuisisioner. Dengan mengetahui persepsi pengunjung secara jelas dan terukur, maka dapat memberikan data pendukung penelitian.

Hasil dari kuisisioner diolah menggunakan SPSS sehingga menghasilkan data kuantitatif yang terukur. Dengan melakukan analisis statistika diharapkan dapat membuktikan bahwa store atmosfer memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Hasil dari pembagian kuisisioner digunakan untuk melengkapi data penelitian dan pengamatan. Dengan adanya data dari pembagian kuisisioner menjadikan penelitian ini tidak hanya kualitatif tetapi juga kuantitatif. Dengan menggunakan metode yang berlainan memberikan hasil yang dapat memperkuat dan mendukung penelitian.

4.4.1 Data Responden

- a. Identifikasi usia responden

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 15-18 tahun | 23 | 32.9 | 32.9 | 32.9 |
| | 19-22 tahun | 37 | 52.9 | 52.9 | 85.7 |
| | 23-25 tahun | 10 | 14.3 | 14.3 | 100.0 |
| | Total | 70 | 100.0 | 100.0 | |

Tabel 4.1 tabel usia pengunjung kafe la aquanos

Sumber : Data diolah 2018

Dari 70 responden pada siang dan malam hari didapatkan bahwa usia paling muda adalah 15 tahun dan usia paling tua adalah 25 tahun. Responden paling banyak adalah responden dengan usia 19-22 tahun dengan jumlah 52.9 % dari total responden. Melihat rentang usia para responden maka responden dari kuisioner dianggap valid karena usia responden sesuai dengan batasan permasalahan mengenai target responden yang akan dipilih.

b. Identifikasi jenis kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | laki-laki | 37 | 52.9 | 52.9 | 52.9 |
| | perempuan | 33 | 47.1 | 47.1 | 100.0 |
| | Total | 70 | 100.0 | 100.0 | |

Tabel 4.2 tabel persentase gender pengunjung kafe la aquanos

Sumber :Data diolah 2018

Pada pembagian kuisioner dari 70 responden 52.9 % adalah responden laki-laki dan 47.1 % adalah responden perempuan. Jumlah responden cowok lebih banyak jika dibandingkan dengan responden perempuan.

c. Identifikasi waktu berkunjung

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid siang | 35 | 50.0 | 50.0 | 50.0 |
| malam | 35 | 50.0 | 50.0 | 100.0 |
| Total | 70 | 100.0 | 100.0 | |

Tabel 4.3 tabel persentase waktu pengunjung datang

Sumber : Data diolah 2018

Pada proses pembagian kuisioner, jumlah kuisioner disamakan antara waktu pagi dan siang serta waktu malam hari. Pada penelitian ini jumlah kuisioner untuk siang hari adalah 35 kuisioner dan malam hari 35 kuisioner. Sehingga persentase data untuk masing-masing waktu adalah 50 %.

4.4.2 Persepsi Pengunjung

a. pencahayaan

Cahaya merupakan salah satu elemen store atmosfer yang diduga memberikan pengaruh pada perilaku pengunjung kafe *La Aquanos*.. untuk mengetahui hal tersebut dilakukan pembagian kuisioner kepada 70 pengunjung untuk mendapatkan data. dari hasil kuisioner diketahui

| indikator | Tidak setuju | netral | setuju | Sangat setuju |
|-------------------|--------------|--------|--------|---------------|
| Kualitas | 0 | 11.4% | 68.6% | 20% |
| Intensitas | 0 | 18.6% | 67.1% | 14.3% |
| Warna | 0 | 21.4% | 60% | 18.6% |

Tabel 4.4 tabel persentase respon pengunjung pada pencahayaan

Sumber : Data diolah 2018

Untuk mengetahui data tentang pencahayaan digunakan 3 indikator yang pertama adalah tingkat intensitas, kenyamanan dan kesesuaian dengan aktifitas pengunjung. dari ketiga indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid (> 0.25). apabila indikator memiliki nilai kurang dari 0.25 maka indikator tersebut dikatakan tidak valid dan harus dikeluarkan dari susunan variabel. Setelah melakukan pengujian validitas, indikator harus diuji realibilitas tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang valid. Semakin besar nilai cronbach, maka semakin baik indikator tersebut. Untuk pencahayaan nilai cronbach yang didapatkan adalah 0.084. maka dapat disimpulkan dat yang diperoleh valid dan reliabel.

b. tata letak

sama halnya dengan pencahayaan, tata letak juga menggunakan tiga indikator untuk mendapatkan data dari pengunjung, indikator tersebut adalah sirkulasi, ukuran perabot, dan tata letak perabot. Dari hasil kuisioner didapatkan data sebagai berikut

| indikator | Tidak setuju | netral | setuju | Sangat setuju |
|------------------------|--------------|--------|--------|---------------|
| Jalur sirkulasi | 0 | 8.6% | 68.6% | 22.9% |
| Letak perabot | 0 | 7.1% | 67.1% | 25.7% |
| Dimensi | 0 | 7.1% | 84.3% | 8.6% |

Tabel 4.5 tabel persentase respon pengunjung terhadap tata letak

Sumber : Data diolah 2018

Dari hasil uji validitas diketahui bahwa semua indikator yang digunakan sudah valid, karena memiliki nilai lebih dari 0.25 sehingga dapat dilakukan data yang ada sudah valid. uji yang berikutnya adalah uji reabilitas tujuannya untuk mengetahui apakah indikator ini sesuai atau tidak, sehingga dapat memberikan data yang baik dan valid. Nilai cronbach alfa yang didapatkan untuk tata letak adalah 0.815. hasil itu mengindikasikan bahwa indikator tata letak sudah baik dan reliabel

c. suara

indikator yang digunakan pada aspek suara adalah tingkat kebisingan, jenis musik dan kesesuaian dengan aktifitas. Ketiga indikator tersebut menjadi pertanyaan yang ditujukan kepada pengunjung. jumlah responden yang dibutuhkan adalah 70 yang terbagi kedalam siang dan malam. Dari hasil kuisioner didapatkan

| indikator | Tidak setuju | netral | setuju | Sangat setuju |
|-------------------|--------------|--------|--------|---------------|
| Kebisingan | 0 | 20% | 58.6% | 21.4% |
| Kesesuaian | 1.4% | 15.7% | 60% | 22.9% |
| Kualitas | 4.3% | 21.4% | 57.1% | 17.1% |

Tabel 4.6 tabel persentase respon pengunjung terhadap suara

Sumber : Data diolah 2018

Melihat hasil dari kuisioner dapat dikatakan bahwa indikator sudah valid dan reliabel. Nilai setiap indikator lebih dari 0.25 menandakan bahwa semua indikator yang ada valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabel.,Setelah dinyatakan valid indikator diuji reliabilitas untuk melihat apakah indikator reabel dan dapat memberikan data yang sesuai. Pada hasil pengujian reliabilitas indikator suara mendapatkan nilai cronbach alpha sebesar 0.795 sehingga dapat dikatakan bahwa indikator suara reliabel.

d. Warna

Warna merupakan salah satu elemen desain yang penting dan dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung. pada kuisisioner digunakan tiga indikator yang berkaitan dengan warna, warna perabot, warna dinding, dan warna pelafond. Dari hasil kuisisioner didapatkan.

| indikator | Tidak setuju | netral | setuju | Sangat setuju |
|----------------------|---------------------|---------------|---------------|----------------------|
| Warna dinding | 0 | 22.9% | 55.7% | 21.4% |
| Warna perabot | 0 | 17.1% | 74.3% | 8.6% |
| Warna plafond | 0 | 25.7% | 60% | 14.3% |

Tabel 4.7 tabel persentase respon pengunjung terhadap warna

Sumber : Data diolah 2018

Semua indikator yang digunakan sudah baik dan valid karena lebih dari 0.25. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji validitas. Pada pengujian reliabilitas indicator warna, didapatkan nilai cronbach sebesar 0.786. hal ini membuktikan bahwa indicator yang digunakan dalam pengumpulan data tentang warna sudah valid dan sudah reliable, sehingga data dapat digunakan ke dalam analisis berikutnya. Apabila data tidak valid dan reliable maka indicator tersebut dapat memengaruhi hasil analisis statistika.

e. Suhu udara

Sama halnya dengan dengan indikator lainnya, sebelum digunakan dalam analisis statistik, indikator ini harus dilakukan uji validitas agar data yang dihasilkan valid dan sesuai.apabila ada indikator yang tidak sesuai maka, indikator tersebut harus diabaikan atau tidak digunakan. Berdasarkan hasil kuisisioner didapatkan

| indikator | Tidak setuju | netral | setuju | Sangat setuju |
|----------------------|---------------------|---------------|---------------|----------------------|
| Kondisi Suhu | 1.4% | 17.1% | 64.3% | 17.1% |
| Kesesuaian | 0 | 41.4% | 44.3% | 14.3% |
| Kondisi angin | 0 | 40% | 52.9% | 7.1% |

Tabel 4.8 tabel persentase respon pengunjung terhadap suhu

Sumber : Data diolah 2018

Setelah melakukan uji validitas indicator suhu udara diuji reliabilitas. Dengan adanya uji ini maka dapat diketahui indicator tersebut sudah baik atau belum. Pada hasil tes nilai

reliabilitas, indicator suhu memiliki nilai cronbach alpha 0.812 yang artinya indicator sudah sangat baik dan sesuai.

