

Lampiran

Lampiran 1. 1 Layout Bangunan Kafe Konnichiwa Cabang Singa



Lampiran 1. 2 Layout Bangunan Kafe Konnichiwa Cabang BTP



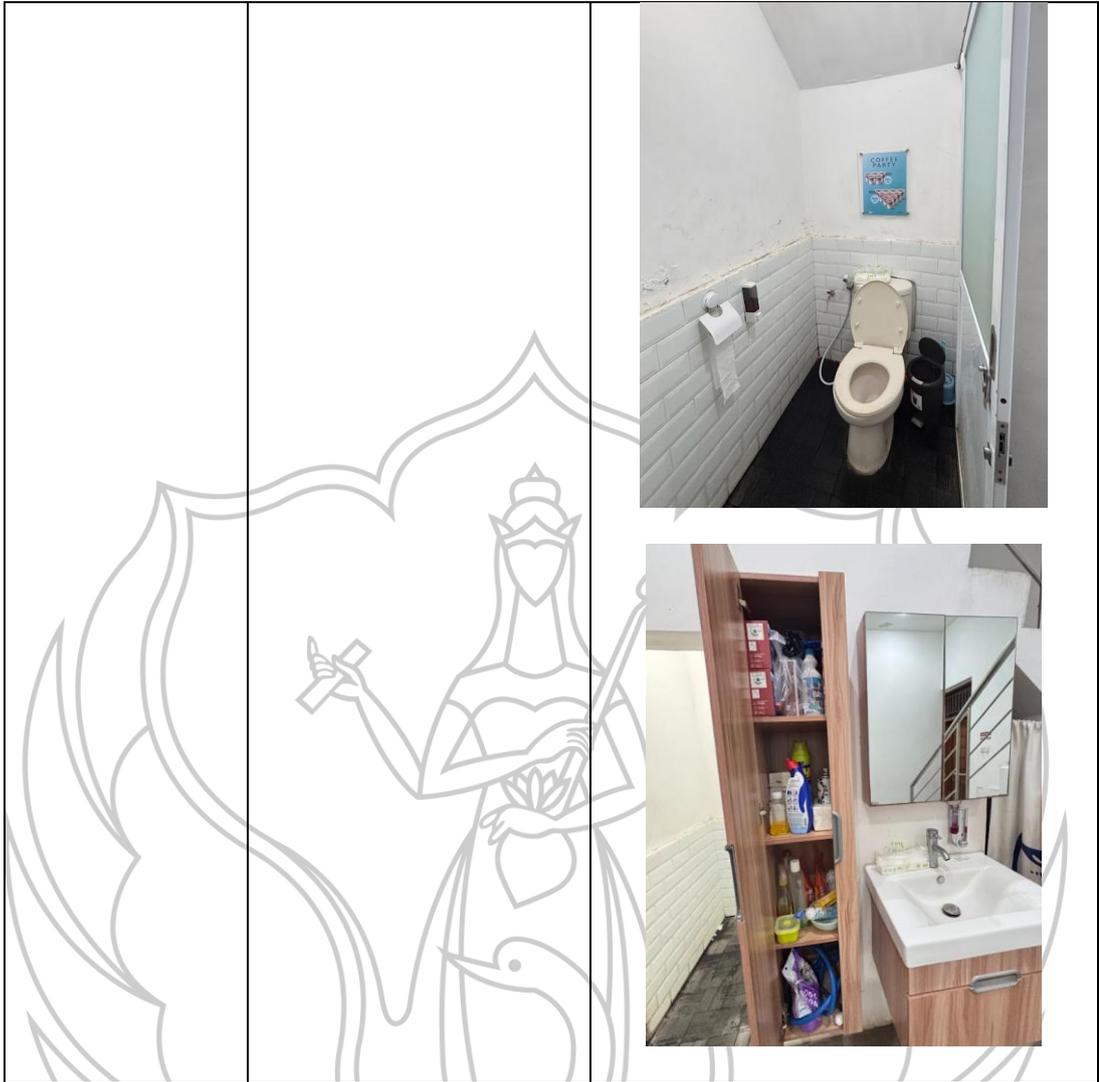
Lampiran 1. 3 Tabel Observasi Kafe Konnichiwa Cabang Singa

Konsep perancangan kafe	Penjelasan	
Mengenai Kafe	<ul style="list-style-type: none"> - Terletak dipinggir jalan raya, dekat dengan pusat kota - Luas area lebih kecil dibanding cabang BTP - Area indoor lebih luas di banding cabang BTP - Area outdoor terbagi dua (depan dan belakang) - Terdapat dua ciri khas utama yaitu area Semi <i>Privat</i> Tatami dan juga area duduk <i>leveling</i> 	
Penerapan Tema dan Tampilan	<ul style="list-style-type: none"> - Menerapkan tema interior Jepang Minimalis - Pemilihan Warna dengan palet dasar yang sama dengan cabang BTP yaitu : <i>Blue teal</i>, putih, coklat 	
Ruangan/Area	Penjelasan	Dokumentasi
Area Parkir	<ul style="list-style-type: none"> - Terlihat luas area yang terbatas, dan cukup sulit untuk parkir mobil 	

<p>Area Outdoor</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area outdoor memiliki dua fungsi sebagai tempat duduk (1 meja 2 kursi) dan juga area take away jika tidak ingin menunggu didalam - Terdapat area untuk menyimpan helm - Area outdoor belakang memiliki area yang lebih luas dengan 4 meja 11 kursi 	
<p>Area Barista (Pemesanan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat area booth barista yang berfungsi untuk memesan menu. 	 
<p>Area Tunggu (Take Away)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - memiliki tempat duduk untuk menunggu bagi yang memesan menu secara take away. Dekorasi 	

	<p>area tunggu yang menarik dengan ide menempatkan suasana baca pada area tunggu tersebut.</p>	
<p>Area Duduk Indoor Utama</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area duduk utama terbagi menjadi 3 meja dengan masing-masing 2 kursi, dan 1 meja Panjang dengan kapasitas 6 kursi 	 
<p>Area Duduk Indoor <i>Leveling</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area duduk ini memiliki bentuk yang unik dengan konsep leveling seperti tangga - Difungsikan untuk duduk dan juga berfoto konsumen 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki kapasitas 2 meja dan 4-6 orang ideal untuk duduk. - Sesekali digunakan untuk live music saat ada acara tertentu 	
<p>Area Duduk Semi Privat (Tatami atau Lesehan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area yang menjadi ikon keunikan utama pada kafe Konnichiwa cabang Singa. - Memiliki 1 meja standar dan ideal digunakan untuk 4 orang - Penggunaan area sebagai tempat lesehan - Penerapan tema yang Jepang dan tetap fungsional - Lebih cocok untuk konsumen yang ingin area yang semi privat dan nongkrong dengan jumlah orang yang tidak terlalu banyak 	
<p>Area Toilet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ruangan terlihat lebih bersih dan rapih dibandingkan cabang BTP - Bentuk ruangan juga didesain sesuai tema, dengan pemberian dekoratif batuan putih pada lantai, dll 	



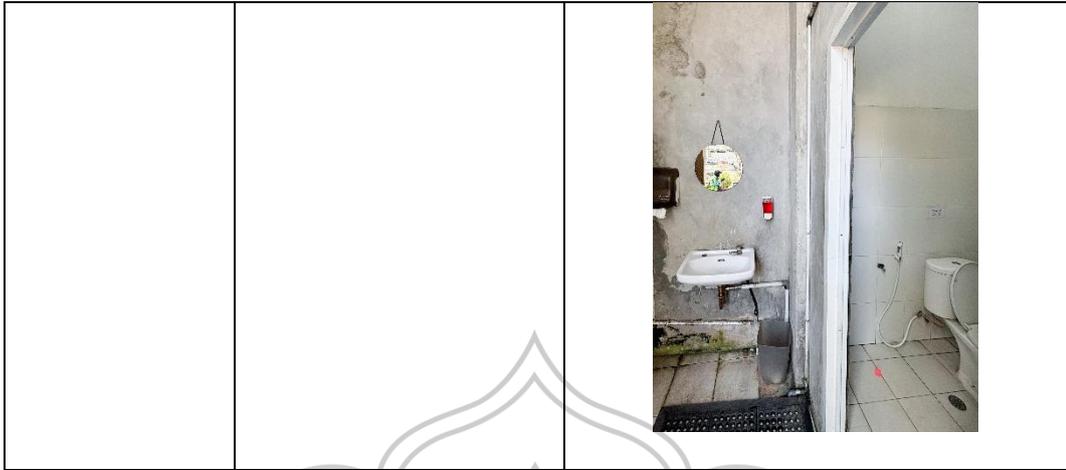
Lampiran 1. 4 Tabel Observasi Kafe Konnichiwa Cabang BTP

Konsep perancangan kafe	Penjelasan	
Mengenai Kafe	<ul style="list-style-type: none"> - Terletak dipinggir jalan raya. Cukup jauh dari pusat kota - Luas area secara umum cukup besar, parkir luas - Area indoor lebih kecil di banding cabang Singa - Area outdoor cukup luas, terdapat area tanpa atap dan dengan atap - Terdapat dua ciri khas utama yaitu taman khas Jepang 	
Penerapan Tema dan Tampilan	<ul style="list-style-type: none"> - Menerapkan tema interior Jepang Minimalis dengan tambahan aksesoris industrial - Pemilihan Warna dengan palet dasar yang sama dengan cabang Singa yaitu : <i>Blue teal</i>, putih, coklat 	
Ruangan/Area	Penjelasan	Dokumentasi
Area Parkir	<ul style="list-style-type: none"> - Area parkir dan area kafe indoor maupun outdoor cukup luas 	
Area Outdoor Tanpa Atap	<ul style="list-style-type: none"> - Area ini memiliki 10 meja utama dan kapasitas duduk ideal 36 orang - Dominasi material kayu dan rotan dan besi, mengkombinasikan tema Jepang dengan industrial 	

		
<p>Area Outdoor Dengan Atap</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area ini memiliki 5 meja dan kapasitas duduk ideal untuk 10 orang - Dominasi material kayu dan rotan dan besi, mengkombinasikan tema Jepang dengan industrial 	
<p>Area Tunggu (Take Away)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area tunggu difungsikan bagi konsumen yang ingin untuk memesan menu secara take away atau pesanan online - Area duduk tersedia untuk maksimal 2-3 orang 	

<p>Area Barista (Pemesanan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area barista berfungsi sebagai tempat untuk konsumen memesan secara dine in 	
<p>Area Taman</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area taman memiliki luas area yang cukup luas, dimana terdapat 1 pohon utama Ketapang kaca yang berada ditengah taman - Area ini juga menyatu dengan area duduk outdoor tanpa atap 	
<p>Area Indoor Utama</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki 3 meja utama dengan kapasitas ideal duduk di 10 orang 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Area cukup terbatas akan tetapi secara penataan cukup baik 	
<p>Area Duduk Lesehan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area lesehan pada cabang BTP ini memiliki 2 meja dan kapasitas duduk ideal di 4 orang permeja - Area lesehan berbeda dari cabang Singa karena di BTP secara perancangan terbuka langsung dengan area duduk utama di indoor 	
<p>Area Toilet</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Area toilet terlihat biasa saja tanpa desain yang khusus - Area toilet Singa dirasakan lebih bersih - Area toilet cukup luas di bandingkan cabang Singa 	



Lampiran 1. 5 Surat Ijin dan Lembar Ketersediaan

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI**
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA

Nomor : 796/IT4.4.1/PG/2024
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

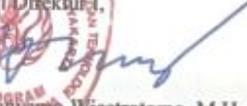
Yth.
Bpk. Andi Muhammad Risyad Abdi
Direktur Utama CV Kopi Konnichiwa Makassar
d.a Kafe Konnichiwa Cabang BTP
Komp BUMI TAMALANREA PERMAI, (BTP) RAYA blok No.24
Tamanrea, Tamalanrea, Makassar
Sulawesi Selatan 90222

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Asisten Direktur I Program Pascasarjana ISI Yogyakarta memohonkan izin mahasiswa sebagai berikut

Nama : Andi Muh Andriyan Gemala A.Y.
NIM : 2221467412
Prodi : Seni Program Magister
Minat Studi : Pengkajian Seni
Minat Utama : Desain Interior
Keperluan : Penelitian dalam rangka menyusun Tugas Akhir dengan Judul
"Penerapan Sensory Branding Dalam Desain Interior Kafe dan
Persepsi Konsumen Generasi Z"
Waktu Penelitian : Bulan Oktober sampai dengan bulan November 2024

Mohon kepada yang bersangkutan dapat diberi izin dan bantuan seperlunya guna tercapainya tujuan tersebut.
Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas segala perhatiannya diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 15 Oktober 2024

Wakil Direktur I,

Dr. Suwamo Wisetrotomo, M.Hum
NIP-19620429 198902 1001

Jalan Suryodiningratan 8 Yogyakarta Telp./Fax. (0274) 419791 email: pasca@isi.ac.id http://www.pasca.isi.ac.id



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA

Nomor : 796/IT4.4.1/PG/2024
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

