

ABSTRAK

Jumlah coffee shop yang semakin meningkat ini juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat dan pelaku bisnis harus bisa membaca preferensi apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih coffee shop apakah pada lokasi, harga, kualitas layanan, suasana, promosi dan desain interior dan setiap elemen-elemen tersebut sangat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih coffee shop yang akan dikunjungi karena setiap konsumen mempunyai preferensi yang berbeda, setiap pemilihan strategi yang akan dipilih haruslah dipertimbangkan matang-matang karena penerapan strategi bukan hanya membutuhkan investasi/biaya yang tinggi tetapi juga salah menerapkan strategi dapat mengakibatkan tutupnya usaha karena banyaknya pesaing di industri makanan dan minuman. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh desain arsitektur coffee shop terhadap preferensi masyarakat. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan Grounded Theory dengan metode kualitatif, menggunakan instrumen kuisisioner untuk disebarkan kepada responden coffee shop tersebut dalam jumlah sampel 100 responden. Hasil dari kuisisioner dianalisis dengan analisis distribusi, open coding, dan axial coding. Hasil dari analisis tersebut, menghasilkan seberapa besar keterkaitan antara pertanyaan-pertanyaan yang ditulis oleh peneliti.

Kata Kunci: Coffee Shop, Preferensi Masyarakat, Desain Arsitektur.

ABSTRACT

The increasing number of coffee shops also creates increasingly fierce competition and businesses must be able to read what preferences affect consumers in choosing a coffee shop whether on location, price, service quality, atmosphere, promotions and interior design and any of these elements. greatly affect the preferences of consumers in choosing the coffee shop to visit because each consumer has different preferences, each selection of strategies to be chosen must be carefully considered because the application of the strategy not only requires investment / high costs but also the wrong implementation of the strategy can lead to business closure because of the many competitors in the food and beverage industry. The purpose of this study was to determine the effect of coffee shop architecture design on community preferences. In this study using the Grounded Theory approach with qualitative methods, using a questionnaire instrument to be distributed to coffee shop respondents in a sample of 100 respondents. The results of the questionnaire were analyzed by distribution analysis, open coding, and axial coding. The results of the analysis, produce how big the link between questions written by researchers.

Keywords: Coffee Shop, Community Preferences, Architecture Design.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA