



Faktor yang Mempengaruhi Kelompok Usia Muda Mengunjungi Kafe Selama Pandemi Covid-19

Meilinda Helza Putri¹, Hanson E. Kusuma², Allis Nurdini³

^{1,2} SAPPK, Institut Teknologi Bandung

³ KK Perancangan Arsitektur, SAPPK, Institut Teknologi Bandung

Diterima 06 September 2022 | Disetujui 09 Oktober 2022 | Diterbitkan 15 Desember 2022 |

| DOI <http://doi.org/10.32315/jlbi.v11i4.02> |

Abstrak

Kelompok usia muda mengalami perubahan pola aktivitas di luar rumah sejak adanya pandemi Covid-19, salah satunya adalah aktivitas mengunjungi kafe. Pertimbangan terhadap kafe yang akan dikunjungi pun dipertimbangkan demi memenuhi kebutuhan ruang mereka saat berada di dalamnya. Penelitian ini dilakukan dalam dua tahap penelitian, pada tahap pertama menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring yang bersifat terbuka (*open-ended*) dan pemilihan sampel dilakukan secara bebas (*non-random sampling*), dengan hasil yang didapatkan bahwa terdapat beberapa faktor yang merupakan preferensi kelompok usia muda saat hendak mengunjungi kafe selama pandemi Covid-19, dan digunakan sebagai variabel penelitian kedua. Tahap kedua dilakukan dengan metode kuantitatif dengan menggunakan analisis distribusi, faktor analisis, dan korelasi *multivariat*. Hasil analisis pada penelitian ini didapatkan bahwa kebutuhan ruang kelompok usia muda terhadap kafe selama pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh kategori fisik dan kategori kegiatan. Aspek yang berpengaruh terhadap kategori fisik adalah aspek ruang dan aspek yang berpengaruh terhadap kategori kegiatan merupakan aspek perilaku.

Kata-kunci: kebutuhan ruang, kelompok usia muda, kafe, pandemi

Young Age Group Preferences Determine Space Needs in a Pandemic Period. Case Study: Cafe in Student and Worker Perspective

Abstract

The young age group has experienced changes in activity patterns outside the home since the Covid-19 pandemic, one of which is the activity of visiting cafes. The preference for cafes to be visited is also considered in order to meet their space needs while in it. This research was conducted in two stages of research, in the first stage using qualitative methods by collecting data by distributing open-ended online questionnaires and selecting samples freely (non-random sampling), with the results obtained that there are several factors which are the preferences of the young age group when they want to visit cafes during the Covid-19 pandemic and are used as the second research variable. The second stage was carried out using quantitative methods using distribution analysis, factor analysis, and multivariate correlation. The results of the analysis in this study found that the space requirements of young age groups for cafes during the Covid-19 pandemic were influenced by physical categories and activity categories. The aspect that affects the physical category is the aspect of space and the aspect that affects the activity category is the behavioral aspect.

Keywords: *space needs, young age group, café, pandemic*

Kontak Penulis

Meilinda Helza Putri

Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), Institut Teknologi Bandung

Jl. Ganesa No. 10, Lb. Siliwangi, Kec. Coblong, Kota Bandung

E-mail: meilindah27@gmail.com



Copyright ©2022. Putri, Meilinda Helza

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 yang ada saat ini mempengaruhi pola aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat, baik dalam bekerja, bersekolah, hingga bersosialisasi. Keperluan bepergian keluar rumah diatur dengan menerapkan protokol kesehatan yang diterbitkan pemerintah. Begitu juga dengan kelompok usia muda yang terdiri dari kelompok generasi Z (74,93 juta jiwa) dan generasi millennial (69,38 juta jiwa), sebagai kelompok usia yang mendominasi kelompok usia lainnya (BPS No. 7/01/Th. XXIV, 21 Januari 2021). Kelompok usia muda merupakan pelajar, mahasiswa, dan pekerja dengan rentang usia 15-34 tahun yang sedang berada dalam fase aktif berinteraksi sosial yang mengeksplorasi hal baru. Berkumpul bersama teman, bersosialisasi, nongkrong, bekerja hingga melakukan hal baru sering dilakukan kelompok usia muda saat ini [1]. Pilihan tempat untuk berkumpul atau sekedar melepas penat menjadi hal penting untuk dipertimbangkan pada saat pandemi Covid-19. Adaptasi dan penyesuaian pun terjadi di berbagai aktivitas dan kebutuhan ruang mereka [2].

Kafe menjadi pilihan yang paling banyak dicari kelompok usia muda untuk bersosialisasi, mengerjakan tugas, melepas penat saat merasa lelah di rumah, hingga bekerja atau lebih dikenal dengan *work from café* saat masa pandemi Covid-19. Mengunjungi kafe pun akhirnya dapat dilakukan namun sesuai dengan Protokol Kesehatan yang diterbitkan oleh pemerintah, antara lain penerapan jarak antar pengunjung, jumlah pengunjung, penggunaan masker, penyediaan area cuci tangan dan sterilisasi, penyediaan *hand sanitizer*, hingga kebersihan dari kafe serta pelayanan yang diberikan. Sehingga, apabila hal ini diperhatikan oleh pihak pengelola kafe, akan dapat menimbulkan kenyamanan dan *kebetahan* bagi pengunjung. *Kebetahan* seseorang adalah kondisi yang menggambarkan kondisi psikologis seseorang, seperti kenyamanan hingga kepuasan pada fasilitas yang ada [3]. Kelompok usia muda pun akan mempertimbangkan kafe seperti apa yang dapat memenuhi kebutuhan ruang mereka selama berada di dalamnya [4] [4]. Suasana kafe dan kualitas pelayanan pun juga berpengaruh terhadap kepuasan pengunjungnya [5][6].

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan kafe pada masa pandemi Covid-19. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan untuk memenuhi aspek keamanan dan kenyamanan

pengunjung apabila diperlukan untuk yang akan datang bagi pemilik kafe maupun pengunjungnya.

Metode

Penelitian ini menggunakan *content analysis*, yang terdiri dari dua tahap penelitian, pada penelitian pertama merupakan penelitian kualitatif yang menghasilkan penjelasan umum dari fenomena, proses, atau interaksi yang dibentuk oleh responden [7]. Tahapan kedua adalah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif yang bersifat eksploratif [8]. Pada tahap penelitian ini ditemukan faktor-faktor alasan yang menjadi preferensi mahasiswa dan pekerja dalam mengunjungi kafe selama pandemi.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dalam dua tahap dengan survei dalam bentuk kuesioner daring. Tahap pertama dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *non-random sampling* [9]. Kuesioner disebar melalui media sosial dan disebar bebas kepada kenalan dan masyarakat umum. Penyebaran kuesioner dilakukan mulai pada tanggal 4 September 2020 dan ditutup pada 11 September 2020, yaitu sebanyak 7 hari. Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner *online* yang berisi pertanyaan bersifat terbuka (*open ended*) dengan tujuan menggali lebih dalam motivasi kunjungan dan persepsi responden terhadap karakteristik desa wisata yang telah dikunjungi [10].

Tahap kedua dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *non-random sampling* yang disebar mulai pada tanggal 1 November 2020 dan ditutup pada 17 November 2020 [9]. Pertanyaan yang diajukan pada kuesioner daring disusun tertutup (*close ended*) disertai jawaban dengan metode *semantic differential* yang akan dilakukan analisis kuantitatif pada tahap selanjutnya. Pertanyaan yang diajukan terdiri dari lima kategori, yaitu fisik, non fisik, kegiatan, *sense of place*, dan *meaning of place*.

Karakteristik Responden

Tahap pertama penyebaran kuesioner didapatkan 147 responden, yaitu 55 responden laki-laki dan 92 responden perempuan. Usia responden berada di kisaran 18 hingga 30 tahun, yang terdiri dari mahasiswa (62/147), karyawan swasta (43/147), wirausaha (31/147), dan pegawai negeri (11/147). Durasi terbanyak responden menghabiskan waktu di

kafe yaitu selama 1-2 jam (77/147). Tahap kedua penyebaran kuesioner didapatkan responden sebanyak 129 orang, yaitu 45 responden laki-laki dan 84 responden perempuan. Responden memiliki usia kisaran 18 hingga 30 tahun, yang terdiri dari mahasiswa (87/129), pegawai swasta (20/129), wirasaha (14/129), dan pegawai negeri (8/129). Durasi terbanyak yang dihabiskan oleh responden yaitu selama 1-2 jam (57/129).