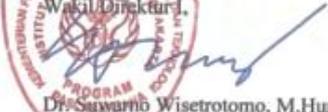
Yth.
Bpk. Andi Muhammad Risyad Abdi
Direktur Utama CV Kopi Konnichiwa Makassar
d.a Kafe Konnichiwa Cabang Singa
Jl. Singa No.34, Bonto Biraeng, Mamajang, Makassar
Sulawesi Selatan 90132

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Asisten Direktur I Program Pascasarjana ISI Yogyakarta memohonkan izin mahasiswa sebagai berikut

Nama : Andi Muh Andriyan Gemala A.Y.
NIM : 2221467412
Prodi : Seni Program Magister
Minat Studi : Pengkajian Seni
Minat Utama : Desain Interior
Keperluan : Penelitian dalam rangka menyusun Tugas Akhir dengan Judul
"Penerapan Sensory Branding Dalam Desain Interior Kafe dan
Persepsi Konsumen Generasi Z"
Waktu Penelitian : Bulan Oktober sampai dengan bulan November 2024

Mohon kepada yang bersangkutan dapat diberi izin dan bantuan seperlunya guna tercapainya tujuan tersebut.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan, atas segala perhatiannya diucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 15 Oktober 2024
Wakil Direktur I,

Dr. Suwanto Wisetrotomo, M.Hum
NIP 19620429 198902 1001

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan diminta pendapat perihal : **Pendapat Mengenai Branding dan Desain Interior Kafe Konnichiwa Makassar, sebagai Pihak Pemilik Kafe**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari 1 jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan diminta persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR RABU, 13 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : 

Nama : **ANDI MUH. RISTAD ADI**

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancarai mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pendapat Mengenai Ide dan Konsep Desain Interior Kafe Konnichiwa Makassar, sebagai Desainer Kafe Konnichiwa Cabang Singa**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari 1 jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

Makassar, 17 November 2024

Tanda tangan : _____

Nama

: A. Syadzwinia Shauqie Syahri

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

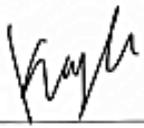
Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR, RABU, 6 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : 

Nama : KAYLA ANANDA CABUA

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR , SENIN 4 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : 

Nama : YESI FEBRYANTI

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

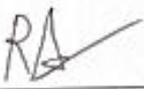
Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR, SELAMA 5 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : 

Nama : RESKY ANUGRAH DJAFAR

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR, MINGGU, 3 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : _____

Nama

: AYUNDA OKTA YUNISA ISMAIL

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan diminta pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan diminta persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

Makassar, 22 November 2024

Tanda tangan :



Nama :Muh. Dahza Ikhsan Zaiful

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

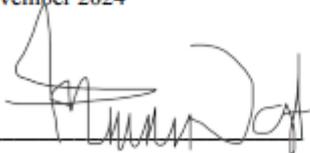
Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

Makassar, 20 November 2024

Tanda tangan :



Nama : Anjas Aditya Saputra

SURAT KESEDIAAN

Saya dengan bebas dan sukarela, tanpa kekerasan dan paksaan, bersedia diwawancara mengenai penelitian Tesis berjudul :

PENERAPAN SENSORY BRANDING DALAM DESAIN INTERIOR KAFE DAN PERSEPSI KONSUMEN GENERASI Z

Penelitian ini dilakukan oleh **Andi Muh Andriyan Gemala A Y**, mahasiswa **Desain Interior – Pascasarjana ISI Yogyakarta**. Saya mengerti bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk **Kebutuhan Pengambilan Data Penelitian Tesis**. Saya mengerti bahwa jika saya mengikuti penelitian ini, maka saya akan dimintai pendapat perihal : **Pengalaman & Persepsi sebagai Konsumen dalam Desain Interior pada 2 Cabang Kafe Konnichiwa di Kota Makassar**

Saya mengerti bahwa saya keseluruhan waktu yang diminta adalah tidak lebih dari dua jam. Saya mengerti bahwa keikutsertaan saya bersifat sepenuhnya sukarela dan saya bisa berhenti ikut serta kapan saja. Saya mengerti bahwa wawancara akan direkam. Rekaman suara ini hanya akan digunakan oleh peneliti untuk tujuan penelitian ini dan tidak akan disebarluaskan kepada siapa saja sejauh dibenarkan oleh hukum. Jika akan digunakan untuk kepentingan selain penelitian ini, saya akan dihubungi terlebih dahulu dan dimintai persetujuan. Saya mengerti bahwa jawaban saya bisa dikutip, tetapi nama saya tidak akan disebut dalam laporan akhir hasil penelitian.

Saya mengerti bahwa kesediaan saya bisa saya hentikan kapan saja tanpa prasangka atau hukuman apa pun. Saya telah diberi kesempatan untuk bertanya dan menjawab pertanyaan-pertanyaan menyangkut penelitian ini.

Saya telah membaca dan menyetujui surat kesediaan ini.

MAKASSAR, KAMIS 7 NOVEMBER 2024

Tanda tangan : 

Nama : QUEENA RANIA

Lampiran 1. 6 Data Narasumber

No	Nama	Umur	Pekerjaan	Tanggal Wawancara	Lokasi Wawancara	Tujuan Wawancara
1.	Andi Muh. Risyad Abdi	27 Tahun	Pemilik Cabang Kafe Konnichiwa Makassar	13 November 2024	Kafe Konnichiwa Makassar Cabang Singa	Mengetahui konsep dasar <i>branding</i> , desain awal, visi <i>brand</i> Kafe Konnichiwa Makassar
2.	A. Syadzwin a Shauwi Sayahrir	26 Tahun	Desainer Kafe Konnichiwa Cabang Makassar (Cabang Singa dan Outdoor area BTP)	17 November 2024	Kafe KOZI Mappanyukki Makassar	Mengetahui Ide, konsep, dan Tujuan perancangan Kafe Konnichiwa Makassar
3.	Kayla Ananda Cabua	21 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichiwa Makassar (2 Cabang)	6 November 2024	Kafe Konnichiwa Makassar Cabang BTP	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan <i>Sensonry branding</i> Kafe Konnichiwa Makassar
4.	Yesi Febryanti	23 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichiwa Makassar (2 Cabang)	4 November 2024	Kafe Konnichiwa Makassar Cabang Singa	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan <i>Sensonry branding</i> Kafe Konnichiwa Makassar

5.	Resky Anugrah Djafar	27 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichi wa Makassar (2 Cabang)	5 November 2024	Kafe Konnichi wa Makassar Cabang Singa	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan Sensorry branding Kafe Konnichiwa Makassar
6.	Ayunda Okta Yunnisa	26 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichi wa Makassar (2 Cabang)	3 November 2024	Kafe Konnichi wa Makassar Cabang BTP	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan Sensorry branding Kafe Konnichiwa Makassar
7.	Muh. Dahza Ikhsan Z	27 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichi wa Makassar (2 Cabang)	22 November 2024	Kafe Konnichi wa Makassar Cabang BTP	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan Sensorry branding Kafe Konnichiwa Makassar
8.	Anjas Aditya Saputra	23 Tahun	Konsumen Generasi Z Kafe Konnichi wa Makassar (2 Cabang)	20 November 2024	Kafe Konnichi wa Makassar Cabang Singa	Mengetahui Persepsi konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan Sensorry branding Kafe Konnichiwa Makassar
9.	Queena Rania	17 Tahun	Konsumen Generasi Z	7 November 2024	Kafe Konnichi	Mengetahui Persepsi

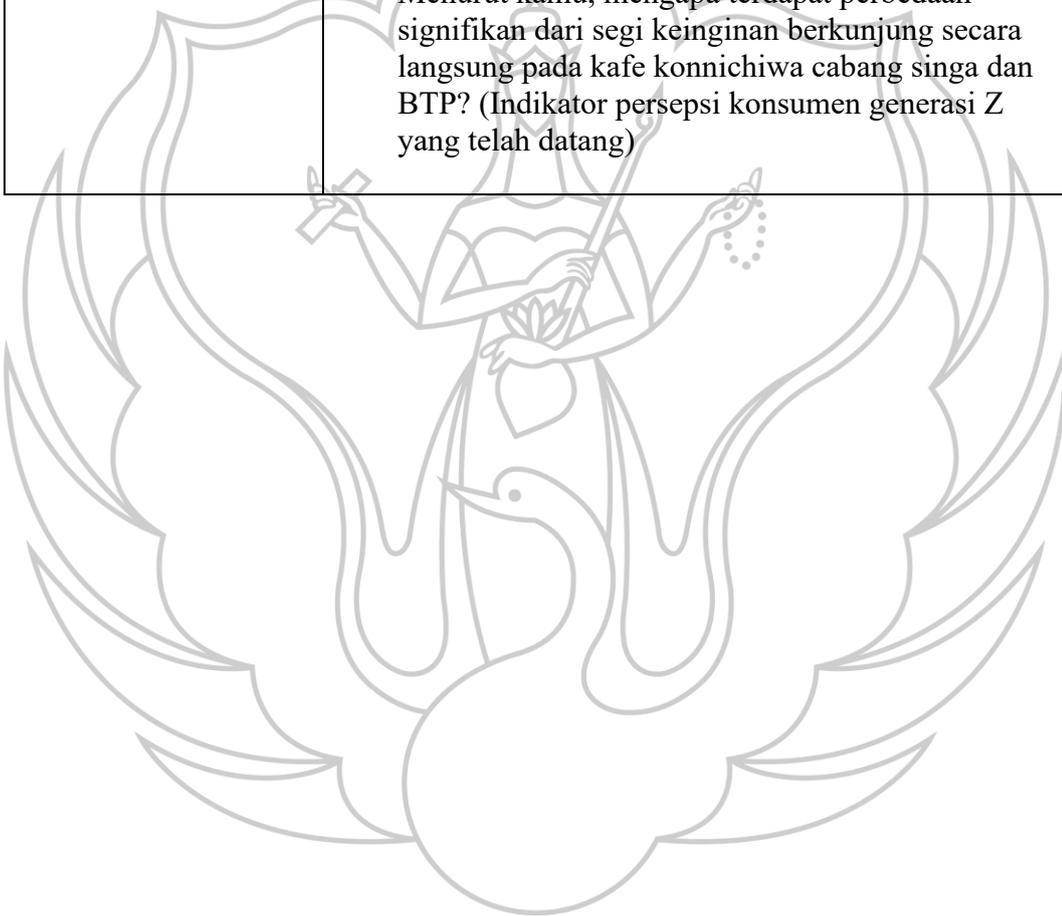
			Kafe Konnichi wa Makassar (2 Cabang)		wa Makassa r Cabang Singa	konsumen Generasi Z dari segi interior dan penerapan Sensorry branding Kafe Konnichiwa Makassar
--	--	--	-----------------------------------------------------	--	------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Lampiran 1. 7 Daftar Pertanyaan Narasumber Pemilik Kafe

<p>Pengalaman dalam usaha Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sudah berapa lama kamu berbisnis kafe? - Menurutmu apa faktor paling besar dalam menarik konsumen tersebut dalam bisnis kafe kamu? - Menurut anda seperti apa selera konsumen generasi z dalam memilih sebuah kafe? - Menurut anda apa tujuan atau visi kafe konnichiwa didirikan?
<p>Konsep Perancangan Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana ide awal dan konsep yang diterapkan pada interior kafe konnichiwa ini? (Konsep perancangan) - Apakah perancangan interior kafe ini langsung dari pusat atau ada kombinasi ide dari desainer kafe? (Konsep perancangan) - Apakah ada ide kamu yang diterapkan pada interior kafe konnichiwa ini? (Konsep perancangan) - Menurut anda, bagaimana perancangan konsep desain interior kafe konnichiwa cabang SINGA dan BTP? Adakah kendala atau <i>plus minus</i> nya dalam perancangan interior kafe kedua cabang tersebut? (Konsep perancangan) - Adakah alasan kenapa kafe konnichiwa menggunakan warna2 putih, abu, kayu, teal dalam brandingnya? (Indikator penerapan warna dan pengelihatatan) - Kalau dalam penerapan musik untuk suasana kafe ini, adakah alasan khusus kenapa memilih musik2 seperti ini dalam interiornya? (Indikator penerapan musik) - Kenapa memilih menu2 makanan dan minuman seperti ini yang dijual pada kafe konnichiwa ini? Adakah rencana menambah menu lain? (Indikator pemilihan menu) - Adakah alasan khusus menggunakan aroma ruangan pada kafe konnichiwa ini? Dan kenapa menggunakan aroma itu? (Indikator penerapan aroma ruangan) <p><i>*catatan : indikator lain tidak ditanyakan karena narasumber tidak bisa atau tidak memiliki kapasitas untuk menjawab</i></p>