Dari seluruh variabel yang ada, mayoritas responden setuju dengan indikator yang ada di angket. Selain itu hasil validitas dan reabilitas terhadap indikator angket juga baik, sehingga diharapkan data yang diperoleh valid dan reabel sehingga dapat mengetahui adakah pengaruh store atmosfer terhadap perilaku pengunjung.

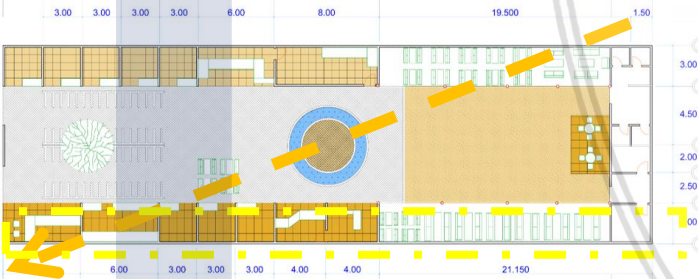


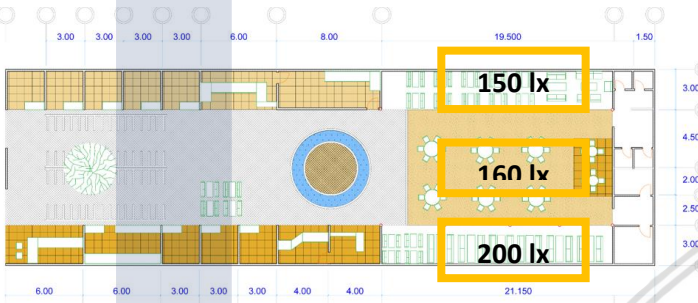
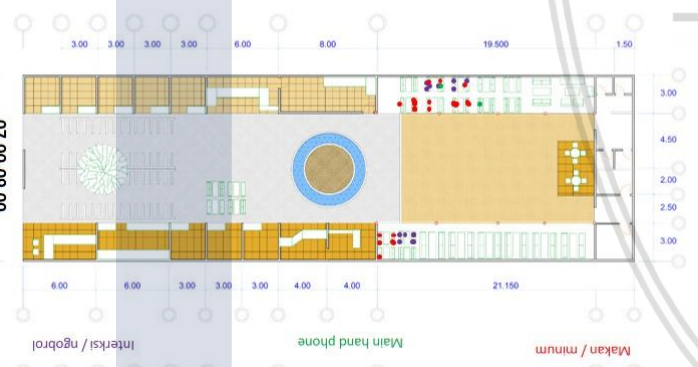
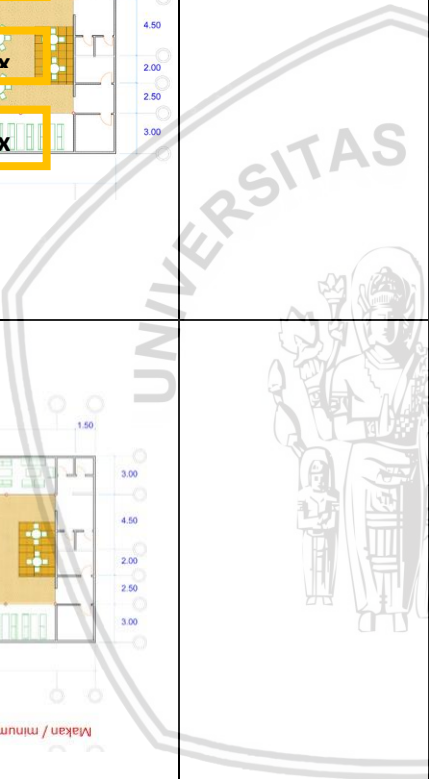
4.5 Analisis Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Perilaku

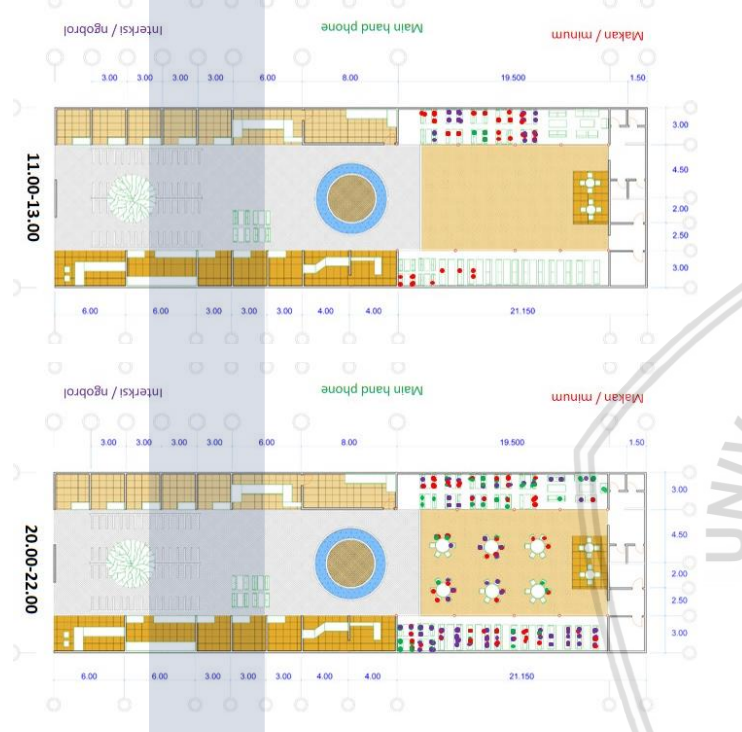
Analisis pengaruh store atmosphere terhadap perilaku ditujukan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variable store atmosphere terhadap perilaku yang ada di dalam kafe la aquanos Malang. Analisis dilakukan menggunakan data eksisting berupa data primer, sehingga didapatkan fenomena yang ada didalam kafe. hasil dari proses analisis merupakan temuan yang didapatkan dalam penelitian ini.

4.5.1 Pencahayaan

Kondisi pencahayaan di dalam Kafe *La Aquanos* dibedakan menjadi dua jenis yaitu pencahayaan alami dan buatan. Pada siang hari pencahayaan alami dimanfaatkan secara maksimal, sehingga tidak menggunakan pencahayaan buatan. Pada malam hari pencahayaan di dalam kafe yang digunakan adalah pencahayaan buatan.

| Eksisting | Dasar literatur | Identifikasi | Analisis |
|--|-----------------------|--|---|
| <p>a. Kondisi pencahayaan alami</p>  | <p>SNI-6197- 2011</p> | <p>Pencahayaan alami di dalam kafe dipengaruhi oleh bukaan dan arah datang cahaya matahari. Untuk bukaan antara area makan satu dan tiga sama, sehingga yang menentukan adalah arah datang cahaya matahari. Cahaya datang dari arah timur sehingga bagian area makan tiga menerima paparan matahari secara langsung. Kondisi bukaan di dalam kafe dibuat maksimal.</p> | <p>Kondisi pencahayaan alami menyebabkan area makan tiga lebih silau jika dibandingkan area makan satu. Selain lebih silau dampak lainnya adalah suhu udara di area makan tiga menjadi lebih tinggi. Secara umum kondisi pencahayaan didalam kafe sudah baik karena semua bagian ruang menerima pencahayaan alami secara maksimum. Namun untuk area tiga kondisi pencahayaan alami kurang baik yang disebabkan oleh adanya silau.</p> |

| | | | |
|--|---|---|--|
| <p>b. Kondisi pencahayaan buatan</p>  | | <p>Area makan satu memiliki pencahayaan dengan jenis led dengan sinar yang dihasilkan adalah putih. Untuk area makan dua dan tiga menggunakan pencahayaan biasa dengan cahaya yang dihasilkan warna kuning. Area makan satu memiliki intensitas cahaya sebesar 150 lx. Untuk area makan dua sebesar 160 lx dan area makan tiga memiliki intensitas cahaya sebesar 200 lx.</p> | <p>Warna pencahayaan dapat memberikan kesan yang berbeda. Area makan satu dengan warna cahaya putih akan berkesan dingin, tenang, sedangkan untuk area makan dua dan tiga dengan warna cahaya kuning akan berkesan hangat, dan akrab. Intensitas cahaya yang ada didalam kafe tidak sesuai dengan standar yang ada, sehingga secara standar perlu didesuauikan.</p> |
| <p>c. Hubungan dengan perilaku</p>  |  | <p>Pada pagi dan siang hari pengunjung sebagian besar memilih area makan satu jika dibandingkan dengan area makan tiga. Terlihat dari hasil mapping dimana area padat pengunjung pada siang hari adalah area makan satu. Jenis aktifitas yang dilakukan adalah, makan, interaksi, dan bermain handphone dengan aktifitas dominan adalah makan.</p> <p>Pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk berada di area makan tiga, berbeda dengan siang hari. Terlihat dari hasil mapping, dimana pengunjung terpadat berada di area makan</p> | <p>Dari Hubungan antara pencahayaan dan hasil mapping person centered dapat diambil kesimpulan bahwa pengunjung cenderung menghindari cahaya matahari dengan intensitas lebih tinggi dan memilih pencahayaan buatan dengan intensitas lebih tinggi. Terlihat dari mapping pada siang hari area makan satu lebih ramai dan pada malam hari area makan tiga lebih ramai.</p> <p>Pada malam hari Dari hasil pengamatan, pengunjung di area satu cenderung lebih pasif dalam hal interaksi social, hal ini dapat dikarenakan kondisi</p> |

| | | |
|---|--|--|
|  | <p>tiga. Jenis aktifitas yang ada di area makan tiga adalah makan, interaksi, dan juga bermain handphone dengan Aktifitas yang dominan di area makan tiga adalah aktifitas interaksi. Untuk area makan satu jenis aktifitas adalah makan, interaksi, dan interaksi dengan jenis aktifitas yang dominan adalah bermain handphone.</p> <p>Kondisi pencahayaan buatan didalam kafe tidak sesuai dengan standar, tetapi pengunjung sudah merasa pencahayaan sesuai dengan kebutuhan.</p> | <p>penerangan yang ada di area satu yang lebih rendah jika dibandingkan dengan area makan tiga. Pengunjung yang berada Area makan tiga cenderung lebih aktif dalam hal interaksi, hal ini dikarenakan kondisi pencahayaan di area tiga yang lebih baik jika dibandingkan dengan area satu atau area dua.</p> |
|---|--|--|

Tabel 4.9 Analisis pencahayaan

Sumber : Data diolah, 2018.