Metode Analisis Data

Tahap pertama penyebaran kuesioner, metode yang digunakan adalah *content analysis*, dilakukan dalam tiga tahap, yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* [10]. Tahap *open coding* merupakan pengumpulan kata kunci dari jawaban responden dan mengelompokkannya ke dalam beberapa kategori, hasilnya disebut distribusi frekuensi. Tahap *axial coding* dilakukan untuk mencari hubungan antar kategori melalui hasil analisis korespondensi yang didapatkan. Tahap *selective coding*, yaitu tahapan yang terakhir digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Tahapan yang kedua merupakan penelitian kuantitatif, dimulai dengan meminta responden untuk mengevaluasi kafe yang terakhir kali mereka kunjungi selama pandemi dan alasan untuk mengunjungi kafe tersebut dengan cara mengisi kuesioner yang disusun menggunakan metode *semantic differential* dengan skala 1 hingga 5 seperti yang terlihat pada Tabel 1. Masing-masing angka memiliki kata sifat yang berlawanan, seperti skala 1 hingga 5 mewakili sangat tidak setuju hingga setuju dan sangat jarang hingga sangat sering. Posisi sifat disusun dari yang paling negatif di sebelah kiri hingga paling positif di sebelah kanan.

Tabel 1 Pertanyaan berskala *semantic differential*

Variabel	Skala Jawaban						
	Memiliki ruangan terbuka						
Kategori Fisik Kafe	Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	Sangat Setuju
	Keperluan bisnis						
Kegiatan di Kafe	Sangat Jarang	1	2	3	4	5	Sangat Sering

Setelah di dapatkan data dari hasil kuesioner, data numerik dianalisis secara Faktor Analisis, yang dilakukan dengan *Principal Component Analysis* (PCA). Variabel-variabel tersebut terdiri dari tiga kelompok analisis, yang mencakup faktor kategori fisik sebanyak

19 dimensi, faktor respons pandemi sebanyak 13 dimensi, dan kegiatan sebanyak 14 dimensi. Penentuan jumlah variabel laten yang mewakili setiap variabel terukur diambil dari hasil analisis *Scree Plot*.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian dibagi menjadi dua tahap pembahasan mengikuti dua tahap penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan.

Tahap Pertama

Kuesioner yang disebar pada tahap pertama merupakan kuesioner dengan pertanyaan terbuka, sehingga jawaban yang diberikan responden terdiri dari kalimat yang diubah menjadi kelompok-kelompok kata yang mewakili kalimat tersebut. Hasil dari tahap pertama kuesioner dikelompokkan berdasarkan pertanyaan yang diberikan, yaitu:

1. Alasan mengunjungi kafe

Pada tahap awal analisis, dihasilkan beberapa kata kunci dari proses *open coding* jawaban responden seperti terlihat pada Tabel 2. Contoh *open coding* yang dilakukan dari jawaban responden adalah sebagai berikut:

"Jenuh dan penghilang stress kerja" (responden 4)

"Ingin bertemu teman, bosan di rumah saja." (responden 29)

Jawaban responden tersebut mewakili kata kunci "jenuh" dan "bertemu teman". Kata kunci yang ditemukan kemudian dikelompokkan menjadi beberapa kategori yang lebih luas. Terdapat empat kategori alasan mengunjungi kafe saat pandemi COVID19, yaitu kuliner, kerja, *refreshing*, dan interaksi sosial sesuai Tabel 1 yang ditampilkan sebelumnya.

Tabel 2 Hasil open coding alasan mengunjungi kafe

No	Kategori	Kata Kunci
1	Kuliner	Makan
		Minum
2	Kerja	Meeting
		Bertemu klien
3	Refreshing	Keperluan bisnis
		Jenuh di Rumah
4	Interaksi Sosial	Suasana baru
		Bertemu teman
		Nongkrong
		Hangout
		Ngobrol

2. Alasan memilih kafe

Analisis alasan memilih kafe menjadi faktor penting dalam menentukan kafe apa yang akan dikunjungi dalam masa pandemi COVID19. Kata kunci yang didapatkan dari jawaban responden ada 190 dengan pengelompokan 12 kategori sesuai yang ditampilkan pada Tabel 3.