<p>Persepsi Konsumen terhadap Kafe Konnichiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none">- Bagaimana yang kamu harapkan untuk kesan awal konsumen melihat konsep dan desain interior kafe konnichiwa ini? (Indikator tujuan persepsi konsumen generasi Z)- Menurut anda, apa perbedaan penerapan konsep desain interior kafe konnichiwa dengan kafe lain? (Indikator tujuan persepsi konsumen generasi Z)- Bagaimana pendapat konsumen Gen Z yang kamu tahu, mengenai pengalaman mereka dari segi interior kafe konnichiwa cabang SINGA & BTP adakah plus minusnya? (Indikator persepsi konsumen generasi Z yang telah datang)- Menurut kamu, mengapa terdapat perbedaan signifikan dari segi keinginan berkunjung secara langsung pada kafe konnichiwa cabang singa dan BTP? (Indikator persepsi konsumen generasi Z yang telah datang)
------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Lampiran 1. 8 Daftar Pertanyaan Narasumber Desainer Kafe

Pengalaman desain interior kafe	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana pengalaman Anda dalam dunia desain interior (secara umum)? - Berapa lama pengalaman Anda sudah bekerja untuk merancang interior “kafe”?
Konsep Perancangan Kafe Konnchiwa Makassar	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah ada keterlibatan dari owner/pihak konnichiwa dalam merancang interior kafe konnichiwa SINGA ini? (Konsep perancangan) - Apakah dalam merancang interior di kafe Konnichiwa SINGA ini, adakah target market tertentu yang difokuskan? (Konsep perancangan) - Kenapa anda merancang Area outdoor Kafe Konnchiwa cabang BTP seperti saat ini? (Konsep perancangan)
Mengenai Penerapan Konsep Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar	<ul style="list-style-type: none"> - Apa saja yang anda lakukan dalam merancang kafe ini, untuk memaksimalkan Tampilan kafe-nya kepada konsumen yang datang? Mungkin bisa dijelaskan dari segi tema yang digunakan, bentuk2 lain, atau ide awalnya (indikator bentuk dan pengalaman) - Bagaimana anda merancang dan menempatkan elemen dekorasi yang menarik untuk konsumen pada kafe ini? dan kenapa menerapkan barang2 itu? (indikator bentuk) - Kenapa anda merancang dan menata area2 di kafe ini seperti sekarang? Apakah ada alasan khusus seperti luas bangunan yang terbatas dan semacamnya? (indikator pengalaman) - Kenapa anda menerapkan warna-warna seperti, putih, abu, kayu, dan teal pada perancangan kafe konnichiwa ini? apa makna nya, dan kenapa tidak memilih warna2 lain? (indikator warna)
Mengenai Penerapan Konsep Psikologi Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang anda terapkan dalam perancangan desain kafe konnichiwa anda untuk memaksimalkan keamanan pengunjung, (indikator keamanan) - Apa yang anda terapkan dalam perancangan desain kafe konnichiwa anda untuk memaksimalkan kenyamanan pengunjung (indikator kenyamanan) - Apa yang anda terapkan dalam perancangan desain kafe konnichiwa anda untuk

	<p>memaksimalkan pengalaman unik/berbeda pengunjung dengan kafe lain (indikator pengalaman)</p>
<p>Mengenai Penerapan Konsep <i>Sensory branding</i> Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menurut anda <i>sensory branding</i> dalam konteks desain interior kafe? Adakah contoh <i>sensory branding</i> yang anda terapkan pada kafe ini? - Apa elemen <i>sensory branding</i> yang Anda anggap paling penting dalam desain interior kafe? (misalnya, pencahayaan, aroma, tekstur, warna, suara) - Bagaimana Anda melihat peran <i>sensory branding</i> dalam desain interior kafe di masa kini, terutama untuk customer generasi Z? - Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi saat menerapkan <i>sensory branding</i> dalam desain interior kafe konnichiwa? - Apa yang anda harapkan untuk kafe konnichiwa setelah menerapkan konsep interior dan <i>sensory branding</i> pada kafe ini? - Bagaimana anda merancang interior kafe untuk memaksimalkan pengalaman positif pengunjung generasi z dari segi tema/bentuk/warna dalam desain interior nya (indera pengelihatan) - Bagaimana anda merancang kafe ini dari segi pencahayaan yang anda terapkan? (indera pengelihatan) - Kenapa anda menata area dan ruangan di kafe ini seperti sekarang? Apakah ada alasan khusus seperti luas bangunan yang terbatas dan semacamnya? (indikator sentuhan) - Bagaimana anda merancang interior kafe untuk memaksimalkan pengalaman positif pengunjung generasi z dari segi furniture dalam interior kafe ini? (indera sentuhan) <p><i>*catatan : indikator lain tidak ditanyakan karena narasumber tidak bisa atau tidak memiliki kapasitas untuk menjawab</i></p>
<p>Persepsi yang ingin dicapai kepada konsumen generasi Z</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menurut anda, adakah peran <i>sensory branding</i> yang diterapkan pada interior ada pengaruh terhadap persepsi dan keinginan datang kembali pengunjung (generasi z) pada kafe yang anda rancang?

	<p>- Apa sebenarnya tujuan dan harapan setelah merancang dan menerapkan <i>sensory branding</i> pada kafe Konnichiwa ini? Bagaimana persepsi konsumen yang anda ingin capai? Terutama pada konsumen generasi Z</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Lampiran 1. 9 Daftar Pertanyaan Narasumber Konsumen Generasi Z

<p>Pengalaman dan preferensi dalam memilih kafe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seberapa sering anda datang untuk mengunjungi kafe ini? - Apa alasan utama Anda memilih datang ke kafe ini?
<p>Persepsi terhadap Penerapan Konsep Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menurut Anda desain interior yang ada pada kafe ini? (indikator bentuk interior) - Bagaimana menurut anda pemilihan warna pada desain interior yang ada pada kafe ini (indikator warna) - Bagaimana menurut anda mengenai pencahayaan yang diterapkan pada interior kafe ini? (indikator pencahayaan) - Bagaimana menurut anda ruangan-ruangan yang ada pada kafe ini? Adakah ruangan yang anda rasa kurang baik pada saat anda beraktifitas di kafe ini? (indikator pengalaman ruang)
<p>Persepsi Penerapan Konsep Psikologi Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menurut anda mengenai keamanan anda saat berada atau beraktifitas pada kafe ini? Seperti meninggalkan barang saat ke toilet, privasi saat anda bekerja atau berinteraksi, dsb (indikator keamanan) - Bagaimana menurut anda mengenai kenyamanan anda saat berada atau beraktifitas pada kafe ini? Seperti nyamankah saat mengunjungi dalam waktu lama, bentuk kursi yang digunakan, dll(indikator kenyamanan) - Bagaimana menurut anda pengalaman anda beraktifitas pada interior kafe ini seperti hal-hal unik atau fasilitas yang berbeda dari kafe kebanyakan yang lain (indikator pengalaman)
<p>Persepsi Penerapan Konsep <i>Sensory branding</i> Desain Interior Kafe Konnchiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menurut anda kesan pertama saat melihat suasana kafe ini (Indikator Pengelihatan) - Bagaimana menurutmu mengenai pencahayaan yang diterapkan pada kafe ini? (Indikator Pengelihatan) - Bagaimana menurutmu suasana interior dan dekorasi yang ada pada kafe ini? (Indikator Pengelihatan) - Bagaiman menurut kamu mengenai penggunaan pengharum ruangan pada kafe ini? Apa yang kamu rasakan? (Indikator Penciuman)

	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana menurut kamu mengenai aroma lain diluar aroma ruangan, seperti bau toilet, aroma makanan dan minuman pengunjung lain, adakah yang mengganggu saat di kafe ini? (Indikator Penciuman) - Bagaimana menurutmu mengenai music yang diputar untuk suasana pada kafe ini? Apa yang kamu rasakan? (Indikator Pendengaran) - Bagaimana menurut kamu mengenai aktifitas saat berada di kafe, apakah volume musik yang di putar mengganggu proses mendengarkan obrolan saat berinteraksi dengan orang lain apakah masih cukup nyaman kedengaran obrolannya? (Indikator Pendengaran) - Bagaimana menurut kamu mengenai aktifitas saat berada di kafe, apakah volume musik yang di putar mengganggu proses mendengarkan panggilan barista saat menu sudah jadi? (Indikator Pendengaran) - Bagaimana menurutmu mengenai rasa makanan pada saat kamu menikmati di kafe ini? (Indikator Perasa) - Bagaimana menurutmu mengenai rasa minuman pada saat kamu menikmati di kafe ini? (Indikator Perasa) - Bagaimana menurutmu mengenai pengalaman kamu saat menggunakan furniture dan material yang ada pada kafe ini? (Indikator Sentuhan atau Pengalaman) - Bagaimana menurutmu mengenai penataan ruangan ruangan yang ada pada kafe ini? Apakah sudah nyaman atau dirasa sempit dan semacamnya? (Indikator Sentuhan atau Pengalaman)
<p>Persepsi secara menyeluruh terhadap Desain Interior Kafe Konnichiwa Makassar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menurut kamu, dari segi interior, apakah kamu masih ingin mengunjungi kafe konnichiwa cabang BTP dan Singa ini? (Indikator Persepsi dengan Preferensi) - Menurut kamu, dari segi interior, apa nilai plus dan minusnya dari kafe konnichiwa cabang BTP ini? (Indikator Persepsi) - Menurut kamu, dari segi interior mana yang lebih kamu suka secara pengalaman beraktifitas atau mengunjungi kafe konnichiwa antara cabang BTP

	dan singa? Dan jelaskan apa alasannya? (Indikator Persepsi dengan preferensi)
--	-------------------------------------------------------------------------------



Lampiran 1. 10 Transkrip Hasil Wawancara

TRANSKRIP RISYAD ABDI

AF : ANDI FAYED (PENANYA)

AS : RISYAD ABDI (OWNER CAFE)

INDIKATOR KODE

1. Indikator - Pengalaman Usaha Kafe
2. Indikator Ide dan Konsep Kafe Konnichiwa
3. Indikator Persepsi Konsumen Kafe Konnichiwa

RISYAD ABDI – INDIKATOR PENGALAMAN USAHA CAFÉ DAN INTRO BRAND KONNICHIWA

AF : saya akan mulai untuk mewawancarai pemilik atau owner Cafe Konnichiwa yang pertama itu mengenai pengalaman usaha cafenya yang pertanyaan pertama yaitu Sudah berapa lama kamu berbisnis kafe So?

AS : Key,...jadi untuk kafe itu kita mulai dari pertengahan eh awal tahun 2021 sampai sekarang artinya kurang lebih sudah jalan sekitar 3,5 tahun

AF : eee terus selanjutnya Menurutmu apa Faktor yang paling besar dalam menarik konsumen genZ tersebut dalam bisnis cafe konnichiwa ini ?

AS: kalau saya yang pertama pasti masalah desain desainnya itu baik dari segi desain cup-nya kemudian kita mencoba bawa ke deliver interior masalah brandingnya dan yang paling utama sih Balik lagi ya apapun apapun itu kalau F&D pasti balik lagi ke masalah rasa ya itu rasa itu hal yang tidak bisa kita tolerir harus diterima sama semua orang tapi eee dari rasa yang enak kan banyak tuh cafe dengan rasa enak tapi Ee tidak semua bisa well deliver Nah makanya kita mencoba bangun konsep sesuatu yang menarik na dalam hal ini kita coba bangun eee dari ketertarikan saya sih melihat orang Indonesia tuh banyak tertarik dengan budaya Jepang ya makanya eee dengan branding konnichiwa ini kita ambil tema Jepang yaitu Lumayan bisa menarik orang untuk datanglah seperti itu sih

AF :Oke untuk lanjut pertanyaan selanjutnya yaitu eee menurutmu genZ sekarang ini pickynya seperti apa itu memilih-milih kafenya itu seperti apa kalau dari interior yang kamu tahu

AS: nah saya kan dicafe kita kan di Makassar kita ngomong masalah Makassar ya kalau saya lebih memperhatikan untuk genZ eee dia memilih Cafe itu yang pertama dia harus tempatnya nyaman untuk eee dia tinggal lama mungkin eee dia sambil kerja tugas atau dia sambil bekerja pekerjaan kantornya mungkin atau dan lain sebagainya yang pertama sih itu kemudian yang kedua tempat itu estetik estetik dalam hal ini eee kalau kita foto atau apa namanya eee kita ya ambil Gambarlah eh tempat itu oke nah itu kalau saya sih dua faktor itu yang paling utama barulah

kemudian turun nanti ke masalah rasa itu sih kalau saya dua faktor itu memang yang paling mendominasi lah

AF :eee selanjutnya kalau untuk konnichiwa itu sendiri *brand* konnichiwa Cafe itu sendiri apa sebenarnya tujuannya atau visinya itu

AS: Oke untuk kita ya di konnichiwa Makassar ya Iya jadi visi-nya itu memang kita menginginkan eee customer itu dapat experience enak jadi kita sebenarnya itu kita menjual rasanya kita ya Ee Rasanya oke tapi dengan Ee branding yang bagus pula jadi kita visinya itu kita ingin Ya semua orang Makassar bisa merasakan kopi Konnichiwa merasakan rasanya kita punya dengan eee dapat branding yang keren nah itu kata-kata keren kata kunci keren di sini ini yang menjadi Eee dasar atau benchmark juga ya eee keren keren packaging-nya keren brandingnya Jadi kita maunya sih ini konnichiwa eee jadi besar Ya maksudnya menjadi *brand* besar yang kayak seakan-akan ketika kita minum konnichiwa itu suatu hal yang luar biasa itu sih eee harapannya ya untuk visinya konnichiwa Makassar