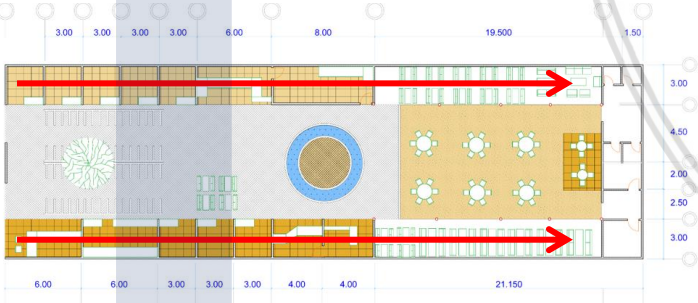
Dapat disimpulkan bahwa pencahayaan alami pada kafe memengaruhi perilaku pengunjung pada pemilihan tempat makan. Untuk pencahayaan buatan yang baik dapat membantu seseorang untuk menjadi lebih aktif dan suka bersosialisasi. Sebaliknya apabila pencahayaan kurang baik, menjadikan pengguna ruang menjadi lebih pasif dan individualis. Meskipun tingkat pencahayaan tidak sesuai standar, namun

kondisi ini dapat memberikan dampak positif. Kesimpulan ini didukung oleh Baron (1990), menyatakan bahwa kondisi cahaya yang lebih rendah dapat lebih memberikan pengaruh positif jika dibandingkan dengan pencahayaan yang tinggi.

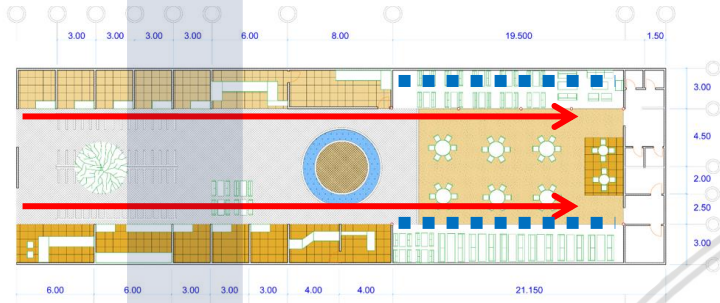
Selain tingkat luminasi atau intensitas, warna lampu juga menjadi pertimbangan. Setiap warna cahaya memberikan dampak emosi yang berbeda terhadap pengunjung. Warna pencahayaan yang sesuai dapat memberikan dampak yang positif. Begitu juga sebaliknya, penggunaan warna pencahayaan yang salah dapat memberikan dampak yang negative.

4.5.2 Tata Letak

Tata letak kafe *La Aquanos* meliputi tata letak ruang, tata letak perabot, jalur sirkulasi dan dimensi perabot. Semua elemen tersebut menjadi pembentuk tata letak didalam kafe laaquanos. Untuk melihat pengaruh yang diberikan maka elemen tata letak ang ada akan di hubungkan dengan hasil pengamatan person centered mapping. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah tata letak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola perilaku pengunjung.

| Eksisting | Dasar literatur | Identifikasi | Analisis |
|---|--|---|---|
| <p>a. Tata ruang</p>  | <p>Kep. Men PU No 306 KPTS 1989</p> | <p>Ruang yang ada didalam kafe <i>La Aquanos</i> disusun secara pola linear disetiap sisinya. Sehingga dapat memudahkan pengunjung dalam menjalankan aktifitasnya didalam kafe laaquanos.</p> | <p>Tata ruang dengan pola linear pada kafe <i>La Aquanos</i> dapat mengarahkan pengunjung untuk menuju area makan yang diinginkan. Karena persepsi pengunjung yang terbentuk adalah ruang yang ada merupakan ruang lanjutan dari ruang sebelumnya atau serial</p> |

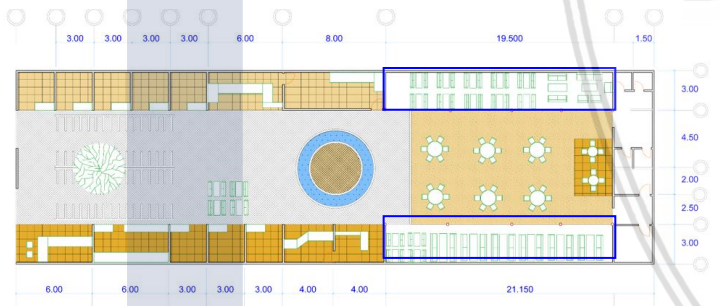
b. Jalur sirkulasi



Jalur sirkulasi di area makan didalam kafe *La Aquanos* memiliki ukuran area makan satu adalah 50 cm dan untuk area makan tiga adalah 40 cm. jalur sirkulasi di area makan satu dan tiga menggunakan perkerasan. Untuk area makan tiga pengunjung cenderung menggunakan area makan dua sebagai jalur sirkulasi.

Jalur sirkulasi yang ada di area makan satu lebih lebar jika dibandingkan dengan area makan tiga, sehingga secara kemudahan maka pengunjung akan lebih memilih area makan satu, dikarenakan sirkulasi yang lebih mudah. Namun karena semua sirkulasi yang ada tidak sesuai dengan standar kenyamanan, maka pengunjung mengatakan bahwa mereka setuju jika sirkulasi didalam kafe menyulitkan

c. Perabot



Tata letak perabot di area satu cukup sesuai jika dilihat dari bentuk ruang dan posisi ruang luar, karena posisi duduk pengunjung tidak boleh membelakangi ruang luar. Secara dimensi perabot yang ada di kafe *la aquanos* juga sudah memenuhi standar. Tata letak perabot di area makan tiga sudah sesuai, sedangkan menurut standar dimensi perabot di area makan tiga tidak sesuai dengan standar ukuran perabot makan.

Tata letak perabot yang sesuai akan memudahkan pengunjung dalam melakukan aktifitas. Pada area makan satu dan tiga tata letak perabot sudah sesuai dengan kebutuhan. Namun ukuran perabot pada area makan tiga tidak sesuai dengan ukuran standar perabot makan, sehingga menyulitkan. Namun berdasarkan persepsi dari para pengunjung, perabot yang ada kurang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga perlu adanya penyesuaian.

d. Hubungan dengan perilaku



Pada pagi dan siang hari pengunjung sebagian besar memilih area makan satu jika dibandingkan dengan area makan tiga. Terlihat dari hasil mapping dimana area padat pengunjung pada siang hari adalah area makan satu. Jenis aktifitas yang dilakukan adalah, makan, interaksi, dan bermain handphone dengan aktifitas dominan adalah makan.

Pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk berada di area makan tiga, berbeda dengan siang hari. Terlihat dari hasil mapping, dimana pengunjung terpadat berada di area makan tiga. Jenis aktifitas yang ada di area makan tiga adalah makan, interaksi, dan juga bermain handphone dengan Aktifitas yang dominan di area makan tiga adalah aktifitas interaksi. Untuk area makan satu jenis aktifitas adalah makan, interaksi, dan interaksi dengan jenis aktifitas yang dominan adalah bermain handphone.

Pemilihan area makan pada pagi dan siang hari lebih didominasi oleh pola ruang yang ada, yaitu linear karea pada pagi dan siang hari hanya beberapa kios yang buka. Tata letak, dan ukuran perabot pada area makan satu sesuai untuk aktifitas makan berdasarkan standar yang ada, namun menurut pengunjung belum sesuai. Tata perabot pada area makan tiga secara orientasi sesuai standar namun secara dimensi belum sesuai dengan standar aktifitas makan yang ada. Pada malam hari alur sirkulasi pengunjung berbeda dengan pagi dan siang hari, dimana pada malam hari pengunjung lebih bebas dalam memilih. Area tiga menjadi pilihan pengunjung. pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk bersantai, sehingga dapat disimpulkan bahwa perabot di area tiga lebih sesuai untuk bersantai, dan area makan satu lebih sesuai untuk aktifitas makan.

Tabel 4.10 Analisis tata letak




Sumber : Data diolah, 2018.