Open coding yang dilakukan dari pernyataan responden adalah sebagai berikut:

“Tingkat keramaian, jarak antar meja, interior, dan lokasi” (responden 1)

“Makanan dan minuman enak” (responden 102)

Pernyataan tersebut mewakili kata kunci jumlah pengunjung, jarak meja, desain, lokasi, dan menu.

Tabel 3 Hasil open coding alasan memilih kafe

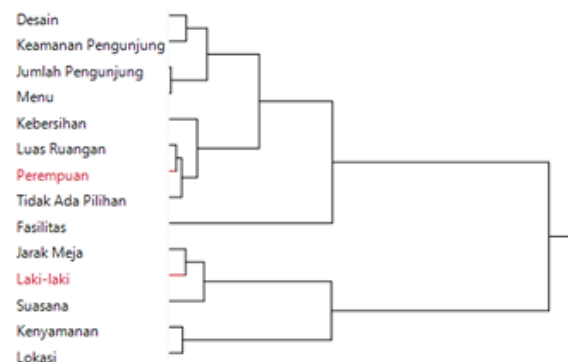
No	Kategori	Kata Kunci
1	Jumlah Pengunjung	Sepi
		Tingkat keramaian
2	Jarak Meja	Penempatan meja
3	Desain	Interior
		Banyak bukaan
		Ruang terbuka
		Unik
4	Lokasi	Penghawaan alami
		Mudah dijangkau
5	Keamanan Pengunjung	Dekat rumah
		Protokol Kesehatan
6	Luas Ruangan	Social distancing
		Menggunakan masker
7	Kebersihan	Ruang luas
		Kebersihan tempat
8	Menu	Kebersihan pelayanan
		Makanan
9	Fasilitas	Minuman
		Menu diskon
10	Suasana	Murah
		Enak
11	Kenyamanan	Stop kontak
		Wifi
12	Tidak Ada Pilihan	Musholla
		Cozy
13	Kebersihan	Nuansa damai
		Tenang
14	Luas Ruangan	Tempat nyaman
		Sering dikunjungi
15	Tidak Ada Pilihan	Pekerjaan
		Pilihan klien
16	Tidak Ada Pilihan	No preference

Kecenderungan manusia untuk berkumpul menjadi faktor yang harus diperhatikan saat pandemi karena akan memudahkan virus untuk tersebar. Menjaga jarak dan pembatasan interaksi fisik harus

diperhatikan ketika mengunjungi ruang luar [11]. Jumlah pengunjung (52/147) menjadi aspek utama dalam memilih kafe untuk dikunjungi selama pandemi Covid-19. Frekuensi terbesar selanjutnya adalah keamanan pengunjung (45/147), hal ini diatur oleh Kemenkes yang membahas mengenai panduan pencegahan Covid-19 dalam mendukung keberlangsungan usaha. Pada Surat Edaran Nomor 12 tahun 2020 juga dijelaskan mengenai aktivitas perdagangan selama pandemi COVID19, antara lain pengelola dan pramusaji memiliki hasil tes PCR atau rapid test negatif, demikian pula dengan pengunjung yang diberi kontrol jarak 1,5 meter dan suhu tubuh di bawah 37,3 derajat Celsius [12].

Selanjutnya adalah tahapan selective coding untuk mengetahui hubungan pada tiap kategori yang ada di tahap sebelumnya. Tahap selective coding ini dilakukan dengan menggunakan analisis korespondensi untuk mengetahui keterkaitan antara kategori alasan mengunjungi kafe. Analisis dilakukan dengan mengaitkan kategori dengan jenis kelamin, hal ini dilakukan untuk dapat mengetahui apakah terdapat perbedaan antara lain perempuan dan laki-laki dari kelompok usia muda saat memilih kafe untuk dikunjungi saat pandemi.

Aspek yang menjadi pertimbangan bagi kelompok usia muda jenis kelamin perempuan adalah luas ruangan, kebersihan, menu yang ditawarkan oleh kafe, jumlah pengunjung, keamanan, dan desain dari kafe tersebut. Kelompok usia muda jenis kelamin laki-laki mempertimbangkan suasana, kenyamanan, dan lokasi kafe [13]. Kategori yang menjadi pertimbangan secara umum pada kelompok usia muda dalam memilih kafe selama pandemi Covid-19 adalah luas ruangan dan jarak antar meja.