RISYAD ABDI – INDIKATOR IDE DAN KONSEP KAFE KONNICHIWA

AF : Oke untuk indikator kedua itu ide dan konsep desain interior cafe Konnichiwa pertanyaan pertama yaitu Bagaimana sebenarnya ide awal dan konsep yang diterapkan pada interior konnichiwa ini karena saya lihat kan ini ada kayak simple minimalis tapi kuat banget untuk tema tema jejejangnya itu kenapa seperti itu

AS : oke, kenapa seperti itu ya...itu sebenarnya preference pribadi sih awalnya ya kayak kita owner itu memang lumayan tertarik dengan budaya Jepang jadi karena kita tertarik dengan budaya Jepang memang kita awalnya ketika kita bangun ini itu kita pengin apa ya istilahnya mendeliver apa yang kita suka eee Gimana caranya supaya orang juga bisa terima dan suka Nah di luar dari itu ternyata eee Ini ini disclaimer ya se se eee penglihatan saya orang-orang Indonesia itu pada umumnya itu dengan budaya Jepang itu sangat tertarik bahkan ee bisa dibilang salah satu destinasi favorit orang itu untuk ke jepang ee untuk ee berliburan atau berwisata Nah makanya kita mencoba bahwa eee desain Jepang itu di kopi konichiwa ini karena memang atas dasar ketertarikan tersebut nah kemudian dengan sentuhan minimalis ee Kenapa dengan sentuhan minimalis sentuhan minimalis itu yang eee Make Things school jadi lebih kayak keren aja gitu kita bisa duduk nongkrong lama nyaman keren tapi dengan eee dasar budaya Jepang itu di sini ininya dasar pemikiran idenya

AF :jadi Selanjutnya itu Nah ini kan ada perancangan interior kafanya ada temanya gitu-gitu nah ini temanya itu dirancang langsung dari pusat atau eee collab sama desainermu atau memang pure dari desainermu?

AS : Oke jadi untuk kita konnichiwa kita kan franchise ya jadi pusat itu awalnya hanya memberikan desain pakem untuk boot nah boot itu seluruh Indonesia itu sama jadi se Indonesia seluruh indonesia konnichiwa itu cuman punya tiga model boot dan salah satunya ini Nah dari dasar boot tersebut kemudian kita menghire atau membayar eee arsitek lokal untuk membangun eee kafanya jadi atas dasar tersebut mulai dari tone warnanya modelnya nah dari situ baru kita buat desain

cafenya dari arsitek arsitek kelar buat desain Cafe ee kemudian hasil desainnya itu kita kembalikan ke pusat untuk approval apakah masih sesuai atau sejalan dengan branding-annya kita na ketika sudah oke ya sejalan na barulah kita barulah kita mulai pembangunannya seperti itu sih

AF : Nah untuk selanjutnya itu ada ndak idemu pribadi yang diterapkan di sini dan apa misalnya kalau ada tuh yang mana

AS : Kalau untuk ide pribadi yang ada di sini yang paling yang paling saya rasa itu Ini tatami, yang tatami itu kita ruang tengah yang lesehan Kemudian untuk bagian outdoor. Jadi untuk konnichiwa itu sebenarnya ee bisa dibidang awalnya memang dia cuman kopi to go dia tidak ada tempat nongkrongnya tidak ada tempat duduknya hanya butuh take away tapi kita menyesuaikan dengan pasar Makassar Nah dengan pasar Makassar yang EE orangnya sering ngumpul nongkrong Nah makanya kita buat satu ada space yang bisa rame-rame itu namanya daerah tatami , bagian tatami itu orang lesehan di situ dan Kita menyediakan outdoor untuk eee smoking karena ya balik lagi Eee market-nya Cafe itu ya walaupun Memang sekarang sih kafe bahkan orang non smoking pun sudah ngafe ya ngopi ya dulu kan identik kafe itu kopi itu dengan orang ngerokok ya kita tetap menyediakan fasilitas itulah gitu sih

AF : ee ini tadi namanya anu ya tatami ya ?

AS : tatami itu yang di belakang sink

AF : oh...kalau ini itu apa ini nah ini itu untuk yang bagian apa sih kita bisa dibidang apa ya eee tangga bertingkat ini sih lebih ke idenya Apa?

AS : itu untuk sebagai sesuatu Spot untuk foto jadi ini menjadi apa eee di seluruh konnichiwa ada, ini tuh apa namanya sudah jadi inilah trademark-nya setiap konnichiwa pasti punya ini tempat nunggunya itu seperti ini bertingkat nah salah satunya memang tujuannya untuk eee memamerkan branding-annya kita ya

AF : Jadi untuk di BTP ada kayak gini juga

AS : nah tapi pas di BTP itu sudah tidak ada lagi karena di BTP itu yang pertama memang masalah Space, space-nya enggak ada Terus yang kedua itu eee apa ya kita mendeliver sesuatu yang berbeda nah ini ada pas ketika kita pas kita di BTP itu ada sedikit peralihan sebenarnya eee ketika Makassar eee konnichiwa buka konnichiwa itu kan eee apa itu jejepangan dan logonya kan kucing-kucing ya dan identik dengan perempuan Maksudnya ya agak-agak perempuan perempuan rata rata emang pun customer kita pun rata rata perempuan nah ketika kita buka BTP Kenapa di minimalis kan tempat hal begitunya warna warna pallet birunya pun kita nggak terlalu banyak karena Kita pengen mendeliver bahwa cafe ini tuh apa namanya bisa untuk seluruh kalangan lah tidak melihat gender gitu sih untuk BTP

AF : kalo area ini ada namanya ndak?apa? *menunjuk area tempat duduk bertingkat

AS : ada saya lupa namanya apa ya. Ada ada ada...aduh Saya betul betul ya saya betul betul lupa tapi ini ada namanya. Jadi kayak dia tuh kayak tempat duduk bertingkat, tempat duduk tingkat bersusun ya ini aduh saya lupa, saya betul betul lupa tapi ada ada ini ada Namanya

AF : jadi ini memang bisa difungsikan untuk customer untuk duduk juga ya?

AS : iya betul

AF : dan itu mejanya? *menunjuk meja yang terdapat pada area tempat duduk bertingkat

AS : ya itu mejanya. Jadi apa apa ini sebenarnya, ini tuh karena ini balik lagi ke konsep awal konnichiwa adalah kopi to go kita sediakan tempat duduk yang aesthetic kemudian yang nyaman dan apa tidak tidak ribet lah, kan kalo kita lebar seperti ini kan orang langsung duduk aja. Duduk tunggu minuman, minuman kelar langsung chao, langsung pergi selesai udah, makanya kita buat yang ee simpel tapi tetap aesthetic kalo orang mau update

AF : eee selanjutnya itu ...nah di kafe konnichiwa ini kan saya lihat dari 2 cabang ada BTP ada singa juga warna warnanya tuh mirip-mirip ada putih ada hijau kebiru biruan ini ada warna warna semen sama warna kayu, eee apakah seperti itu memang brandingnya, dan kenapa ?

AS : oke nah kalo untuk apakah memang seperti brandingnya betul, memang kita brandingnya itu kita baselinenya warnawarna tersebut memang brandingnya konnichiwa, seperti warna hijau biru ini ini sih midnight blue ya namanya ya midnight blue toska kemudian palet kayu kemudian semen semen dan warna putih ya? Na kenapa seperti itu yang pertama apa ya kita target market itu memang cewek dan warna ini lebih cenderung ke cewek untuk warna hijau biru toska ini midnight na kemudian paletnya yang coklat itu kenapa coklat karena kita kan branding dengan jepang ya , na jepang itu identik dengan kayu kayu dan cokelat, identik dengan bangku bangku kayu seperti itu apa plat plat kayu makanya kita masukkan unsur warna coklat untuk supaya jepangnya dapat semena pun semen itu lebih ke mengikuti trend yang industrial, jadi industrial eee apa industrial dan hampir bisa dibilang apa ya aesthetic lah ya rata rata kafe sekarang kan pada semen semen kampro kampro begitu kan na itu supaya lebih kesannya lebih keren dan tetap mengikuti kekinian na makanya brand semua branding tersebut dan jadilah Konnichiwa ini

AF : Oke kalau selanjutnya itu ee Ini kan ada pemutaran musik juga ya kayak bisa untuk suasana kafanya Nah itu bagaimana konsepnya, dan kenapa pakai musik-musik umum kayak gini bukan kayak musik Jepang

AS : Nah kenapa tidak musik Jepang balik lagi kita itu mencoba mendeliver tempatnya yang jepang , tapi kenapa tidak musik jepang ? karena musik jepang itu segmented, tidak semua orang bisa merasakan atau tidak semua orang menikmati lah Nah kita mencoba untuk memutar musik yang umum kenapa karena kita mencoba mendeliver tempat ini itu nyaman, tempat ini itu enak untuk duduk lama dan akhirnya sampai endingnya orang nyaman dan stay dan bakal kembali lagi ke sini karena memang hal hal seperti itu tuh kira harus tuh lebih mendengar dan lebih mengikuti keinginan customer itu seperti apa

AF : nah selanjutnya untuk menu-menu makanan sama minumannya itu eee kenapa yang dijual menu-menu ringan saja kenapa ndak ada rencana apa mau menjual yang makanan berat juga dan ada ndak kira-kira menu baru nanti

AS : ya Jadi untuk makanan berat sorry untuk snack Kenapa kita makannya cuma snack aja jadi diawal itu memang ini ini sih terkait aturan franchise ya di awal itu franchise awalnya betul-betul sama sekali tidak memperbolehkan menjual hal lain selain minuman ee kemudian akhirnya kita mencoba untuk menyajikan data keinginan customernya Seperti apa dan lain sebagainya akhirnya kita diizinkan untuk menjual makanan dan minuman selama hal tersebut tidak timpang dengan branding yang kita bangun yaitu kopi jepang makanya pun kita jual-jual makanan dan minuman itu tidak jauh-jauh dari karage kemudian kita jualnya eh macam siomay eee terus kita jualnya eh apa yang cuman puff puff-pastri yang istilahnya lebih apa ya lebih ini lebih ringan-ringan aja Nah karena memang Ya diawalnya memang kita enggak boleh Ah tapi sedangkan di BTP, BTP itu ada makanan berat tapi dia lebih ke tetap balik lagi kita jualnya chicken teriyaki kita jualnya pokoknya tidak boleh ee Miss atau jauh dari branding itu sih karena disini juga orang-orang durasinya lebih lamaan

AF : Nah di sini juga kan saya lihat ada anunya ya kayak pengharum ruangnya Sama dilesehan juga kan Nah itu ee aroma apa yang dipakai

AS : sebenarnya kita itu untuk aroma kadang sering berganti-gantian tapi kita itu cenderung pakainya cuman dua sebenarnya kita lebih sering ke kopi dan bunga sakura Ya karena ya balik lagi kopi ya kita memang kita ee apa Cafe ya warung kopi coffee shop Dan kalau sakura itu lebih ke supaya baunya soft, soft aja sih saja supaya lebih ya ...betul sesuai tema sebenarnya nuansa dan tema betul dan ya untuk pemilihan pengharum ruangan pun tema tidak jauh dari kita kopi

AF: kalau untuk BTP itu ada pengharum ruangnya juga ndak ?

AS : BTP ada, ada pengharum ruangnya ada

AF : untuk aromanya sama juga ?