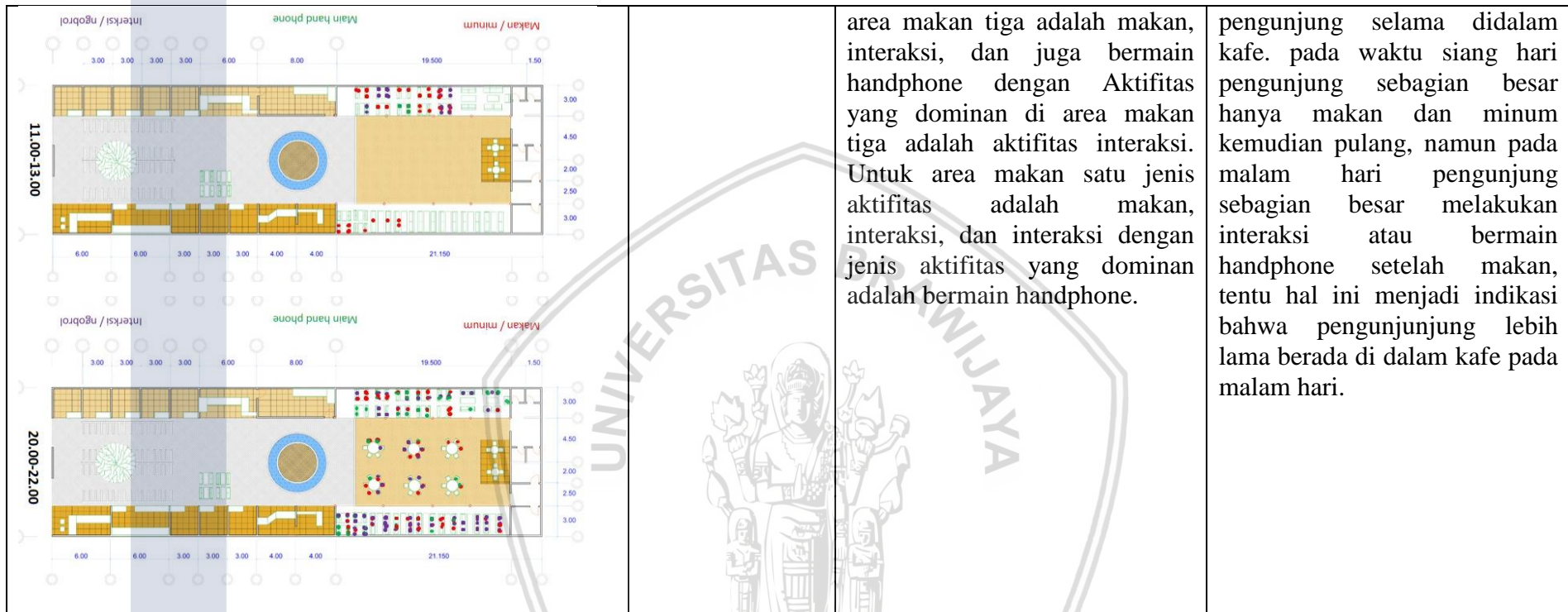
Tata ruang dengan pola liner di setiap sisinya memberikan pengaruh pada pagi dan siang hari, namun pada malam hari, pengaruh yang diberikan berkurang. Pola ruang secara mikro untuk area makan memiliki kesamamaan antara area makan satu dan area makan dua. Sehingga pengaruh tata ruang secara mikro di area makan sama besar. Jalur sirkulasi yang ada di dalam kafe tidak memenuhi standar, sehingga mengganggu pergerakan pengunjung. Pengunjung merasa sirkulasi di dalam kafe tidak sesuai dengan aktifitas mereka, sehingga mereka banyak melewati sirkulasi alternative, dan mengganggu pengunjung lainnya. Perabot yang ada di area makan satu kurang sesuai untuk kegiatan interaksi dan santai, sedangkan untuk area makan dua dan tiga, dimensi perabot sesuai dengan aktifitas interaksi dan bersantai sehingga pengunjung lebih nyaman dalam melakukan kegiatan interaksi di area makan dua dan area makan tiga pada malam hari.

4.5.3 Sound/ musik

Suara atau music merupakan salah satu elemen store atmosfer yang menjadi variable dalam penelitian di kafe *La Aquanos*. Music di dalam kafe *La Aquanos* dibedakan menjadi dua jenis, musik dari rekaman ataupun live music performance yang biasa diadakan di akhir pekan. Musik di kafe *La Aquanos* tersedia hanya pada malam hari, di pagi dan siang hari tidak terdapat musik yang menemani pengunjung dalam menghabiskan waktu di kafe *La Aquanos*.

| Eksisting | Dasar literatur | Identifikasi | Analisis |
|------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| a. Kondisi sumber kebisingan | Kepmen Nomor 48 Tahun 1996 | Pada siang hari tingkat kebisingan di dalam kafe cukup tinggi yaitu sebesar 65 db, sumber kebisingan berasal dari kendaraan bermotor yang ada | kondisi kebisingan di dalam kafe pada siang hari sudah sesuai dengan kebutuhan pengunjung dan standar yang ada. Pada malam hari kondisi |

| | | | |
|---|--|--|---|
|  | | <p>dijalan raya. Pada malam hari tingkat kebisingan yang dihasilkan oleh musik di kafe <i>La Aquanos</i> adalah rata-rata 81 db. sumber suara berada speaker di samping area live musik. Jenis musik yang dimainkan adalah musik RnB, western, dan pop, namun pada saat live musik aliran musik yang disajikan adalah akustik dan musik pop dengan aliran pelan.</p> | <p>kebisingan meningkat dan melebihi ambang batas yang ditentukan oleh standar yang ada, namun menurut pendapat pengunjung kondisi tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan mereka. Adanya musik di dalam kafe menjadikan suasana kafe lebih terasa dan tidak sepi, sehingga pengunjung merasa betah untuk berlama-lama di area kafe la aquanos</p> |
| <p>b. Hubungan dengan perilaku</p>  |  | <p>Pada pagi dan siang hari pengunjung sebagian besar memilih area makan satu jika dibandingkan dengan area makan tiga. Terlihat dari hasil mapping dimana area padat pengunjung pada siang hari adalah area makan satu. Jenis aktifitas yang dilakukan adalah, makan, interaksi, dan bermain handphone dengan aktifitas dominan adalah makan. Pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk berada di area makan tiga, berbeda dengan siang hari. Terlihat dari hasil mapping, dimana pengunjung terpadat berada di area makan tiga. Jenis aktifitas yang ada di</p> | <p>Jumlah pengunjung pada siang hari lebih sedikit jika dibandingkan dengan malam hari. Sehingga musik dapat memengaruhi pengunjung untuk datang ke suatu tempat, atau dapat dikatakan musik dapat memengaruhi jumlah pengunjung. Dari hasil pemetaan behavioral mapping didapatkan juga bahwa pada malam hari pengunjung bertahan di kafe lebih lama jika dibandingkan siang hari, sehingga musik juga dapat memengaruhi lamanya durasi pengunjung berada di dalam kafe. Hal ini dilihat dari jenis aktifitas yang dilakukan</p> |



area makan tiga adalah makan, interaksi, dan juga bermain handpone dengan Aktifitas yang dominan di area makan tiga adalah aktifitas interaksi. Untuk area makan satu jenis aktifitas adalah makan, interaksi, dan interaksi dengan jenis aktifitas yang dominan adalah bermain handpone.

pengunjung selama didalam kafe. pada waktu siang hari pengunjung sebagian besar hanya makan dan minum kemudian pulang, namun pada malam hari pengunjung sebagian besar melakukan interaksi atau bermain handpone setelah makan, tentu hal ini menjadi indikasi bahwa pengunjung lebih lama berada di dalam kafe pada malam hari.

Tabel 4.11 Analisis suara



Sumber : Data diolah, 2018.

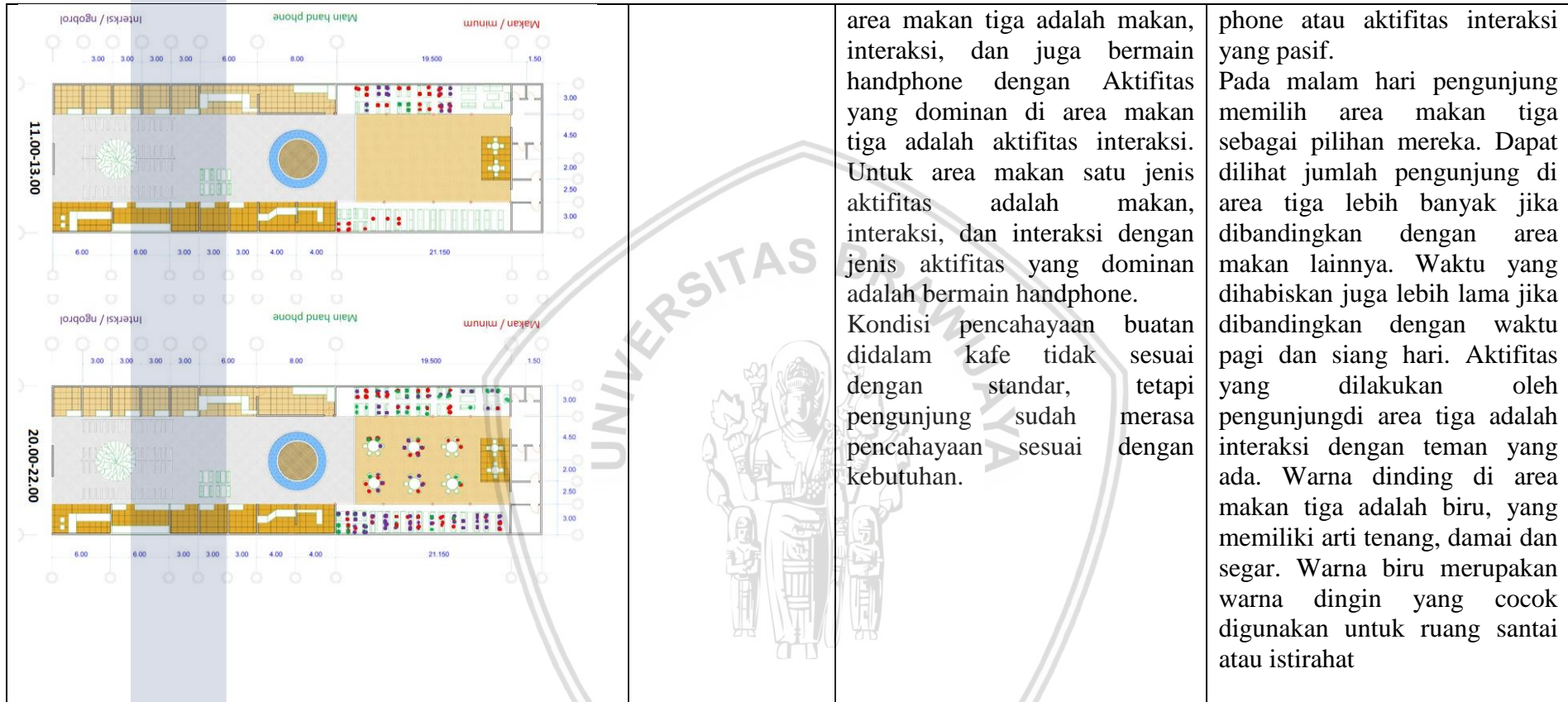
Dari analisis diatas dapat disimpulkan bahawa musik memiliki pengaruh pada perilaku dan aktifitas pengunjung. Dengan adanya musik pengunjung akan lebih lama bertahan di dalam kafe. Kesimpulan ini didukung oleh Milliman (1986) yang menjelaskan bahwa tempo musik dapat memengaruhi lama pengunjung berada did alam restoran. Selanjutnya menurut (Mattila & Wirtz, 2001; North & Hargreaves, 1998), menyatakan bahwa musik dapat meningkatkan penjualan suatu toko atau restoran.