Gambar 1 Diagram Dendrogram alasan memilih kafe

Tahap Kedua

Tahap kedua merupakan lanjutan analisis dari kuesioner kedua yang dilakukan setelah mempertimbangkan hasil dari kuesioner pertama. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan ruang pengunjung kafe lebih detail selama pandemi Covid-19. Analisis yang dilakukan pada tahap ini adalah analisis faktor dengan pembagian tiga kelompok analisis yang didasarkan pada kategori yang tersusun di kerangka kuesioner yang disebar, yaitu kategori fisik berupa kriteria ruang, kategori respons pandemi, dan kategori kegiatan di kafe. Kelompok-kelompok tersebut akan dilihat nilai Eigenvalue-nya yang lebih dari 1, dan nilai tersebut dapat mewakili variabel terukur, sehingga untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang ada dapat diwakilkan secara berkelompok untuk dianalisis lebih lanjut.

1. Kategori fisik

Kategori fisik memiliki 19 pertanyaan yang selanjutnya akan disederhanakan dengan pengelompokan yang dilakukan dengan mencari nilai Eigenvalue lebih dari 1. Tabel 4 menjelaskan bahwa terdapat 6 komponen prinsip yang dimiliki oleh kategori fisik. Komponen tersebut dikelompokkan menjadi kebersihan, sirkulasi, ruangan, kuliner, lokasi, dan fasilitas, yang mewakili kebutuhan ruang pengunjung kafe.

Tabel 4 Nilai Eigenvalue analisis faktor kategori fisik

No	Eigenvalue	Percent	Cum Percent
1	5.68	29.90	29.90
2	2.37	12.46	42.35
3	1.62	8.52	50.87
4	1.45	7.63	58.50
5	1.30	6.83	65.33
6	1.13	5.93	71.25
7	0.84	4.44	75.69
8	0.79	4.16	79.85
9	0.56	2.94	82.79
10	0.55	2.89	85.68
11	0.50	2.64	88.32
12	0.46	2.42	90.74
13	0.37	1.94	92.67
14	0.33	1.73	94.40
15	0.29	1.53	95.93

16	0.28	1.48	97.41
17	0.18	0.97	98.38
18	0.18	0.92	99.30
19	0.13	0.70	100.00

Setelah diketahui 6 komponen prinsip, lalu dilakukan analisis faktor laten (tabel 5). Komponen pertama yaitu kebersihan, yang terdiri dari kebersihan ruang, kebersihan pelayanan, dan keberadaan tempat sampah. Komponen kedua yaitu sirkulasi, yang terdiri dari sirkulasi udara yaitu ruang terbuka dan penghawaan alami, sirkulasi cahaya yaitu bukaan, dan sirkulasi pengguna ruang. Komponen ketiga yaitu ruangan yang disediakan terdiri dari musholla dan toilet, estetika ruang yaitu dengan memiliki desain ruang yang unik, dan luas dari ruang dalam kafe. Komponen keempat yaitu kuliner, aspek ini berkaitan dengan menu makanan dan minuman, hingga promo pembelian makanan dan minuman yang ditawarkan oleh kafe tersebut. Komponen kelima yaitu lokasi, yang terdiri dari jarak lokasi dengan tempat tinggal pengunjung, dan kemudahan akses. Komponen prinsip yang terakhir yaitu fasilitas, terdiri dari adanya *wifi* dan penyediaan stop kontak di kafe tersebut.