AS : betul sama, tapi BTP pengharum ruangnya ada cuman untuk indoor, outdoornya tetap tidak bisa kita kasih pengharum ruangan

RISYAD ABDI – INDIKATOR PERSEPSI KONSUMEN KAFE KONNICHWA

AF : Oke pertanyaan selanjutnya tuh mengenai indikator ketiga yaitu persepsi terhadap interior cafe Konnichiwa yang pertama itu Bagaimana menurutmu tentang Plus minusnya dari perancangan interior cafe di cabang singa dan cabang BTP

AS : nah oke, kalo kita bicara masalah interior Singa dan BTP kita ngomong masalah Singa dulu ya, Singka kurangnya masalah interiornya itu lebih ke kurang space jadi kita tidak terlalu luas eee dibandingkan dengan BTP ya, sebenarnya sih kita kalau waktu itu kita dapat tempat yang lebih luas kita pasti memilih untuk bakal bangun lebih luas itu yang pertama yang kedua karena ee kita di awal itu betul-betul mengikuti pakem dari pusat dengan palet-palet biru warna biru hijau apa midnight toska ini itu jadinya market yang terbentuk di kita itu hampir bisa dibilang 80

sampai 90% itu cewek nah sedangkan di BTP kita mengurangi itu untuk apa supaya kita melihat apa kita betul betul membuat gimana membangun kafe Konnichiwa ini itu betul-betul untuk semua kalangan lah ee atau tanpa memperhatikan gender kemudian eee tapi lebihnya di sini apa lebihnya disini (Singa) tuh indoornya lebih banyak lebih luas jadi orang, orang yang tidak merokok itu lebih senang untuk bekerja tugas di sini bahkan faktanya pun di Singa itu orang kerja itu lebih banyak karena memang lebih nyaman kemudian ee luas juga lebih oke lah dibanding terbalik dengan di BTP, di BTP itu rata-rata orang nongkrong jadi orang nongkrong orang banyak yang ngobrol karena banyak juga lebih banyak outdoornya pun yang di dalam ada sih yang kerja tapi ee secara persentase di BTP itu lebih banyak orang nongkrong dan ngobrol lha dibandingkan singa yang orang lebih suasananya lebih tenang dan banyak orang kerja ee mungkin tapi kalau dari desain secara overall Saya pribadi ya saya tuh lebih suka singa Kenapa karena Memang Singa ini lebih lebih autentik jepangnya lebih lebih sampai ada apa tatamnya untuk ciri khas. kita punya rak duduk bersusun eee apa secara boothnya pun juga ee masih jepangan ee apa hal-hal eedekorasi match match nya ini masih Jepang banget sedangkan kalau BTP itu memang eee kita orientasinya waktu itu kita mencoba untuk gaet market yang lebih luas. BTP itu juga tempatnya luas jadi orang mau ke sana kapanpun pasti selalu ada tempat itu itu satu hal yang pasti eee get market yang jadi kita lebih menyesuaikan dengan apa yang diinginkan sama marketnya jadilah BTP yang dalam tadi kutip ramah untuk orang yang suka nongkrong

AF : nah eee selama ini ada ndak eh konsumen GenZ yang pernah cerita ke kau tentang eee pengalamannya dia di interior mungkin dari segi negatifnya tapi itu belum sempat diperbaiki ?

AS : ya kalo untuk complain ya rata rata sih memang kita generatonya masing-masing ya BTP dan singa berbeda ya Singa ee rata-rata complain itu memang apa lebih kekurangannya tempat duduk gitu itu dari awal pun kita itu dari singa itu sering kekurangan tempat duduk akhirnya awal-awal tuh enggak Kita ramai karena waktu itu sering ramai akhirnya orang berrmind set di sini itu agak kurang space nah itu singa kemudian ditambah dengan eee kita masih ngomong masalah interior ya masalah overall lah Singa itu Parkirannya agak susah jadi kita space parkirnya itu kurang Nah itu juga buat yang kenapa jadinya singa enggak terlalu bagus gitu ya kita paling banyak complain disitu apalagi mobil kemudian untuk BTP BTP itu apa kalian bisa tidak bisa deliver yang benar-benar kita tidak bisa deliver sampe sekarang di BTP adalah indornya indoornya itu betul-betul sangat terbatas dan bisa dibilang eee praktis cuman ada berapa sih paling mungkin sekitar setengah sampai dengan $\frac{3}{4}$ kapasitas iya ee kapasitasnya dari singa sebenarnya sih kita sudah mau awalnya itu kita sudah sempat mau merealisasikan untuk indoor BTP lantai 2 eh tapi karena ada satu dan lain hal akhirnya eee kita memutuskan untuk tidak melanjutkan eee tersebut dan kita lebih fokuskan Ya Sudahlah kita fokuskan di outdoornya aja itu sih

AF : eee selanjutnya itu kenapa bisa menurutmu ada perbedaan signifikan dari keinginan berkunjung secara langsung konsumen genZ itu lebih banyak di cabang BTP dibanding cabang Singa

AS : ya betul itu betul betul faktanya seperti itu ya balik lagi kenapa karena memang Singa itu eh sorry BTP itu tempatnya luas jadi orang dalam "mau ke sana kapanpun pasti selalu ada tempat" itu itu satu hal yang pasti. Kemudian yang ke2, saya sih melihat karena di sini (cabang singa) konsepnya dalam apa ya agak-agak sedikit girly Jadi mungkin untuk yang cowok-cowok itu tidak terlalu ke sini ya mungkin girlynnya itu lebih kayak warna birunya kemudian eee Apa simbol kucing-kucingnya Nah itu itu agak lebih cewek sih sedangkan Di BTP itu kan kita mengurangi itu kita lebih ke lebih ke Japanese industrial bahkan 50 60 70% itu lebih industrial banget kalau BTP Nah makanya mungkin dari gen Z pun secara general overall itu dia lebih pilih untuk datang ke BTP sih gitu sih kalau saya

AF : katanya di sini pernah ada kucingnya bedeng?

AS : wah itu sedih sekali sih jadi betul jadi kita tuh ada kucing dan dia baru eee meninggal bulan Pekan lalu betul kucing itu itu di Singa ya Ini kita ngomong singa ya Kucing itu salah satu eee apa ya favoritnya customer juga nah itu sebenarnya sih tidak bukan secara sengaja bahwa kucing itu ada ya Ee jadi kebetulan kucing itu memang waktu itu sering ke sini akhirnya anak-anak sering kasih makan beri makan akhirnya dia malah masuk dan tinggal dan ternyata itu dia tinggal di sini dan eh customernya kita tuh terima bahkan ya jadi sahabat customer lah sampai dengan kemarin pekan lalu dia meninggal ya banyak yang sedih juga sih tapi ya itu sebenarnya lebih ke salah satu yang buat ini mungkin ya karena tadi balik lagi rata-rata yang memang di sini perempuan lebih comfy lah maksudnya Pengalaman unik yang lain (cabang singa) dengan adanya kucing orang kerja kemudian dia stress realease jadi seperti itu sih saya pun merasa kadang saya datang ke sini dan eee berinteraksi dengan kucing itu jadinya lebih tenang memang lebih enak ya walaupun eee sekarang jadinya tidak ada ya tapi ya mudah-mudahan adalah tetap ini sih tetap tetap mau datang dia ke sini sih nanti kita inilah tapi enggak bisa digantinya ya Mas Memang kucingnya berbeda dari kucing kucing yang lain

AF : dulu kayaknya ada sampai kandang-kandanganya di taruh sini ya

AS : ya betul bukan kandang sih lebih tepatnya Ada bed-nya ya Ada Bed sama ada tempat makan dan minumnya kita taruh di depan sana karena memang pekan lalu

AF : baru ?

AS : baru pekan lalu ya baru betul baru pekan lalu iye baru betul baru pekan lalu dan itu betul-betul banyak sekali yang sedih sih iye termasuk kita kita owner terus anak-anak eee barista bahkan customer pun sampai betul-betul sedih karena memang dekat dekat dengan kita ya mungkin itu ada faktor juga ya Ee faktor kedekatan emosional mungkin ya walaupun kita konsep sekarang bukan Cafe kucing tapi Iya tapi memang ya Konnichiwa memang kucing tapi ya itu mungkin orang jadi nyaman nyaman aja sih mungkin ya walaupun nyaman tapi tanpa merasa risih dan terganggu Nah karena memang kucingnya cuma satu bukan Cafe kucing yang banyak kucingnya karena kenapa saya bilang kucing ini spesial karena betul-betul kucing ini tuh tidak berbau bahkan buang kek sorry buang buang air begitu tidak pernah dalam sini dia pasti di luar itu dia betul betul ke sini tuh dia datang makan istirahat bercengkrama dengan barista dengan orang-orang customer

makanya ya betul betul memang kita kehilangan itu bony.

AF : boni namanya ?

AS : boni Namanya

AF : oh oke cukup,terima kasih



TRANSKRIP WINA (DESAINER KAFE)

AF : ANDI FAYED (PENANYA)

WN : Wina (DESAINER KAFE)

INDIKATOR KODE

1. Indikator Pengalaman Desain Interior
2. Indikator Ide dan Konsep Perancangan Kafe Konnichiwa
3. Indikator Psikologi Desain Interior
4. Indikator Penerapan *Sensory branding*
5. Indikator Persepsi Konsumen Generasi Z

INDIKATOR – PENGALAMAN DESAIN INTERIOR

AF : eh Kali ini saya atas nama Andi akan wawancarai desainer Cafe Konnichiwa cabang Singa mungkin bisa perkenalkan diri dulu kak

WN : Halo perkenalkan nama saya Andi...Syahrir Saya biasanya dipanggil Wina saya adalah desainer kopi konichiwa di cabang Singa

AF : nah bagaimana pengalaman ta' dalam dunia desain interior secara umum

WN : Jadi sebenarnya saya dari 2019 sudah berkecimpung di dunia interior memang awal mulanya saya kerja cafe kebetulan kopi konichiwa itu Project pertama saya

AF : Nah selanjutnya itu sudah berapa lama pengalaman Anda merancang Cafe dan ada ndak contoh contoh kafe yang kamu rancang kak?

WN : Saya sudah kerja merancang interior cafe itu dari 2019 jadi Sudah sekitar 5 tahun ee sampai saat ini saya sudah terlibat di 4 cafe atau coffee shop di Makassar

INDIKATOR – IDE DAN KONSEP PERANCANGAN KAFE KONNICHIIWA

AF : Pertanyaan kedua itu mengenai ide dan konsep perancangan yang pertama itu ada ndak keterlibatan owner atau pusat dari pihak konichiwa untuk merancang interior cafe atau pure dari ideta untuk merancang kafe Konnichiwa singa ini

WN: Oke karena kopi konichiwa ini merupakan franchise dari Jakarta maka tentunya ada request khusus dari franchise agar menyesuaikan dengan tema kopi konichiwa itu sendiri juga tentunya kita sebagai arsitek setiap sebelum memulai mendesain pasti akan bertanya kepada owner atau pemilik bangunan kira-kira ruangan-ruangan apa saja yang dibutuhkan di dalam bangunan tersebut jadi jawabannya Iya owner atau pihak konichiwa itu ada keterlibatan dalam mendesain interior cafe Konnichiwa

AF : Oke jadi Pertanyaan selanjutnya itu eee pada saat kita merancang Cafe Konnichiwa singa ini ada ndak target market tertentu yang difokuskan kalau ada ee target market seperti apa ?

WN : tentunya kan karena kopi konichiwa ini sangat cute sekali temanya jadi target market utamanya itu anak-anak muda khususnya yang memang senang kerja di cafe atau wfc

INDIKATOR – DESAIN INTERIOR

AF : Pertanyaan indikator ketiga itu mengenai teori interior yang pertama bagaimana kita memaksimalkan tampilan look atau tampilan kafe kepada konsumen yang datang mungkin bisa dijelaskan dari segi tema atau bentuk-bentuk lain atau bagaimana ide awalnya

WN : tentunya ide awalnya itu diambil dari eee ..mmm..tema kopi konichiwa atau franchise-nya yang mengutamakan tema jepjepangan dan minimalis jadi memang saat awal mendesain kita berangkat dari situ dari Jepang dan minimalis tema minimalis

AF : Nah itu kan tadi dari segi bentuknya Nah untuk dekorasinya juga ini kenapa bisa kita menerapkan dekorasi seperti itu dan ada alasan-alasannya

WN : Oke jadi tentunya untuk dapat mencapai tema jepjepangan dan minimalis itu saya menggunakan aksen-aksen kayu untuk menciptakan kesan yang hangat warm dan Japanese Kemudian pada saat mendesain awal mendesain itu saya memang sudah menentukan spot-spot foto yang menarik seperti rak buku di depan bar eee juga rak di area tatami yang berisi pernak-pernik jepjepangan

AF : oke Pertanyaan selanjutnya itu tentang perancangan dan penataan area-area di cafe kenapa seperti sekarang ini ada ndak alasan khusus seperti terbatasnya luas bangunan atau alasan-alasan lain

WN : Iya betul karena adanya luasan ee bangunannya terbatas luasannya terbatas eee jadi makanya eh ruangan-ruangannya di Tata sedemikian rupa juga karena adanya request ruangan dari owner makanya di tata sedemikian rupa

AF : ee selanjutnya yaitu tentang penerapan warna seperti yang saya lihat kan ada seperti warna-warna putih abu-abu semen-semen gitu kayak warna kayu dan warna til pada perancangan kafe Konnichiwa Singa ini ee Kenapa memilih warna-warna seperti itu apakah emang itu permintaan dari pusat atau dari kitanya pada saat merancang

WN : Oke jadi untuk warna till dan kayu itu kan memang aturan dari pusat dari kopi Konnichiwaya sendiri sesuai temanya sedangkan kalau untuk warna putih dan abu-abu karena luasannya terbatas maka saya memilih warna-warna Netral agar ruangannya tidak ee terkesan sempit dan kecil makanya saya pilih warna-warna yang netral

INDIKATOR – PSIKOLOGI DESAIN INTERIOR

AF : eee untuk pertanyaan indikator keempat yaitu teori psikologi interior dari indikator keamanan yang pertama itu bagaimana kita' menerapkan perancangan desain kafe Konnichiwa cabang singa ini untuk memaksimalkan keamanan pengunjung keamanan itu Contohnya seperti kayak meninggalkan barang misalnya datang sendiri terus dia mau tinggalkan barang mau ke toilet atau pesan menu di barista sisi-sisi keamanan seperti itu atau misalnya dia kerja eee privasinya dia pada saat kerja atau semacamnya ada ndak untuk memaksimalkan poin itu