4.5.4 Warna

Warna memiliki peran yang cukup besar dalam hubungan antara dunia arsitektur dan penggunanya, warna memberikan efek emosional kepada manusia yang berada di ruang tersebut. Pemilihan warna yang sesuai dengan aktifitas tentu dapat mendukung aktifitas tersebut, begitupun sebaliknya, warna dapat memberikan dampak negatif jika tidak sesuai dengan aktifitas yang diwadhahi oleh ruang tersebut.

| Eksisting | Dasar literatur | Identifikasi | Analisis |
|--|---------------------------|---|--|
| <p>a. Kondisi warna dinding</p>  | <p>Teori Warna</p> | <p>Warna dinding di area makan satu adalah warna merah dan hitam. Dinding di area makan satu, bagian depan memiliki warna merah. Warna merah ini berasal dari kain yang digunakan untuk melapisi dinding kafe. Warna merah yang digunakan dalam dic memiliki kode warna DIC-113. Warna yang digunakan adalah warna yang mendekati, atau warna yang identic. Selanjutnya warna yang dibahas adalah dinding area makan satu bagian belakang. Dinding ini memiliki warna hitam. Warna ini berasal dari kain yang digunakan untuk melapisi dinding kafe. Warna hitam yang digunakan dalam dic memiliki kode DIC-582. Warna tersebut merupakan warna yang mirip atau paling dekat dengan kondisi asli. Area makan tiga</p> | <p>Warna merah memberi kesan dinamis, menggairahkan, dan merangsang. Warna merah memiliki kesan yang agresif, berani dan perkasa. Untuk warna merah medium kesan yang diberikan adalah sehat, semangat hidup, penuh vitalitas. Sedangkan untuk merah cerah sering dikaitkan dengan asmara cinta dan birahi. Warna merah menuju ungu memberikan kesan feminim dan romantis. Warna biru merupakan warna sangat sejuk, segar, tenang dan dapat mengurangi rangsangan. Warna biru dapat membantu dalam berkonsentrasi namun penggunaan warna biru yang terlalu banyak dapat menimbulkan kesan melankolis. Warna biru juga memberikan arti maskulin dan</p> |

| | | |
|---|---|--|
|  | <p>memiliki warna dinding yang sama disemua bagian. Warna yang ada di dinding area makan tiga di kafe La Aquanos adalah biru. Warna biru merupakan warna yang ebrasal dari poster yang digunakan untuk menutup dinding di area makan tiga. Dalam dic, warna biru yang mendekati warna dinding kafe La Aquanos menggunakan kode DIC-140</p> | <p>sporty. Warna hitam memberikan kesan yang keras, berat berbobot, gelap dan warna hitam melambangkan duka cita.</p> |
| <p>b. Hubungan dengan perilaku</p> |  <p>The floor plan diagram shows a rectangular layout with various zones. Dimensions are provided in meters: 3.00, 3.00, 3.00, 3.00, 6.00, 8.00, 19.500, 1.50, 3.00, 4.50, 2.00, 2.50, 3.00, 6.00, 6.00, 3.00, 3.00, 3.00, 4.00, 4.00, 21.150. A vertical time slot '07:00-09:00' is indicated on the left. Labels at the bottom include 'Interaksi / ngobrol', 'Main hand phone', and 'Makan / minum'.</p> | <p>Pada pagi dan siang hari pengunjung sebagian besar memilih area makan satu jika dibandingkan dengan area makan tiga. Terlihat dari hasil mapping dimana area padat pengunjung pada siang hari adalah area makan satu. Jenis aktifitas yang dilakukan adalah, makan, interaksi, dan bermain handphone dengan aktifitas dominan adalah makan. Pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk berada di area makan tiga, berbeda dengan siang hari. Terlihat dari hasil mapping, dimana pengunjung terpadat berada di area makan tiga. Jenis aktifitas yang ada di</p> <p>Pengunjung di area satu pada pagi dan siang hari, melakukan aktifitas makan dan minum sebagai aktifitas yang dominan. Waktu yang dihabiskan pengunjung di area satu pada pagi dan siang relative singkat. Dilihat dari psikologi warna yang digunakan di area makan satu cukup sesuai karena warna merah memiliki arti gairah nafsu dan dinamis. Warna merah merupakan warna panas, sehingga cocok diaplikasikan dalam area makan. Warna hitam memberikan kesan gelap dan duka. Pada malam hari area makan satu menjadi area dengan aktifitas bermain hand</p> |



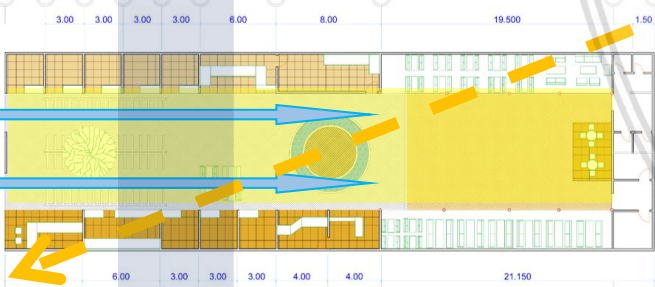
Tabel 4.12 Analisis warna

Sumber : Data diolah, 2018.

Dari hasil perbandingan diatas dapat disimpulkan bahwa warna memberikan dampak terhadap aktifitas pengunjung. Area makan satu dipilih karena warna yang mendukung aktifitas makan, namun pada malam hari area makan satu tidak mendukung aktifitas interaksi. Untuk area makan tiga warna dinding pada siang hari tidak dapat memberikan dampak yang besar namun pada malam hari memberikan dampak yang sangat besar dimana area makan tiga menjadi area yang mendukung aktifitas interaksi meskipun kurang sesuai untuk aktifitas makan dan minum

4.5.5 Penghawaan

Tata udara merupakan elemen variable dari store atmosfer yang dapat memberikan pengaruh terhadap ruang makan kafe *La Aquanos*. Kondisi penghawaan yang baik menjadikan pengunjung nyaman dan mengahbiskan waktu lebih lama didalam kafe. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penghawaan terhadap perilaku pengunjung dilakukan analisis hubungan antara penghawaan dan hasil pengamatan behavioral mapping.

| Eksisting | Dasar literatur | Identifikasi | Analisis |
|---|---|---|--|
| <p>a. Kondisi penghawaan</p>  | <p>Standar Tata Cara Perencanaan Teknis Konservasi Energy Pada Bangunan Gedung</p> | <p>Pada siang hari suhu udara di dalam kafe laaquanos lebih tinggi jika dbandingkan dengan malam hari. Pada siang hari suhu udara di kota malang adalah 29 derajat celcius, dan pada malam hari sebesar 26 derajat celcius. Kafe tidak menggunakan penghawaan buatan seperti ac ataupun kipas angin. Kondisi pergerakan angina didalam kafe terjadi secara maksimal dan baik.</p> | <p>pada siang hari suhu udara didalam kafe melebihi standar yang ada, sehingga menyebabkan pengunjung tidak nyaman dan merasa panas didalam kafe. pada malam hari suhu udara sesuai dengan kebutuhan pengunjung, sehingga pengunjung merasa nyaman dan sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.</p> |

b. Hubungan dengan perilaku



Pada pagi dan siang hari pengunjung sebagian besar memilih area makan satu jika dibandingkan dengan area makan tiga. Terlihat dari hasil mapping dimana area padat pengunjung pada siang hari adalah area makan satu. Jenis aktifitas yang dilakukan adalah, makan, interaksi, dan bermain handphone dengan aktifitas dominan adalah makan.