Tabel 5 Faktor laten analisis kategori fisik

	Kebersihan	Sirkulasi	Ruangan	Kuliner	Lokasi	Fasilitas
Kebersihan Ruang	0.844	0.071	0.053	0.189	0.041	0.140
Kebersihan Pelayanan	0.792	0.062	0.037	0.234	0.141	0.240
Tempat Sampah	0.715	0.104	0.129	0.338	0.010	-0.077
Ruang Terbuka	-0.036	0.817	0.171	0.022	0.085	0.168
Penghawaan Alami	0.019	0.781	0.016	0.166	0.119	0.002
Banyak Bukaan	0.233	0.779	0.158	0.087	0.177	-0.093
Sirkulasi Luas	0.174	0.586	0.443	0.317	0.139	-0.003
Musholla	-0.054	0.177	0.848	0.163	0.044	0.020
Toilet	0.206	0.088	0.674	0.061	0.141	0.283
Desain Unik	0.402	0.119	0.622	0.198	0.440	0.095
Ruangan Luas	-0.044	0.387	0.601	0.419	0.222	0.028
Banyak Makanan	0.115	0.046	-0.017	0.846	0.176	0.063
Makanan Enak	0.312	0.020	0.133	0.750	0.047	-0.033

Promo Makanan	0.301	0.025	0.177	0.563	0.066	0.182
Lokasi Dekat	-0.116	0.190	-0.047	0.191	0.824	0.063
Mudah Diakses	0.237	0.225	0.004	0.171	0.701	0.063
Wifi	-0.017	0.046	0.068	0.129	0.153	0.884
Stop Kontak	0.284	0.117	0.160	0.002	0.028	0.739

2. Kategori Respons Pandemi

Kategori respons pandemi memiliki 13 pertanyaan yang selanjutnya akan disederhanakan dengan pengelompokan yang dilakukan dengan mencari nilai Eigenvalue lebih dari 1. Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa terdapat 3 komponen prinsip yang memiliki nilai Eigenvalue lebih dari 1, yang berarti kategori respons pandemi dapat diwakilkan oleh tiga kelompok tersebut.

Tabel 6 Nilai Eigenvalue analisis faktor respons pandemi

No	Eigenvalue	Percent	Cum Percent
1	6.08	46.78	46.78
2	1.79	13.80	60.58
3	1.05	8.06	68.64
4	0.73	5.65	74.29
5	0.65	5.01	79.29
6	0.56	4.34	83.63
7	0.52	4.03	87.66
8	0.43	3.30	90.96
9	0.39	3.04	93.99
10	0.28	2.13	96.13
11	0.20	1.55	97.67
12	0.17	1.34	99.01
13	0.13	0.99	100.00

Komponen yang didapatkan lalu dilanjutkan dengan diidentifikasi menjadi tiga faktor, antara lain perlindungan utama, perlindungan pendukung, dan suasana. Kelompok faktor ini mewakili respons pandemi yang harus diperhatikan oleh pengunjung saat memilih kafe untuk keamanan dan kenyamanan bersama. Kelompok faktor perlindungan utama terdiri dari penggunaan masker bagi pengunjung dan pegawai, jarak antar pengunjung, suhu tubuh pengunjung, jumlah pengunjung, penyediaan area cuci tangan. pada kelompok faktor perlindungan pendukung terdiri dari penyediaan area cuci tangan di dalam ruangan,

dan penyediaan hand sanitizer. Dan kelompok faktor selanjutnya yaitu suasana yang mencakup suasana tenang, sepi, dan cozy.

Tabel 7 Faktor laten analisis kategori respons pandemi

	Perlindungan Utama	Perlindungan Pendukung	Suasana
Masker Pegawai	0.825	0.126	0.059
Masker Pengunjung	0.823	0.225	0.045
Jarak Pengunjung	0.794	0.324	0.191
Jarak Meja	0.748	0.127	0.304
Suhu Tubuh Pengunjung	0.709	0.278	0.218
Jumlah Pengunjung	0.527	0.425	0.105
Cuci Tangan Dalam Ruang	0.503	0.465	0.228
Cuci Tangan Pintu Masuk	0.064	0.844	0.173
Handsanitizer Pintu Masuk	0.444	0.756	0.016
Handsanitizer Dalam Ruang	0.496	0.677	0.043
Suasana Tenang	0.153	0.091	0.908
Suasana Sepi	0.093	-0.009	0.791
Suasana Cozy	0.207	0.248	0.788

3. Kategori Kegiatan

Tabel 8 menunjukkan kategori kegiatan di kafe memiliki 14 variabel pertanyaan yang mana didapatkan 4 komponen prinsip yang memiliki nilai Eigenvalue lebih dari 1. Komponen prinsip tersebut dikelompokkan menjadi bekerja, interaksi sosial, mengerjakan tugas, dan melepas jenuh.