WN : mmm iya ada untuk keamanan yang dipikirkan itu contohnya seperti meja-meja kursi-kursi yang saya Letakkan semua dekat dengan Bar jadi masih dalam pengawasan para barista juga di dekat apa di bagian area depan saya sediakan tempat untuk menyimpan helm dan lain-lain agar lebih aman

AF : pertanyaan kedua itu mengenai indikator kenyamanan eee apa yang Anda terapkan apa yang kita' terapkan dalam perancangan desain kafe konnichiwa cabang singa ini untuk memaksimalkan kenyamanan pengunjung Café

WN : jadi kalau dilihat dari penataan ruangnya itu di bagian belakang ada ruang tatami yang dsediakan memang yang saya sediakan memang ee dia semi private supaya lebih nyaman saat rapat kecil-kecilan atau memang eee sedang nongkrong rame sama teman-teman eee terus juga mungkin dari pemilihan furniture yang kursinya ada bantalan supaya lebih nyaman saat WFC

AF : eee pertanyaan yang terakhir itu mmm apa yang kita' terapkan dalam perancangan kafe konnichiwa cabang singa ini untuk memaksimalkan pengalaman unik atau hal-hal unik atau berbeda pengunjung yang datang ke kafe itu atau dibandingkan dengan Cafe lain

WN : tentunya eee saya buat saya estetik mungkin dengan tema jepangannya yang pada saat pembangunan di 2019-2020 itu tema yang seperti itu masih jarang di Makassar yaitu merupakan poin eh utama dari cafe kopi konichiwa

INDIKATOR – PENERAPAN *SENSORY BRANDING* PADA DESAIN INTERIOR

AF : Oke yang selanjutnya itu pertanyaan mengenai indikator penerapan sensori branding dalam interior yang pertama eee Bagaimana menurut ta' tentang *sensory branding* yang kita terapkan pada interior cafe Konnichiwa cabang singa ini dan Apa contohnya

WN : contohnya seperti sensori pada pencahayaan pada tekstur pada warna yang mungkin seperti itu

AF : Nah untuk contoh-contoh yang sudah disebutkan tadi eee Bagaimana penjelasan detailnya misalnya ke'pencahayaannya itu kenapa seperti itu teksturnya seperti itu kenapa seperti itu atau lainnya

WN : Oke jadi tentunya pencahayaan kan mmm saya pakai dua jenis yang full white sama yang warm white yang full white itu agar mudah apa yang dapat

menunjang aktivitas orang-orang di dalam ruangan tersebut seperti bekerja barista juga dapat bekerja dengan baik pengunjung juga dapat nyaman saat WFC terus warm white itu lebih ke aksen-aksen dinding biar terkesan lebih warm terus saya juga bermain di texture ada kayu ada semen ada kain Agar memberi kesan yang tidak monoton dan membosankan Terus mungkin yang terakhir yang saya bisa jelaskan itu sensory warna dimana saya cara memilih warna-warna yang terang dan warm eee agar sesuai dengan tema dan tentunya kembali lagi tidak memberi eee kesan sempit dalam ruangan

AF : nah Pertanyaan selanjutnya yaitu mengenai eee peran *sensory branding* kita' terapkan pada Cafe dan eee ada ndak yang difokuskan terhadap penerapan kafanya? Sebutkan apa itu?

WN : mmm menurut pengamatan saya sih memang eee genZ kan itu lebih picky dalam pemilihan tempat jadi fokus saya itu penerapan SB pada bagian tampilan atau pengelihatan sama bagian furniturnya di kafe. Jadi kalau tampilan itu, seperti penerapan tema jepang-jepang yang kuat, simpel tapi tetap asik, jadi orang orang yang datang itu memang tertarik untuk suasana dan foto-foto didalamnya. Terus pencahayaannya juga yang hangat sebagai suasana dan elemen yang mendukung tema jepang. Kalau dari segi sentuhan itu perancangan furnitur yang nda monoton untuk daya tarik tanpa melupakan sisi ergonomis untuk kenyamanan

AF : Pertanyaan ke indikator keenam yaitu mengenai ide perancangan dan penerapan *sensory branding* pada Cafe Konnichiwa yang pertama itu Seberapa penting sebenarnya itu penerapan sensori branding dalam interior cafe konnichiwa yang kita rancang

WN : mmm tentunya menurut saya sangat penting ya sensori branding ini karena *sensory branding* itu erat ikatannya dengan kenyamanan para pengunjung kalau misalnya ada salah satu yang tidak sesuai tentunya pasti memberi kesan tidak nyaman kepada para pengunjung

AF : pertanyaan kedua itu tentang eee apa sebenarnya tentang terbesar pada saat mendesain interior cafe konnichiwa cabang singa

WN : tentunya luasan yang sangat terbatas karena bangunannya adalah ruko sehingga saya tidak bisa banyak menerapkan aksen aksen ee jejepangan yang estetik yang bisa menambah nilai tambah eee interior kopi konnichiwa

AF : ee pertanyaan ketiga itu apa sebenarnya anda harapkan ee untuk kafe konnichiwa cabang singa ini setelah menarakan eee konsep interior yang seperti ini dan eee menerapkan *sensory branding* juga pada Cafe ini apa sebenarnya harapannya

WN : tentunya harapan utamanya kan eee biar kopi konnichiwa selalu rame emmm selalu dapat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung untuk dapat beraktivitas berinteraksi dan selalu memilih kopi konnichiwa sebagai eee tempatnya untuk WFC dan lain-lain

AF : eee pertanyaan terakhir dari indikator ke-6 yaitu ee bagaimana kita' merancang interior cafe untuk memaksimalkan pengalaman positif pengunjung GenZ dari segi ee pemilihan furniture Kenapa kita' menerapkan furniture furniture seperti itu dan model seperti itu pada kafe yang kita rancang

WN : tentunya yang paling utama dalam mendesain ruang dalam itu adalah furniture furnitur yang ergonomis agar mmm saat dipakai oleh para pengunjung itu nyaman eee kemudian saya juga main di eee jenis-jenis kursi yang berbeda ee kemudian bentuk-bentuk meja yang berbeda eee biar tidak memberi kesan yang monoton dan tetap nyaman untuk para pengunjung

INDIKATOR – PERSEPSI KONSUMEN GEN Z

AF : Oke pertanyaan terakhir itu indikator ketujuh mengenai persepsi pengunjung yang pertama itu dari yang sudah kita' rancang dan kita terapkan dari segi interior dan juga sensori branding pada Cafe Konnichiwa itu sepengetahuan ta'itu ada ndak pengaruhnya terhadap persepsi konsumen atau Keinginan mereka untuk datang lagi ke cafe tersebut yang anda rancang

WN : Oke seperti yang saya bilang tadi *sensory branding* itu sangat berpengaruh dengan kenyamanan pengunjung di mana Jika ada salah satu yang tidak sesuai mmm dengan para pengunjung tentunya akan membuat mereka tidak nyaman dan tidak ingin datang kembali makanya penting agar berbagai jenis *sensory branding* ini sesuai dengan kemauan pengunjung

AF : eee pertanyaan terakhir itu tentang kan kita' mengatakan kalau kita desainer Cafe konnichiwa cabang singa tapi kita juga ada merancang bagian taman di konnichiwa cabang BTP Nah kenapa kita merancang desain taman di BTP ini itu seperti itu apa alasannya ?

WN : tentunya kembali ke tema awalnya kopi konnichiwa yaitu jejepangan eee terus Kemudian yang kedua karena outdoor itu rawan ramai makanya saya desain sedemikian rupa ee biar sirkulasinya bagus seperti kayak saya Letakkan pohon jejepangan di tengah kemudian saya beri saya beri aksan-aksan kayu biar tetap sesuai dengan tema jepang industrial terus saya membedakan ada yang bagian yang terbuka terus ada bagian yang ada kanopinya itu tetap ee biar tidak terkesan monoton nah terus kalau di perhatikan secara detail di area kanopi itu di bagian talang air itu saya beri rantai mmm dan bukan pipa karena mengikuti seperti di Jepang di mana Kalau kayak Talang airnya itu pakai rantai terus saya saya match match nya juga saya pakai absen kayu ada juga bambu di bagian Meja Panjang biar tetap terasa Jepangnya walaupun ini lokasinya di BTP terus eee saya kasih juga pot-pot bunga biar situasinya bagus ada sedikit area pemisah antara meja yang untuk banyak orang sama meja yang untuk berdua berdua terus yang terakhir saya kasih partisi antara tempat duduk pengunjung sama bagian tunggu ojol itu biar para pengunjung tidak terganggu dan ojol bisa fokus dan dekat dengan area bar

CABANG SINGA

AF : ANDI FAYED (PENANYA)

KA : KAYLA ANANDA (CUSTOMER GEN Z)

INDIKATOR KODE

1. Indikator Interior
2. Indikator Psikologi Interior
3. Indikator *Sensory branding*
4. Indikator Persepsi dan Preferensi Konsumen

KAYLA SINGA – INDIKATOR PENGALAMAN

AF: perkenalan me ko

KA: Perkenalkan nama saya Kayla umur 21 tahun saya pelanggan Setia konnichiwa Makassar

AF: kali ini saya akan mewawancarai customer atas nama Kayla dari pertanyaan pertama yaitu pengalaman mengunjungi cafe yang pertama adalah seberapa sering kamu mengunjungi Cafe Konnichiwa cabang singa

KA: cukup sering sih saya ke Konnichiwa mungkin lebih dari 10 kali

AF: apa pertanyaan yang kedua itu Apa alasan utamamu datang mengunjungi cabang singa ini apakah untuk nongkrong bersama teman,me time, nongkrong sendiri atau meeting sama rekan kerja atau apa

KA: saya kalau ke Konnichiwa sih lebih seringnya ke lebih seringnya nongkrong sih bareng temen terus kadang juga nugas ke sana gitu

KAYLA SINGA – INDIKATOR INTERIOR

AF : Pertanyaan yang ke 2 itu,mengenai teori interior Yang pertama Bagaimana menurutmu tentang desain interior yang diterapkan pada Cafe konichiwa cabang singa

KA: ee menurut saya sih interiornya Biasa aja sih sebenarnya Ada beberapa faktor yang mungkin bisa ditambahkan sih untuk penunjang ee interiornya, mungkin dari segi kursinya kali ya , kalo kursinya sih aku lihat kek kurang nyaman sih sebenarnya, tapi cukup oke buat nongkrong, tapi kalau misalnya nugas juga paling cocoknya sih yang di bagian yang duduk itu bukan di bagian yang lesehan itu bukan di bagian yang kursi gitu. Jadi mungkin beberapa faktor bisa ditingkatin lagi gitu kalau secara interior dan mungkin fasilitasnya ya kalau di Konnichiwa tuh masih belum belum belum belum apa ya belum memadai gitu, selain sudah ada toilet terus sudah ada kursi juga meja gitu tapi mungkin colokannya juga belum belum banyak ya kalau yang di Singa Terus musolahnya juga masih kurang sih kalau di sana gitu Jadi kalau overall sih oke-oke aja sih sebenarnya tapi bukan yang interiornya tuh yang wow banget gitu loh jadi itu sih menurut aku

AF : Pertanyaan selanjutnya itu Bagaimana menurutmu tentang pemilihan warna yang diterapkan pada desa in interior kafe Konnichiwa cabang singa

KA: kalau dari warna sih sesuai konsep ya kan dari Konnichiwa kan ngangkat konsep jepang-jepangan gitu kan jadi kalau misalnya konsep sih warnanya sih udah cukup sesuai ya sudah cukup minimalis cukup clean juga terkesan luas karena banyak warna putihnya, plus warna birunya itu jadi aksen berbeda dibanding warna-warna lainnya terus tetap masuk tema sih jadi fine fine aja sih kalau secara warna

AF :Pertanyaan selanjutnya tuh Menurut kamu bagaimana dengan ruangan-ruangan dan penataan area yang ada pada Cafe ini saat kamu beraktifitas Adakah yang kurang baik kamu rasakan Atau kamu lihat

KA: ee menurut saya sih dari segi layout masih perlu diperbaiki sih karena ini kan spacenya sempit ya terus ada panggung-panggung juga gitu yang dekat-dekat tulisan arigato Kalau enggak salah itu tuh benar-benar mepet sama meja yang bulat di depannya gitu jadi secara sirkulasi kurang nyaman sih Dan kalau misalnya rame ini tuh kurang-nyaman sih untuk bergerak karena sempit tapi Tata letaknya kurang baik gitu mungkin panggung-panggung ini tuh kayak apa ya kurang kurang nyaman juga sih kalau misalnya nongkrong di situ jadi lebih baik di meja gitu dengan kursi dibandingkan di panggung tersebut gitu terus di bagian belakang kan ada lesehan gitu kan Nah itu tuh enggak bisa gabung sama orang juga jadi cukup apa ya kurang sih kalo misalnya mau tambahin space itu gitu. Itu sih menurut aku

KAYLA SINGA – INDIKATOR PSIKOLOGI INTERIOR

AF : Pertanyaan ketiga itu mengenai teori psikologi interior yang pertama itu dari indikator keamanan bagi Bagaimana menurutmu mengenai Keamanan saat berada dan beraktifitas pada Cafe Konnichiwa cabang Singa ini, seperti meninggalkan barang saat ke toilet misalnya lagi pergi sendiri itu aman ndak menurutmu tentang barang-barang Yang Kau Tinggal itu apakah memungkinkan dijaga sama pegawainya lagi kerja juga ko rasa aman ndak atau kayak kerjaan-kerjaan yang kamu kerja di laptop itu gampang enggak kayak dilihatin sama orang gitu jadi pertanyaannya Bagaimana menurutmu tentang keamanan dengan hal-hal seperti itu gitu

KA: kalo dari segi keamanan sih masih kurang sih karena tidak tahu ya kalau Makassar itu kayak Kalau keamanan juga masih kurang masih Bahaya kalau misalnya ninggalin laptop gitu di meja terus apalagi kalau misalnya posisi kafanya rame kan pada padat kayaknya aku kurang safety sih kalau misalnya nyimpen barang gitu Terus eh kan ini posisi baristanya tempat buat kopinya tertutup juga kan jadi agak kurang percaya sih kalau misalnya nitip barang mungkin ngirim barang gitu Kalau misalnya mau ke toilet

AF : Bagaimana menurutmu mengenai eee kenyamanan saat berada dan beraktifitas pada Cafe ini adakah eh hal-hal yang menurutmu bikin kurang nyaman saat beraktifitas di cafe ini atau nyaman enggak menurutmu kalau mau mengunjungi kafe ini dalam waktu yang lama Bagaimana menurutmu

KA: menurut aku sih kalau misalnya eh lama-lama di dalam Tuh kurang nyaman sih karena dari segi fasilitasnya juga masih sangat terus support untuk duduknya juga masih kurang nyaman kalau masih lama gitu kalau duduknya lama gitu Terus kalau mungkin kegiatannya sebentar masih cukup Oke sih kalau di Konnichiwa gitu.