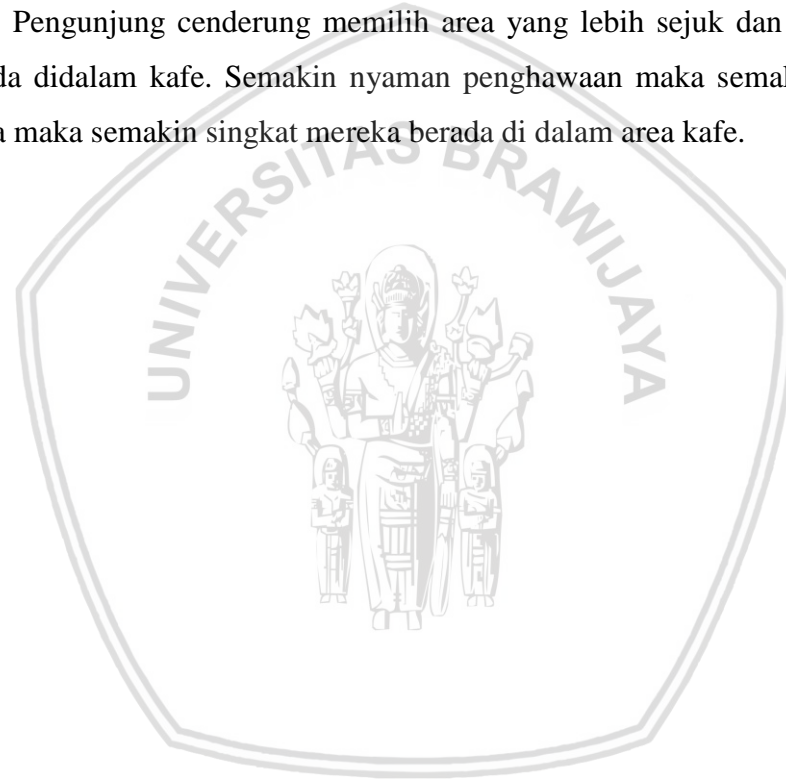
Pada malam hari pengunjung lebih memilih untuk berada di area makan tiga, berbeda dengan siang hari. Terlihat dari hasil mapping, dimana pengunjung terpadat berada di area makan tiga. Jenis aktifitas yang ada di area makan tiga adalah makan, interaksi, dan juga bermain handphone dengan Aktifitas yang dominan di area makan tiga adalah aktifitas interaksi. Untuk area makan satu jenis aktifitas adalah makan, interaksi, dan interaksi dengan jenis aktifitas yang dominan adalah bermain handphone.

Pada pagi dan siang hari area makan satu lebih dingin jika dibandingkan dengan area makan tiga, sehingga pengunjung berada di area makan satu pada pagi dan siang hari. Hal ini menandakan penghawaan mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang dan pola perilaku para pengunjung. Pada siang hari pengunjung melakukan aktifitas makan dan minum sebagai aktifitas terbanyak. Setelah makan dan minum sebagian besar pengguna pergi. Berbeda dengan kondisi pada malam hari, pengunjung tidak hanya makan, mereka melakukan aktifitas lain setelah makan. Mereka melakukan interaksi dan bermain handphone setelah mereka selesai makan, sehingga waktu yang dihabiskan pengunjung di dalam kafe lebih lama jika dibandingkan dengan siang hari.

Tabel 4.13 Analisis suhu udara

Sumber : Data diolah, 2018.

Dari analisis hubungan antara penghawaan dan hasil pemetaan behavioral mapping dapat disimpulkan bahwa penghawaan memberikan pengaruh pada pola perilaku pengunjung. Pengunjung cenderung memilih area yang lebih sejuk dan nyaman. Penghawaan juga memberikan pengaruh terhadap lamanya mereka berada didalam kafe. Semakin nyaman penghawaan maka semakin lama mereka akan bertahan didalam kafe, sebaliknya semakin panas suhu udara maka semakin singkat mereka berada di dalam area kafe.



4.6 Hasil pengujian regresi

Analisis statistika digunakan untuk melihat hubungan antara store atmosfer dan perilaku. Dengan menggunakan statistika dapat mengetahui pengaruh seperti apa dan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh store atmosfer terhadap perilaku. Analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan perilaku sebagai variable dependen (y) dan variable store atmosfer sebagai variable independent (x). perilaku memiliki tiga indicator yang menjadi pertimbangan, yang pertama adalah tentang suka atau tidak terhadap kafe, durasi selama didalam kafe, dan frekuensi kunjungan ke kafe la aquanos. ketiga indicator akan menentukan apakah perilaku dipengaruhi oleh store atmosfer. Berikut adalah hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS.

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .803 ^a | .645 | .617 | .593 |

a. Predictors: (Constant), Suhu Udara, Pencahayaan, Suara, Tata Letak, Warna

b. b. Dependent Variable: Perilaku Pengunjung

Tabel 4.14 Model summary

Sumber : Data diolah, 2018

Output yang didapatkan adalah model summary. Output ini menjelaskan tentang bagaimana pengaruh antar variable yang ada didalam penelitian. Variable yang berpengaruh adalah variable independen terhadap variable dependen. Dari table model summary diketahui bahwa variable independen memiliki pengaruh terhadap variable dependen. Pada penelitian ini yang menjadi variable independen adalah store atmosfer dan yang menjadi variable dependen adalah perilaku. Pada penelitian ini diketahui bahwa nilai adjusted R square memiliki 0.617 yang artinya variable independen memberikan pengaruh sebesar 61.7% terhadap variable dependen. Berdasarkan table ini sudah dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh diantara store atmosfer dan perilaku. nilai adjusted R Square sebesar 0,617 menunjukkan bahwa 61.7% perilaku konsumen dipengaruhi oleh Store atmosphere. Sisanya dipengaruhi oleh variable lain.

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 40.930 | 5 | 8.186 | 23.271 | .000 ^a |
| | Residual | 22.513 | 64 | .352 | | |
| | Total | 63.443 | 69 | | | |

a. Predictors: (Constant), Suhu Udara, Pencahayaan, Suara, Tata Letak, Warna

b. Dependent Variable: Perilaku Pengunjung

Tabel 4.15 Anova

Sumber :Data diolah, 2018

Analisis selanjutnya adalah mengenai table anova regresi linear berganda. Terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang pengaruh store atmosphere terhadap perilaku pengunjung. Dengan kata lain terbukti bahwa store atmosfer memberikan pengaruh terhadap pengunjung di kafe la aquanos Malang.

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 4.023 | .827 | | 4.863 | .000 | | |
| | Pencahayaan | -.063 | .072 | -.097 | -.863 | .392 | .438 | 2.285 |
| | Tata Letak | .494 | .085 | .600 | 5.782 | .000 | .514 | 1.944 |
| | Suara | .039 | .064 | .062 | .604 | .548 | .533 | 1.875 |
| | Warna | .084 | .084 | .115 | 1.004 | .319 | .422 | 2.371 |
| | Suhu Udara | .145 | .078 | .226 | 1.860 | .037 | .377 | 2.653 |

a. Dependent Variable: Perilaku Pengunjung

Tabel 4.16 Koefisien

Sumber : data diolah 2018

Proses selanjutnya adalah membaca data yang ada di dalam table coefficient. Table menunjukkan bahwa nilai sig. untuk variabel tata letak $=0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak yang berarti ada pengaruh yang positif store Atmosphere khususnya tentang tata letak terhadap perilaku, hasil tersebut sesuai dengan teori bahwa store Atmosphere yang meliputi

pencapaian, layout, suara, warna dan suhu udara dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung kafe la aquanos. Untuk suhu juga memiliki nilai sig di bawah 0.05 sehingga suhu udara. Pada tabel koefisien juga menunjukkan bahwa nilai sig. untuk variabel cahaya, suara, dan warna $> 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti ketiga variabel itu tidak memiliki pengaruh yang positif atau signifikan terhadap perilaku pengunjung kafe la aquanos Malang.

Hasil temuan ini kurang sesuai dengan teori yang ada, dimana menurut teori dan studi terdahulu semua variabel itu dapat memberikan pengaruh. Kondisi ini dapat terjadi karena indikator perilaku yang digunakan dalam kuisioner adalah lebih pada durasi atau tingkat kenyamanan. Selain itu banyak faktor lain yang menjadi pengaruh dalam hal hubungan store atmosfer terhadap perilaku.

4.7 Hasil temuan

Dari hasil analisis perbandingan antara variabel store atmosfer dan behavioral mapping baik itu person centered mapping dan placed centered mapping ditambah dengan analisis dengan regresi linier berganda yang sudah dibahas pada sub bab sebelumnya dapat dilihat bahwa store atmosfer memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Pengaruh yang diberikan bermacam-macam baik pengaruh positif ataupun negatif. Setiap variabel memberikan tingkat pengaruh yang beragam mulai dari sangat berpengaruh sampai pada pengaruh yang kecil. Dari pembahasan sebelumnya didapatkan hasil bahwa karakteristik pengunjung pada siang hari berbeda dengan malam hari. Dan kondisi yang sesuai untuk operasional kafe adalah malam hari.

Dari proses analisis ditemukan beberapa fenomena menarik yang terjadi di kafe laaquanos, dan beberapa fenomena tersebut adalah

Fenomena siang hari

- a) Pengunjung cenderung menghindari cahaya matahari langsung dan mendekati pencahayaan buatan yang lebih baik.
- b) Tata letak dan jenis perabot mempengaruhi perilaku pengunjung yang berkaitan dengan aktifitas dan durasi
- c) Warna memberikan dampak psikologis pada pengunjung dalam memengaruhi aktifitas makan dan aktifitas interaksi
- d) Tata ruang dan sirkulasi memberikan pengaruh pada penentuan tempat duduk pengunjung, namun tidak signifikan.