Tabel 8 Nilai Eigenvalue analisis faktor kegiatan

No	Eigenvalue	Percent	Cum Percent
1	4.59	32.75	32.75
2	2.31	16.51	49.26
3	1.38	9.84	59.10
4	1.11	7.91	67.01
5	0.94	6.73	73.73
6	0.77	5.52	79.26
7	0.72	5.17	84.42
8	0.51	3.61	88.03

9	0.43	3.07	91.10
10	0.35	2.49	93.59
11	0.30	2.15	95.74
12	0.29	2.06	97.80
13	0.19	1.38	99.18
14	0.11	0.82	100.00

Komponen prinsip pertama yaitu bekerja, terdiri dari variabel bertemu klien, keperluan bisnis, dan melakukan rapat. Komponen prinsip kedua yaitu interaksi sosial, terdiri dari nongkrong, bertemu teman, makan dan minum bersama, berfoto, dan titik temu. Komponen prinsip ketiga yaitu mengerjakan tugas, terdiri dari mengerjakan tugas dan menggunakan internet. Komponen terakhir yaitu melepas jenuh, yang terdiri dari menginginkan suasana baru dan melepas jenuh serta penat atau relaksasi.

Tabel 9 Faktor laten analisis kegiatan

	Bekerja	Interaksi Sosial	Mengerjakan Tugas	Jenuh
Bertemu Klien	0.923	0.133	0.048	0.052
Keperluan Bisnis	0.917	0.000	0.047	0.073
Meeting	0.842	0.142	0.111	0.015
Bekerja	0.751	0.017	0.324	0.146
Nongkrong	0.065	0.801	0.106	0.235
Bertemu Teman	0.134	0.750	0.201	0.137
Makan dan Minum	0.138	0.634	-0.219	0.110
Berfoto	-0.084	0.552	0.047	0.173
Titik Temu	0.452	0.522	0.190	0.000
Buang Air	0.121	0.460	0.313	0.410
Mengerjakan Tugas	0.242	0.044	0.842	0.195
Menggunakan Internet	0.114	0.112	0.805	0.074
Suasana Baru	0.228	0.297	0.047	0.801
Relaksasi	0.024	0.411	0.112	0.768

Dari hasil analisis di atas, dapat dilihat bahwa perlindungan utama dan suasana mempengaruhi alasan untuk mengunjungi kafe selama pandemi COVID19. Pada perlindungan utama, hal yang diperhatikan oleh pengunjung dalam aspek kategori fisik saat berkunjung ke kafe selama

pandemi COVID19 adalah mengenai kebersihan dari kafe, luas ruangan, menu makanan yang tersedia, dan fasilitas yang tersedia [14]. Sedangkan yang diperhatikan pada aspek keperluan kegiatan yang menjadi alasan mengunjungi kafe selama pandemi COVID19 adalah karena faktor pekerjaan dan kejenuhan dari pengunjung.

Suasana yang ada di kafe juga menjadi salah satu alasan dalam memilih kafe yang akan dikunjungi, terutama suasana yang baru dirasakan oleh pengunjung, suasana yang dapat memberikan relaksasi terhadap pengunjungnya [15]. Temuan dari faktor yang telah dijelaskan di atas adalah semakin banyaknya aspek kegiatan yang diperhatikan dan kebutuhan ruang yang disediakan untuk pengunjung melakukan aktivitas mereka tersebut di dalam kafe dengan memperhatikan kenyamanan, keamanan, kebersihan, dan kesehatan, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung terhadap kafe tersebut. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Levi dan Weitz, yang menjelaskan bahwa pengunjung akan memprioritaskan kafe dengan suasana yang sesuai dengan keinginan mereka, dan hal ini akan mempengaruhi keinginan untuk membeli hingga datang kembali [16].