AF : Selanjutnya itu mengenai Bagaimana menurutmu tentang hal-hal unik dan fasilitas atau fasilitas berbeda yang ada di interior cafe Konnichiwa cabang singa ini ada ndak. satu dua tiga

KA kalau segi unik sih ada sih kalau unik mah karena dari namanya juga sih udah unik Jepang-jepangan gitu terus di dalamnya juga ada aksen aksen jepangnyakan ada kucing gambar kucingnya ini yang lucu banget terus ada pajangan-panjangan juga sih di dalam, itu aja sih kalau misalnya dari segi keunikan ada kafe-kafe Jepang jepangan gitu.

KAYLA SINGA – INDIKATOR *SENSORY BRANDING*

AF : Pertanyaan yang keempat itu mengenai persepsi terhadap sensori branding dari indikator penglihatan yang pertama itu Bagaimana menurutmu kesan pertama saat melihat suasana kafe ini

KA: kalau dari kesan pertama sih ekspektasi aku tuh tempatnya gede sih tapi ternyata cukup sempit gitu akses didalamnya juga kalau misalnya rame agak sesak gitu Tapi secara konsep Konnichiwa ini cukup menarik karena baru juga kan di Makassar kopi-kopi Jepang gitu mengangkat tema-tema Jepang , itu aja sih kalo kesan pertama

AF : pertanyaannya selanjutnya yaitu Bagaimana menurutmu tentang penerapan pencahayaan yang digunakan pada interior cafe konnichiwa pada cabang singa ini

KA: kalau dari sisi cahaya sih terang-terang aja sih cocok untuk foto-foto juga sama untuk aktifitas di area utama juga enak karena pas pencahayaannya jadi Oke sih kalau dari segi cahaya

AF :selanjutnya itu mengenai Bagaimana menurutmu tentang elemen dekorasi yang diterapkan pada Cafe ini

KA: dari segi dekorasi cukup menarik sih masih tetap simpel minimalis tapi tetap ada aksen Jepangnya jadi masih sesuai tema sih cukup Oke sih kalau dekorasi

AF : Pertanyaan kelima yaitu persepsi terhadap sensori branding dari dilihat dari indikator penciuman atau aroma pertanyaan pertamanya yaitu Bagaimana pendapat dan perasaanmu mengenai penggunaan pengharum ruangan yang ada di cafe Konnichiwa cabang Singa

KA: cukup harum sih tidak mengganggu dan sesuai dengan tema jepang-jepangan gitu jadi kayak sesuai dengan tema dan harum gitu, aromanya juga kan enak ya seperti bunga2 sakura jadi cocok lah

AF : Pertanyaan selanjutnya itu mengenai pengalaman dengan aroma lain ya di luar pengharum ruangan jadi aroma-aroma tertentu seperti bau toiletnya Bagaimana atau aroma makanan atau minuman pengunjung lain itu apakah mengganggu atau menurutmu ee ndak ada masalah dengan itu

KA: Kalo dari bau toilet sih masih aman-aman aja ya soalnya kan posisi toilet di belakang terus ada sekat juga kan Ya kalau misalnya duduk di lesehan masih fine-fine aja sih jadi enggak terlalu mengganggu gitu kalau dari bau toiletnya

AF : Pertanyaan ke-6 yaitu persepsi terhadap sensori branding dilihat dari indikator pendengaran pertanyaan pertamanya yaitu Bagaimana menurutmu pendapat dan perasaan mengenai playlist musik yang diputar di cafe itu

KA: enak-enak sih lagunya terus update juga musik yang life. Kalau dari segi musik sih playlistnya di sana enak-enak terus update juga musik yang lagi trend itu apa gitu Jadi kalau dari segi musik sih oke-oke aja sih dan cukup nyaman gitu Kalau nongkrong di sana

AF : selanjutnya mengenai suasana ketika ngobrol dengan teman saat berada di cafe Apakah terdengar jelas ndak suara-suara kalian ketika ngobrol atau berinteraksi Apa terganggu dengan suara suara musik yang ada di cafe itu

KA: kalau dari di situ sih Emang sih playlistnya enak gede gitu suaranya Jadi kalau misalnya ngobrol itu kadang enggak kedengaran Jadi kurang nyaman sih kalau ngobrol karena suara musiknya tuh terlalu gede gitu

AF : Pertanyaan selanjutnya itu bagaimana menurutmu pendapat tentang ee kemudahan mendengarkan panggilan barista saat menu sudah jadi Apakah terdengar jelas atau ada area area tertentu yang dirasa kurang jelas ketika mendengar panggilan dari barista untuk mengambil makanan

KA: kalau duduknya di daerah dekat bar buat kopinya sih terdengar Ya baristanya manggil gitu Kalau udah duduk di lesehan dibelakang kurang terdengar sih kalau baristanya manggil

AF : Pertanyaan selanjutnya itu mengenai persepsi terhadap sensori branding dilihat dari indikator perasa atau pengecap yang pertama itu menurutmu bagaimana rasa makanan yang disajikan saat memesan di cafe Konnichiwa cabang singa itu

KA: kalo dari segi rasa makanan sih enak-enak aja ya sesuai harga sih

AF : bagaimana menurutmu tentang rasa minuman yang disajikan saat berada di cafe Konnichiwa cabang singa ini

KA: kalau dari rasa minuman sih enak-enak enak-enak sih minumannya terus banyak pilihan rasa juga

AF : Pertanyaan selanjutnya itu mengenai persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator indra sentuhan yang pertama itu bagaimana pengalamanmu saat menggunakan furniture dan perabot juga materialnya yang ada di dalam Cafe Konnichiwa cabang singa

KA: kalo dari segi furniturnya sih masih kurang oke Ya kurang nyaman gitu karena kursinya juga masih kurang cocok untuk berlama-lama gitu nongkrong di dalam terus ada beberapa kursi juga yang enggak ada senderannya kan Jadi kurang nyaman sih kalau furniture di dalamnya dan beberapa finishing di mejanya sih juga terkelupas gitu. Terutama area leveling itu agak kurang nyaman selain berdempetan dengan yang didepan posisi duduk juga kurang enak, mungkin lebih cocok untuk area foto saja. Kalau untuk material sendiri itu yang saya rasakan pada cabang singa beberapa mejanya itu finishing nya mengelupas, dan beberapa meja nya cukup kecil sih untuk digunakan

KAYLA SINGA – INDIKATOR PERSEPSI DAN PREFERENSI

AF : Pertanyaan selanjutnya itu Mengenai pengaruh terhadap persepsi preferensi customer yang pertama itu apakah konsep perancangan interior pada Cafe Konnichiwa cabang singa ini membuat Anda ingin datang lagi datang lagi gitu

KA kalau alasan kembali lagi dari sisi interiornya sih mmm masih belum ya tapi kalau dari sisi makanannya dan minumannya sih oke banget jadi pengen ke sana lagi gitu dan dari sisi interiornya sih masih perlu ditingkatkan lagi ya Sesuai yang tadi aku bilang gitu

AF : selanjutnya itu mengenai eee Apa perbedaan menurutmu mengenai desain interior pada kafe konnichiwa cabang Singa dengan cabang BTP Bagaimana komentarmu dari segi perbedaan kedua rancangan Cafe tersebut yaitu Apa perbedaan dan bagaimana komentarmu mengenai eee rancangan interior cafe cabang singa dengan membandingkan rancangan interior cafe Konnichiwa cabang BTP Bagaimana pandanganmu

KA: kalau pandangan aku sih dari segi fasilitas lebih oke yang di BTP ya karena kursinya lebih proper terus Parkirannya juga lebih luas terus sirkulasi kalau rame juga lebih Oke dibandingkan dengan Singa dan terus kalau di BTP lebih enak nongkrong di sana karena areanya luas kan terus banyak pilihan mau duduk di mana gitu ada yang di bagian yang ada kenopinya terus atau di bagian yang di depan aja gitu atau di dalam kita atau mau lesehan jadi banyak pilihan gitu kalau nongkrong rame-rame jadi lebih nyaman di BTP sih dibandingkan di Singa

AF : Eh pertanyaan terakhir itu Bagaimana menurutmu tentang eee hal positif dan hal negatif dari segi perancangan interior yang ada di cafe cabang cafe konnichiwa cabang singa ini

KA: kalau Sisi positifnya sih dekorasinya cukup menarik terus konsepnya juga sesuai tema ya simple minimalis tapi tetap Jepang gitu akan tetapi mungkin secara penataan dan area cukup sempit saja Jadi kalau masuk pertama kali langsung ngeh gitu Ini konsep Konnichiwa tuh Jepang gitu terus lagu-lagunya juga enak up to date terus wangi juga sih Terus kalau negatifnya yang pertama tempatnya sih sempit banget kalau rame Tuh kurang nyaman gitu sirkulasinya kurang gitu terus volume musiknya juga kegedean terus kursinya kurang nyaman kalo nongkrong lama-lama.

AF : Menurutmu dari segi preferensi yang mana kamu lebih suka antara cabang BTP dan cabang Singa dilihat dari pertanyaan sebelumnya

KA: Kalo dari segi interior sih di BTP oke banget ya dibanding cabang singa, jadi pengen datang lagi gitu karena nyaman gitu terus luas juga bisa pilih tempat mau di indoor atau di outdoor juga ada tamannya, kalau di Singa itu bagus, Cuma agak sempit itu jadinya susah untuk memilih singa kalau dibandingkan btp dan beberapa furnitur agak terlihat kurang terawat sedikit aja



TRANSKRIP YESI (YESI FEBRIANTI)

AF : ANDI FAYED (PENANYA)

YF : YESI FEBRYANTI (CUSTOMER GEN Z)

INDIKATOR KODE

4. Indikator Interior

5. Indikator Psikologi Interior

6. Indikator *Sensory branding*

7. Indikator Persepsi dan Loyalitas Konsumen

CABANG – BTP

YESI BTP – INDIKATOR PENGALAMAN

AF : Ee saya Andi akan melakukan wawancara kepada narasumber Yesi di cabang Cafe BTP yang pertama itu pertanyaan tentang pelanggan mengenai pengalaman pengunjungnya cafe yang pertama berapa sering kamu mengunjungi Cafe Konnichiwa ini cabang BTP?

