

Karakteristik Tempat dan Konsumen Coffee Shop pada Kawasan Bintaro Jaya Kota Tangerang Selatan = Places Characteristics and Consumers of the Coffee Shop in the Bintaro Jaya Area, South Tangerang City

Alief Sulthan Jordan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534266&lokasi=lokal>

Abstrak

Karakteristik Tempat dan Konsumen saling berkaitan satu sama lain yang dengan mengetahui karakteristik tempat maka akan mengenal apa yang terdapat di tempat coffee shop tersebut yang utamanya diketahui adalah fasilitas, suasana, produk, harga, promosi, dan ruang interior yang mempunyai fungsi untuk memahami apa yang diwujudkan oleh coffee shop. Objek penelitian yang dijadikan unit analisis adalah Dua Coffee Bintaro Sektor 3A, Tomoro Coffee Bintaro Sektor 5, Bajawa Kopi Flores Bintaro Sektor 7, dan Bakoel Koffie Bintaro Sektor 7. Untuk mengerjakan hal tersebut, maka penting untuk memahami pustakanya secara geografi. Untuk menganalisis penelitian skripsi ini diketahui pustaka yang paling baik adalah dengan memahami sejarah coffee shop dengan variasinya, perkembangan di dalam & luar negeri serta memahami variabel penelitian. Variabel yang dipilih adalah site & situation dengan komponen gabungannya site adalah bauran pemasaran sebagai cara/taktik agar mendapati data yang mau dikerjakan pada karakteristik tempat dan variabel geografi, demografi, dan motivasi konsumen yang variabelnya adalah fisik, sosial, status, intelektual, dan mental untuk karakteristik konsumen. Penelitian ini dibuat secara deskriptif kualitatif yang disertai data tambahan atau pendukung secara survey utamanya untuk memahami karakteristik konsumen sehingga hasil yang didapatkan komprehensif. Oleh karena itu, dibuatkan Peta Wilayah di Kawasan Bintaro Jaya agar memahami kependudukan, penggunaan tanah, dan jaringan jalan yang terbentuk utamanya untuk Sektor 3A, 5 dan 7. Hasil penelitian yang didapatkan adalah secara site konsumen yang didapatkan pada Kawasan Bintaro Jaya di keempat coffee shop, faktor suasana yang paling berpengaruh kepada konsumen dalam pemilihan coffee shop, sedangkan secara situation konsumen factor yang paling berpengaruh adalah kondisi lingkungan di sekitar coffee shop dan jaringan jalan. Sedangkan motivasi konsumen yang terbentuk adalah motivasi sosial merupakan motivasi utama konsumen berkunjung di suatu coffee shop baik itu untuk pertemuan, perjanjian, maupun perkenalan yang lebih banyak ditujukan kepada terjadinya interaksi sosial. Kemudian keterkaitannya adalah dengan karakteristik tempat yang disertai dengan suasana yang kuat dengan motivasi sosial yang kuat maka akan tercipta ulasan konsumen yang baik sehingga potensi pertumbuhan lokasi coffee shop di Bintaro Jaya akan semakin tumbuh.

.....The characteristics of the place and the consumer are related to each other. By knowing the characteristics of the place, you will know what is in the coffee shop. The main things to know are the facilities, atmosphere, product, price, promotion, and interior space which has the function of understanding what the coffee shop embodies. The research objects used as the unit of analysis are Dua Coffee Bintaro Sektor 3A, Tomoro Coffee Bintaro Sektor 5, Bajawa Kopi Flores Bintaro Sektor 7, and Bakoel Koffie Bintaro Sektor 7. To do this, it is important to understand the literature geographically. To analyze this thesis research it is known that the best literature is understanding the history of coffee shops with their variations, developments at home & abroad and understanding research variables. The selected variables are site & situation with the combined components site being the marketing mix as a method/tactic for obtaining data

to be worked on on the characteristics of the place and the geographic, demographic and motivational variables of the consumers whose variables are physical, social, status, intellectual and mental for the characteristics of the consumers. This research was made in a qualitative descriptive manner accompanied by additional or supporting data in a survey primarily to understand consumer characteristics so that the results obtained were comprehensive. Therefore, a Map of the Area in the Bintaro Jaya Region was made in order to understand population, land use, and the road network that was formed mainly for Sectors 3A, 5 and 7. The research results obtained were from a consumer site obtained in the Bintaro Jaya Area in the four coffee shops, the atmosphere factor that most influenced consumers in choosing a coffee shop, while in terms of consumer the most influential factor was the environmental conditions around the coffee shop and the road network. Meanwhile, the consumer motivation that is formed is social motivation which is the main motivation for consumers to visit a coffee shop, be it for meetings, agreements, or introductions that are more aimed at the occurrence of social interaction. Then the relationship is with the characteristics of the place which is accompanied by a strong atmosphere with strong social motivation so that good consumer reviews will be created so that the growth potential for coffee shop locations in Bintaro Jaya will grow even more.