Tabel 10 Analisis korelasi multivariat respons pandemi terhadap kategori fisik dan kegiatan

		Perlindungan utama	Perlindungan pendukung	Suasana
Kategori Fisik	Kebersihan	0.198*	0.270**	0.238**
	Sirkulasi	-0.137	0.085	0.086
	Ruangan	0.188*	0.150	0.351***
	Kuliner	0.332***	0.072	0.159*
	Lokasi	0.053	0.105	0.132
	Fasilitas	0.188*	0.200*	-0.025
Kegiatan	Pekerjaan	0.207*	0.101	0.038
	Interaksi Sosial	0.110	0.022	0.067
	Mengerjakan Tugas	0.091	-0.031	0.134
	Relaksasi	-0.037	0.120	0.383***

Kesimpulan

Hasil analisis pada penelitian ini didapatkan bahwa kebutuhan ruang kelompok usia muda terhadap kafe selama pandemi Covid-19 dipengaruhi oleh kategori fisik dan kategori kegiatan. Aspek yang berpengaruh terhadap kategori fisik adalah aspek ruang dan aspek

yang berpengaruh terhadap kategori kegiatan merupakan aspek perilaku dan suasana.

Aspek ruang yang dipengaruhi oleh respons pandemi merupakan kebutuhan ruang yang terdiri dari keadaan fisik ruang, yang mana terdapat pertimbangan seperti luas ruangan, desain ruang dalam, dan adanya keberadaan ruang penunjang seperti musholla dan toilet. Aspek ruang yang dipertimbangkan selanjutnya adalah kebersihan, yaitu ruangan yang bersih, pelayanan yang bersih, dan keberadaan tempat sampah di kafe tersebut. Aspek ruang selanjutnya adalah fasilitas yang diberikan oleh kafe tersebut, yaitu tersedianya *wifi* dan stop kontak. Kebutuhan ruang selanjutnya yang mengarah ke aspek perilaku adalah kegiatan pengunjung selama di kafe.

Selain itu, suasana kafe juga mempengaruhi pilihan pengunjung agar mereka dapat merasakan relaksasi di dalam kafe. Hal ini juga menunjukkan bahwa kelompok usia muda memutuskan untuk bekerja dan melepas jenuh atau relaksasi menjadi pertimbangan utama dalam memilih mengunjungi kafe.

Daftar Pustaka

- [1] N. Farasa and H. E. Kusuma, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebetahan di Kafe: Perbedaan Preferensi Gender dan Motivasi," in *Prosiding Temu Ilmiah IPLBI 2015*, 2015, pp. 29–34.
- [2] A. Fauzi, N. Punia, and G. Kamajaya, "Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)," *J. Ilm. Sociol.*, vol. 1, no. 1, 2017.
- [3] R. A. Rachman and H. E. Kusuma, "Definisi Kebetahan dalam Ranah Arsitektur dan Lingkungan Perilaku," *Pros. Temu Ilm. IPLBI 2014*, no. 1, 2014.
- [4] Sopiha and Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi, 2008.
- [5] D. dk. Harianto, "Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, dan Atmosfer terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-vu Surabaya," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 1, no. 1, 2013.
- [6] Masrul and O. Karneli, "Pengaruh Store Atmosphere dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru)," *J. Online Mhs.*, vol. 4, no. 2, 2017.
- [7] J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publication, 2012.
- [8] L. Groat and D. Wang, *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc., 2002.
- [9] K. Ranjit, *Research Methodology*. London: Sage Publications, Inc., 2005.
- [10] J. W. Creswell, *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing mong Five Approaches*, vol. 2. 2008.
- [11] *Kepmen Kesehatan Republik Indonesia No. Hk. 01.07/Menkes/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi*. Indonesia: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2020.
- [12] *Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. Hk. 01.07/Menkes/382/2020 tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat dan Fasilitas Umum dalam Rangka Pencegahan dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)*. Indonesia, 2020.
- [13] G. Setiati, I. Santosa, and A. Syarief, "Gender dan Place Attachment pada Coffee Shop di Bandung," *J. Socioteknologi*, vol. 14, no. 3, pp. 298–310, 2015, doi: <https://dx.doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.8>.
- [14] E. W. B. H. Marpaung, "New Normal: Penuh Risiko, Tapi Harus Dilakukan," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, 2020.
- [15] S. P. Desai and V. Lele, "Correlating Internet, Social Networks and Workplace – a Case of Generation Z Students," *J. Commer. Manag. Thought*, vol. 8, no. 4, 2017, doi: 10.5958/0976-478x.2017.00050.7.
- [16] M. Levy and Weitz, *Retailing Management*. New York: McGraw Hill, 2007.