Fenomena malam hari

- a) Tingkat pencahayaan dapat menjadikan pengunjung cenderung berinteraksi ataupun tidak
- b) Warna memberikan pengaruh pada jenis aktifitas terutama interaksi pengunjung
- c) Suhu udara yang nyaman menjadikan pengunjung lebih lama berada di dalam kafe
- d) Jenis musik yang pelan menambah durasi pengunjung didalam kafe

Dari kelima variable tersebut, suhu dan tata letak yang terbukti secara kuantitatif memiliki pengaruh terhadap perilaku pengunjung. Dari hasil analisis didapatkan tingkatan pengaruh variable store atmosfer terhadap perilaku pengunjung. Untuk mengetahui tingkatan tersebut setiap variable dihubungkan dengan hasil pengamatan person centered mapping dan placed centered mapping, dari analisis hubungan tersebut muncul variable utama yang memengaruhi perilaku pengunjung di kafe *La Aquanos*, Malang. Berikut adalah urutan variable yang paling berpengaruh terhadap perilaku pengunjung kafe *La Aquanos*.

- a) suhu

Suhu memengaruhi durasi pengunjung selama didalam kafe. Pada siang hari mayoritas pengunjung hanya sebentar hal ini dikarenakan suhu yang panas, berbeda dengan malam hari.

- b) tata letak

Tata letak erat kaitannya dengan orientasi dan dimensi. Tata letak memberi pengaruh yang signifikan terhadap perilaku

- c) warna

Warna memengaruhi emosi psikologis pengunjung. Warna dapat memberi manfaat yang baik ataupun sebaliknya.

- d) pencahayaan

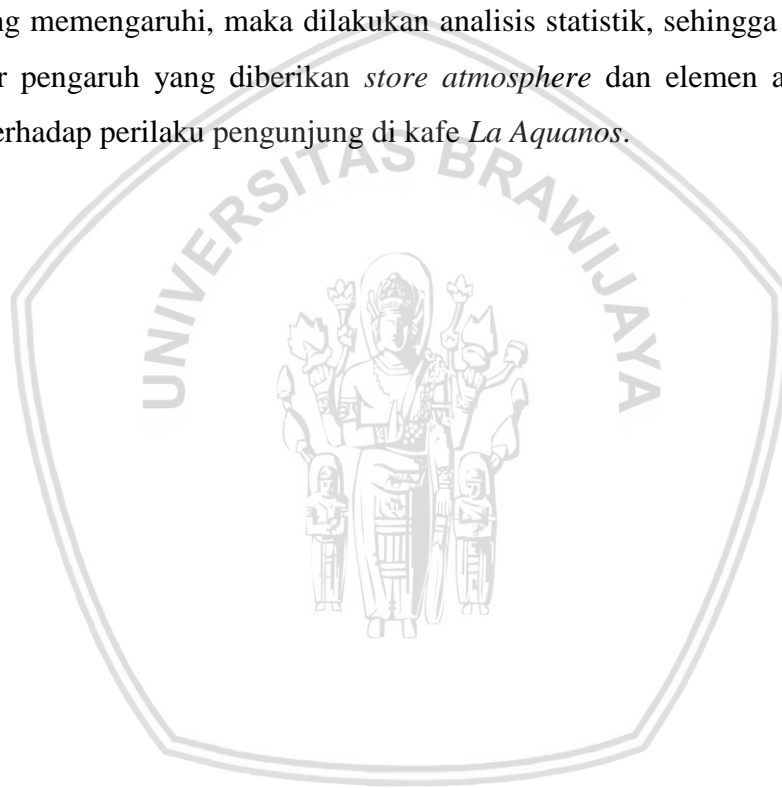
Pencahayaan menjadi penentu apakah interaksi itu akan berjalan atau tidak, kemudian pencahayaan juga dapat memengaruhi di area mana pengunjung akan beraktifitas.

- e) suara

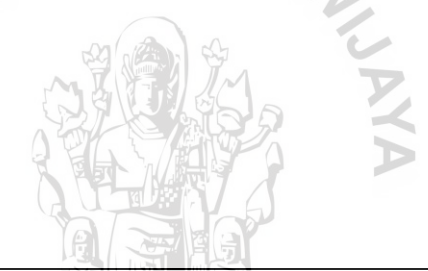
pada kasus ini suara memberikan pengaruh yang paling kecil jika dibandingkan dengan variabel lainnya




Pada analisis *behavioral mapping* ditemukan bahwa pengunjung pada siang hari memilih area satu dan pada malam hari memilih area tiga. Apabila dibandingkan dengan hasil analisis *space syntax* kondisi tersebut sesuai, karena hasil analisis *space syntax*, area aktifitas padat adalah area makan satu dan tiga. Namun apabila dilihat dari kondisi fisik kafe dan peraturan yang ada, fenomena tersebut kurang sesuai. Dari hasil pemetaan *behavioral mapping* didapatkan pola perilaku dan jenis aktifitas pengunjung di dalam kafe.

Kondisi pola perilaku aktifitas pengunjung tentunya dipengaruhi oleh banyak faktor yang ada di dalam kafe, salah satunya adalah *store atmosphere*. Untuk melihat dan membuktikan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh *store atmosphere* dan elemen apa yang paling memengaruhi, maka dilakukan analisis statistik, sehingga dapat diketahui seberapa besar pengaruh yang diberikan *store atmosphere* dan elemen apa yang paling berpengaruh terhadap perilaku pengunjung di kafe *La Aquanos*.

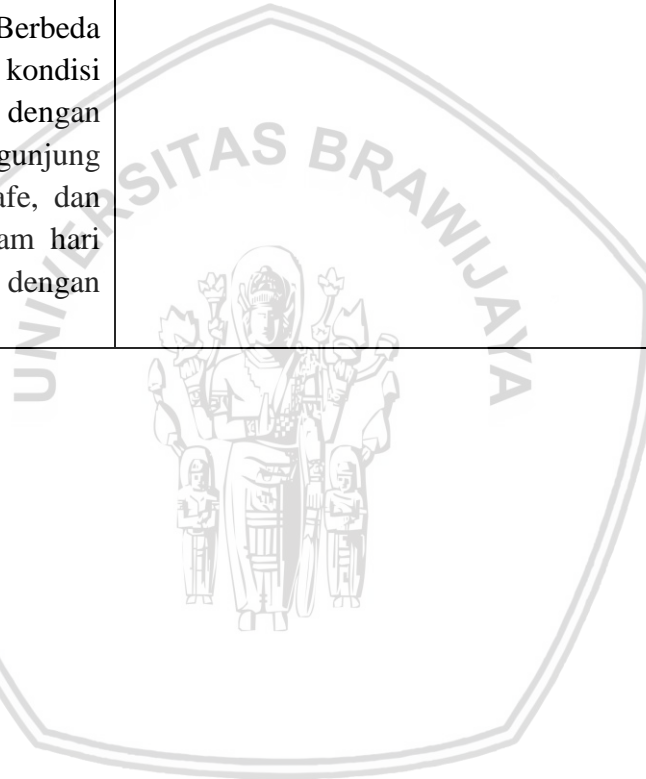


Metode penelitian yang digunakan adalah behavioral mapping didukung oleh spacesyntax sebagai metode kualitatif dan metode statistika digunakan dalam analisis kuantitatif. Dari ketiga metode didapatkan hasil yang berbeda, sehingga diperlukan perbandingan untuk melihat hubungan diantara ketiga metode dan didapatkan hasil penelitian yang baik.

| Variabel | Behavioral mapping | Space syntax | Statistika |
|--------------------|---|---|---|
| Pencahayaan | Pengunjung cenderung memilih area dengan pencahayaan yang lebih terang pada malam hari dan interaksi pengunjung lebih aktif pada area pencahayaan yang lebih terang. Pada siang hari pengunjung cenderung menghindari silau dari sinar matahari. Sehingga pada siang hari area dengan silau menjadi lebih sepi. |  | Dari hasil analisis statistika, didapatkan bahwa pencahayaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.392 yang artinya terdapat pengaruh namun tidak signifikan, sehingga pencahayaan hanya memberikan pengaruh yang sedikit terhadap perilaku pengunjung. |
| Tata letak | Pengunjung memilih sirkulasi yang lebih mudah diakses, dan sejajar pada siang hari, namun berbeda pada malam hari, dimana sirkulasi lebih dinamis. Pada siang hari pengunjung lebih memilih tata letak perabot yang sesuai dengan standar area makan baik dari dimensi dan <i>layout</i> , namun pada malam pengunjung lebih memilih tata letak perabot yang tidak sesuai dengan standar. | Berdasarkan analisis space syntax, jalur sirkulasi yang ada didalam kafe sudah sesuai dengan hasil behavioral mapping yang sudah dilakukan. Selanjutnya area aktifitas yang menjadi pilihan pengunjung juga sudah sesuai dengan hasil mapping, sehingga analisis spacesyntax membuktikan bahwa layout atau tata letak kafe sudah sesuai dengan kaidah yang ada dan mendukung hasil dari behavioral mapping. | dari hasil analisis statistic didapatkan nilai signifikansi dari tata letak sebesar 0.000, yang artinya tata letak memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap pengunjung. apabila nilai signifikansi >0.05 maka dikatakan signifikan. |

| | | | |
|-------------------|---|--|--|
| Bunyi | <p>Pada siang hari kondisi suara didalam kafe sudah sesuai sehingga tidak terdapat masalah, namun pada malam hari suara melebihi standar namun pengunjung merasa itu sudah sesuai. Pada <i>weekday</i>, pengunjung lebih cenderung menjauh dari sumber bunyi, namun pada <i>weekend</i> pengunjung cenderung mendekati sumber bunyi, hal ini dikarenakan pada <i>weekend</i> terdapat <i>live music</i>. Pada siang hari pengunjung lebih sebentar berada didalam kafe, pada malam hari pengunjung lebih lama, terutama pada saat terdapat <i>live music</i>.</p> |  | <p>Nilai signifikansi dari bunyi adalah 0.548 yang artinya bunyi memiliki pengaruh namun tidak signifikan, karena nilai signifikansi berada di atas 0.05, sehingga bunyi memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap perilaku pengunjung.</p> |
| Warna | <p>Pada siang hari pengunjung memilih area dengan warna yang sesuai dengan aturan psikologi warna tentang area makan, dan pada malam hari pengunjung lebih memilih area yang sesuai dengan aturan psikologi warna tentang area santai.</p> |  | <p>Dari hasil analisis statistic didapat nilai signifikansi warna sebesar 0.319, yang artinya warna memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap perilaku pengunjung.</p> |
| Penghawaan | <p>Penghawaan pada siang hari didalam kafe sudah sesuai dengan standar yang ada, namun suhu yang tinggi menyebabkan kondisi penghawaan kurang disukai, sehingga pengunjung</p> |  | <p>Untuk nilai signifikansi penghawaan yang didapat dari analisis statistika berada di angka 0.037 yang artinya nilai tersebut berada di bawah 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | <p>hanya sebentar dan jumlah yang datang lebih sedikit jika dibandingkan dengan malam hari. Hal ini dikarenakan ruang makan didalam kafe bersifat semi terbuka. Berbeda dengan malam hari, kondisi penghawaan dan suhu sesuai dengan pengunjung sehingga pengunjung lebih lama berada didalam kafe, dan jumlah pengunjung pada malam hari lebih banyak jika dibandingkan dengan siang hari.</p> | <p>penghawaan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengunjung.</p> |
|--|---|---|



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian tentang pengaruh *store atmosphere* terhadap perilaku pengunjung pada kafe *La Aquanos* Malang, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *store atmosfer* dan perilaku pengunjung. *Store atmosphere* memberikan pengaruh terhadap perilaku pengunjung sebesar 64.5 % dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini dapat dilihat dari nilai *r square* sebesar 0.645 yang diperoleh dari perhitungan regresi linear berganda.

Berdasarkan perhitungan statistik didapatkan bahwa variabel tata letak dan suhu udara memengaruhi secara signifikan perilaku pengunjung yang berkaitan dengan durasi untuk berada didalam kafe. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi kedua variabel 0.000, dan 0.037 yang keduanya lebih kecil dari nilai alpha (0.05) sehingga H_0 ditolak yang artinya kedua variabel memiliki pengaruh yang sangat signifikan. Variabel *store atmosfer* cahaya, warna, dan suara memiliki nilai signifikansi diatas nilai alpha yang artinya H_0 diterima sehingga ketiga variable tidak memberikan pengaruh yang sangat signifikan.

Variabel yang memberikan pengaruh signifikan berupa tata letak dan suhu menjadi faktor utama dalam kafe dalam memberikan pengaruh terhadap pengunjung, sehingga variabel tersebut dapat diebut sebagai faktor utama dan ketiga variabel yang tidak memberikan pengaruh signifikan dapat disebut sebagai faktor pendukung dalam pengaruh *store atmosphere* terhadap pengunjung.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian sudah sesuai dengan model penelitian yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara *Store atmosphere* yang terdiri atas beberapa variabel yaitu cahaya, tata letak, suara, warna dan suhu terhadap perilaku pengunjung khususnya pada durasi pengunjung untuk berada di dalam kafe *La Aquanos* Malang.

5.2 Saran

Dari hasil pengamatan dan penelitian kondisi fisik kafe laaquanos perlu adanya perbaikan yang dapat menambah pengaruh positif bagi para pengunjung. Dengan teratasinya permasalahan maka tercipta kondisi kafe yang maksimal dan dapat memberikan pengaruh yang baik terhadap pengunjung baik dalam hal peningkatan jumlah pengunjung ataupun durasi pengunjung untuk berada di dalam kafe.

Untuk meningkatkan kualitas kafe, maka pihak manajemen dapat menggunakan lima variabel store atmosfer yang sudah dibahas untuk melakukan evaluasi terhadap kafe *La Aquanos*, sehingga dapat diketahui titik kekuatan dan titik kelemahan dari kafe *La Aquanos*. Permasalahan utama adalah kondisi warna dan sirkulasi yang tidak sesuai dengan persepsi pengguna, sehingga pihak manajemen perlu melakukan perbaikan.

Dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan atau kelemahan yang perlu dibenahi untuk penelitian selanjutnya. Kekurangan dalam penelitian ini diantaranya adalah waktu pengamatan pada jam ramai yang kurang lama, sehingga dapat memengaruhi jumlah responden yang diamati, selanjutnya adalah peneliti hanya membagikan kuisioner sebanyak 70 kuisioner, sehingga hasil yang didapat dari analisis statistik kurang maksimal.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menyempurnakan hasil dari penelitian ini, agar kedepannya dapat bermanfaat bagi dunia bisnis ataupun dunia akademik. Temuan temuan penting pada penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya, dengan demikian dapat diteliti lebih lanjut dan melengkapi informasi yang saat ini masih sangat jauh dari sempurna. Kepada penelitian selanjutnya diharapkan meningkatkan durasi pengamatan di objek dan menambah jumlah kuisioner agar hasil yang didapatkan lebih maksimal dan akurat. Penelitian ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut untuk menemukan fakta fakta-baru mengenai pengaruh store atmosfer terhadap perilaku pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, M. (2013). Faktor Penentu Setting Fisik Dalam Beraktivitas Di Ruang Terbuka Publik “Studi Kasus Alun – Alun Merdeka Kota Malang. *Jurnal RUAS* 11 (2): 1693-3702.
- Anonim. (1996). *Pedoman Teknis Penyelenggaraan*. Jakarta: Direktorat Jenderal Perhubungan Darat.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Bhineka Cipta.
- Astuti, AW., Anggraita, SAH., Saputra dan Sitompul. (2016). *Studi Layout Furnitur dan Desain Pencahayaan di Lobby Apartemen Studi Kasus : Apartemen di Daerah Surabaya Timur*. *Jurnal Desain Interior* 1(1): 2527-2853.
- Azizah, R. (2014). Kajian Kenyamanan Termal Pada Rumah Tinggal Dengan Model Innercourt. *Jurnal Arsitektur Nalars* 13(2): 73-88 .
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*. 56(2), 57–71.
- Carr and Stephen. (1992). *Public Space*. USA: Cambridge University Press.
- Donovan, Robert, J., and Rositter, J. (1982). *Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach*. *Journal of Retailing*. 58 (spring): 34-57.
- Elizabeth, E. (2011). *Dimension of human behavior. Person and envirotnmen*. LA: Sage.
- Goleman, Daniel. (2002). *Working With Emotional Intelligence (terjemahan)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hidjaz, T. (2014). Interaksi Perilaku dalam Suasana Ruang Terbatas Studi KasusHotel Kapsul The Pod. *Jurnal Itenas Rekarupa* © FSRD Itenas 2 (2): 2088-5121.
- Jogiyanto. (2008). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasiram, M. 2008. *Metodologi Penelitian*. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P. (2005) *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesebelas, Jilid 2, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Penerbit Indeks.
- Kotler, P. (1973) *Atmospherics as a Marketing Tool*. *Journal of Retailing*. 4, 48-64.
- Kusumowidagdo, A. (2010) *Pengaruh Desain Atmosfer Toko Terhadap Perilaku Belanja*. *Integritas. Jurnal Manajemen Bisnis*.3 (1): 17-32
- Levy, Michael, & Weitz, Bortom A, 2001, *Retailing Management*, Fourth edition, Richard D. Irwin Inc.

- Laksmiwati, T. (2012). *Unsur-unsur dan prinsip-prinsip dasar desain interior malang bargie media*. Malang.
- Laurens, J.M. (2005). *Arsitektur Dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Grasindo.
- Marsum, A.W. (2005). *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Yogyakarta: Andi ofset.
- Mastuti, F. dkk. (2013). *Kajian Perilaku Pengguna Jalan di Perumahan Skala Menengah Ke bawah pada lahanberkontur*. Temu ilmiah IPBLI 2013 c 031.
- Meldarianda, R. (2014). *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)* 17 (2): 97 – 108.
- Nugroho, M.A. (2011). *A Preliminary Study of Thermal Environment in Malaysia's Terraced Houses*. *Journal and Economic Engineering* 2(1), 25-28.
- Purwanto. (2012). *DIMENSI*. *Journal of Architecture and Built Environment* 39 (1):23-30.
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Sukma, E. et. al. (2012) *Suasan Toko Dalam Menciptakan Emosi Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Profit*. 6(1).
- Sutisna dan Pawitra dan Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Swasty, W. (2010). *A-Z Warna Interior Rumah Tinggal*. Bandung: Griya Kreasi.
- Thojib, J. dan Adhitama, M. (2013). *Kenyamanan Visual Melalui Pencahayaan Alami Pada Kantor (Studi Kasus Gedung Dekanat Fakultas Teknik Universitas Brawijaya Malang)*. *Jurnal RUAS*. 1 (2): 1693-3702.
- Turley, L.W. and Milliman, R. (2000). *Atmospherics Effect on Shopping Behavior: A Review Of The Experimental Evidence*. *Journal Of Business Research*. 49: 193-211.