YF : ee mungkin ada sebulan itu tiga kali tapi ke sini tuh sering banget udah sering banget mungkin udah puluhan kali saya ke sini

AF: Apa biasa kegiatan yang dilakukan di sini misalnya kayak nongkrong kah, me time kah me time atau ee meeting atau apa biasanya yang paling sering dilakukan

YF: di sini sih lebih ke nongkrong karena suasananya lebih beda dibanding yang di cabang singa kalau di sini tuh bisa nongkrong banyak orang terus interiornya tuh beda banget dengan cabang singa

YESI BTP – INDIKATOR INTERIOR

AF: Pertanyaan kedua itu mengenai teori interior yang baik yang pertama itu Bagaimana menurutmu tentang interior di cafe ini di cafe kondisi cabang BTP ini mungkin bisa jelaskan dari segi interiornya dan area outdoornya juga

YF: kalau dari interiornya sini sih menarik banget soalnya bagian interior di indoor itu dia banyak ornamen-ornamennya hiasan-hiasan tumbuhan gitu jadi lebih fresh terus ee ada apa sih namanya tuh yang hiasan-hiasan kayu yang ditempel di dinding terus ada area lesehannya dan areanya ini dia lebih enak soalnya kita lebih bisa leluasa gitu lihat-lihat orang beda sama yang cabang Singa Terus kalau yang area outdoornya di sini menurutku luas kalau di cabang singa kan sempit banget tuh kalau di sini lebih luas terus lebih banyak hiasan-hiasannya pokoknya Lebih baguslah menurut aku ya

AF: eee menurut kamu bagaimana mengenai pemilihan warna pada interior yang ada pada Cafe ini mengenai penerapan warna warna-warna yang ada di interiornya atau bagian luarnya itu Bagaimana menurutmu

YF: Kalau dari segi warna Ya namanya juga franchise ya kalau warnanya itu kan sama aja dia ada nuansa biru-birunya cuman kalau **di sini tuh lebih ee estetik** soalnya dia banyak ornamen-ornamen kayu warna-warna kayunya terus eee paduan warna antara warna kayu dengan nuansa-nuansa tamannya itu cocok banget maksudnya itu enggak terlalu misalnya kan kayak **kalau orang nuansa nuansa tamannya itu dia hijau ya kalau ini enggak terlalu jadi kayak betul-betul ter apa balance gitu loh antara ornamen kayunya terus tamannya jadi lebih asik sih menurut aku**

AF: Nah selanjutnya itu mengenai pengalaman ruang yang eh pernah dilakukan di cafe Konnichiwa cabang Singa ini yang ditanyakan itu mengenai ada ndak pengalaman yang dirasa kurang baik saat Anda beraktifitas di cafe ini area mana atau ruangan mana yang menurutmu kurang baik

YF: **Saya rasa sih yaitu toiletnya kalau di cabang singa kan dia toiletnya lebih bagus terus lebih bersih** sedangkan kalau di cabang eee **BTP ini dia betul-betul toiletnya ya kayak toilet biasa aja kalau di SInga kan dia lebih terkonsep kalau di sini kayak toilet biasa yang tempat orang ya beraktivitas di toilet misalnya mau buang air kecil buang air besar terus eee** yang enggak aku sukanya itu dari wastafelnya mungkin karena temanya kayak unfinished unfinished ya cuman kayak kalau toilet Itu kan hal yang penting harus dijaga kebersihan dan ke eh apa maksudnya kebersihan kebersihan dari toilet itu penting banget menurutku untuk sebuah kafe

YESI BTP – INDIKATOR PSIKOLOGI INTERIOR

AF: Pertanyaan selanjutnya itu yang ketiga mengenai teori psikologi interior dilihat dari indikator keamanan yang pertama itu menurut kamu bagaimana mengenai keamanan yang ada di cafe cabang Konnichiwa cabang BTP ini seperti saat meninggalkan barang-barang anda ke toilet misalnya berangkat lagi berangkat ke kafanya sendirian atau tanpa teman gitu aman ndak kira-kira barang-barang yang tinggal pada saat ke toilet atau lagi pesan Terus bagaimana privasi saat bekerja Apakah dilihat-lihatin sama orang lain disekitar apa gimana gitu Bagaimana pengalaman Anda

YF: kalau ditanya bareng-bareng ya sama di cabang singa pun dia harus kalau **di cabang singa kan saya yang saya bilang terlalu dempet dempet nah ini bedanya kan karena dia konsepnya lebih dominan outdoor jadi ya barang-barang itu perlu dijaga sendiri kayak karena kan kalau di konichiwa cabang BTP pegawainya itu di indoor sedangkan eee orang-orang yang nongkrong di luar itu otomatis enggak kelihatan kan sama pegawainya untuk mereka jagain barang-barang kita jadi ya sebaik mungkin kita jagain barang sendiri sih Kalau menurut aku ya **Jadi untuk****

keamanannya itu ya keamanannya itu enggak bagus lah menurut aku karena enggak ada penjaganya juga

AF: selanjutnya mengenai teori psikologi interior indikator kenyamanan pertanyaannya yaitu eee Bagaimana menurutmu mengenai kenyamanan saat berada dalam beraktivitas kafe Konnichiwa cabang BTP ini apakah nyaman ndak kira-kira beraktivitas lama atau bagaimana dengan furniturnya Enak enggak dipakai atau ada masalah bla..bla...

YF: kalau dari pengalaman beraktifitasnya sendiri sih nyaman-nyaman aja kalau mau apa namanya kalau mau beraktivitas sendiri kayak kerja kayak lakuin Aktivitas apa gitu sendiri di ruang indoor eee nyaman banget kalau rame-rame tuh lebih ke yang di outdoor-nya ya soalnya kan kursinya Lebih banyak lebih luas terus eee apa ya terus penataannya juga menurut aku jauh-jauh antara meja satu dan meja yang lain Jadi enak banget untuk beraktivitas rame-rame kalau sendiri ya Enak juga kalau di indoor-nya ya itu aja sih

AF: pertanyaan selanjutnya itu mengenai eee hal-hal unik atau fasilitas berbeda dibanding Cafe lain ada ndak hal-hal tertentu yang membedakan dari segi pengalaman interior di cafe ini dan di cafe lain

YF: kalau dari keunikannya itu ya tema, tema dari apa namanya dari cafenya sendiri dia itu temanya kayak unfinished unfinished gitu jadi kayak apa ya zaman now banget gitu kan lagi Apalagi itu cafe-cafe yang ini apa kafe yang unfinished tema-tema unfinished. Jadi kalau tema unfinished sendiri di Makassar tuh jarang ya soalnya kayak banyak Kebanyakan orang temanya yang kayak eh tema-tema elegan tema-tema bahkan tema-tema yang itu loh Apa sih yang zaman sekarang yang lucu-lucu gitu

AF: eee kalo lucu lucu lebih kepada anu sih lebih ke pop Modern Tapi kalau misalnya lihat dari segi interior ya ini ada sedikit unsur industrial tapi eee yang paling kuat temanya itu jejepangan sih modern Japanese style nah Menurutmu bagaimana tentang tema jejepangannya apakah oke apa bagaimana

YF: : tema jejepangannya udah masuk banget sih menurut aku ini soalnya kalau di Jepang kan kayak gitu kan yang eee tema-tema tema-temanya yang kayak tertata tapi eee ornamen- ornamen kayunya ada gitu kan di Jepang kayak gitu jadi bagus sih menurut aku memang konsep Konnichiwa kan kayak gitu tema-tema jejepangan ada ornamen kayunya cuman ini lebih bagus lah kulihat, lebih terkonsep

YESI BTP – INDIKATOR *SENSORY BRANDING*

AF: Nah, selanjutnya itu pada pertanyaan nomor 4 mengenai persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator penglihatan yang pertama Bagaimana menurutmu tentang kesan pertama yang kamu lihat mengenai suasana Cafe ini saat datang Cafe Konnichiwa cabang BTP ya

YF: **Kesan pertama** sih ee awalnya aku kira ini kayak belum jadi ternyata memang konsepnya kayak gitu tapi itu yang **bikin unik dari Cafe ini karena tema unfinishednya itu bikin kita kayak tertarik gitu loh** kok kayak gini nih cafenya Karena maksudnya **jarang kan yang ada yang kayak gini temanya di Makassar** jadi aku lihat Wah keren nih pas masuk juga ternyata di ruang indoor-nya itu beda banget konsepnya dengan yang di luar jadi eee tema jepangannya Jepang-jepangnya itu pas di dalam kayak kita masuk di rumah jepang-jepang gitu terus **pas di luar memang kayak tema outdoor di Jepang gitu loh Suasannya yang kayak kalem gitu, gitu sih kesan pertama yang aku dapatin**

AF: selanjutnya masih dari segi penglihatan ya Bagaimana menurutmu mengenai pencahayaan yang diterapkan pada interior cafe ini

YF: **Kalau dari segi pencahayaan ada beberapa sih yang kayak yang enggak ke sorot di lampunya gitu Karena kan outdoor ya ada yang outdoornya itu area outdoornya itu kayak terlalu minim pencahayaan menurut aku kalau ruang indoor sih bagus** ya cuman kalau di outdoor itu kayaknya mesti di tambah pencahayaan apa gitu jadi kelihatannya lebih lebih terang soalnya kalau agak gelap **Kalau malam itu kayak bikin kita juga enggak nyaman karena kan sarang nyamuk ya Itu menurut aku sih**

AF: selanjutnya masih tentang penglihatan ya Menurutmu bagaimana mengenai elemen dekoratif atau barang-barang dekorasi pada Cafe ini

YF: Kalau dari segi dekorasi di **sini tuh lebih banyak dekorasinya** kayak dekorasi yang saya bilang tadi **warna main ornamen-ornamen ini** apa eee ada vas bunga ada eee **ambalan-ambalan gitu Buat naruh eh bunga** buat naru **hiasan-hiasan dinding** terus ada juga di area outdoornya itu disediakan apa gitu eh **lampu yang sebagai penerang Terus dekorasi tulisan Konnichiwanya itu yang estetik menurut aku** di area kalau kita mau masuk di indoor ya Itu langsung kelihatan Konnichiwa jadi kayak itu suatu apa ya panggilan tersendiri untuk kita Konnichiwaa kayak gitu kan **kayak lucu lucu aja terus ada juga area eee yang bambu-bambu itu tuh menurut aku eh kreatif sih** kalau terus di sini enggak Eh **ada hiasan lainnya yang berguna yaitu gantungan helm itu hiasan tapi berguna banget buat kita yang mo naruh helm**

AF: Pertanyaan no.5 persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari Indikator penciuman yang pertama yaitu Bagaimana pendapat anda mengenai penggunaan pengharum aroma di dalam Cafe ini

YF: **kalau pengharum ruangan kalau di area indor nggak ada si pengharum ruangan cuman nggak ada bau-bau aneh juga** tapi kalau di area outdoor gitu kan ya namanya outdoor mo taroh pengharum ruangan juga nggak ngaruh dan menurut aku perlu dijaga sih kebersihan dari outdoornya soalnya kan riskan juga dengan yang bau-bau gitu apalagi kayak bau kotoran hewan seperti kucing atau tikus atau lain-lainnya itu kan berpengaruh sama kenyamanan customer juga Jadi mungkin itu sih yang harus diperhatikan oleh kafe Konnichiwa cabang BTP

AF: selanjutnya itu Bagaimana mengenai aroma lain di luar pengharum ruangan seperti aroma-aroma makanan minuman orang lain atau aroma-aroma toilet Apakah mengganggu ada ada yang ndak Nyaman ndak

YF: Nah yang seperti yang aku bilang tadi karena maksudnya dia outdoor jadi bau-bauan itu pasti lebih kecium kayak bau misalkan apalagi pas hujan kan maksudnya pas hujan itu lebih Riskan ada aroma-aroma kayak aroma bau tanah bau eee dari apa dari tanaman-tanaman itu kan pasti keluar gitu loh jadi kayak mengganggu kenyamanan saat di area outdoor Terus kalau dia ruangan indoor sih eee Bau makanan pasti kecium banget soalnya eee soalnya indoornya agak kecil dan eee areanya itu yang langsung ketemu sama ini loh apa barista jadi agak kecium bau bau aroma kopi aroma apa Jadi kayak nyatu nyampur nyampur gitu terus toiletnya yang aku bilang tadi yang paling minus di antara yang lainnya itu memang toilet sih jadi toiletnya itu perlu diperhatikan kebersihannya biar aroma dari toiletnya itu enggak kecium keluar

AF: Pertanyaan yang keenam itu persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator pendengaran yang pertama itu Bagaimana menurutmu tentang playlist musik yang diputar atau digunakan untuk suasana pada Cafe Konnichiwa cabang BTP ini

YF: sama kayak di cabang Konnichiwa cabang SInga sih Jadi kayak playlist playlistnya itu sama aja Yang terupdate-update yang lagu-lagunya itu hits zaman sekarang jadi menurutku bagus karena dia bukan bukan yang enggak update

AF: Bagaimana menurutmu tentang suasana ketika ngobrol Apakah cukup bisa kedengaran obrolan kalian dengan suasana musik yang diputar Apakah kedengaran jelas obrolannya atau agak kurang nyaman untuk ngobrol karena musiknya terlalu keras bagaimana

YF: kalau area tertentu yang dekat speaker pastinya kita enggak kedengaran kalau ngobrol sama orang maksudnya kecil banget suara yang kita bisa serap gitu cuman kalau area yang jauh dari speaker sih kayak di ruangan indoor itu Eh bisa kedengaran jadi ee beberapa tempat memang enggak bisa yang memang mengharuskan untuk kita ngobrolnya itu agak jauh dari speaker

AF: kalau ada yang enggak terlalu kedengaran suara dengan jelas itu area mana itu

YF: area indoor sama ada area 1 yang dekat bambu-bambu gitu dia Memang agak jauh dari speaker

AF: Maksudnya yang ndak kedengaran dengan jelas itu area mana

YF: oh yang area dekat ini sih dekat pintu masuk indoor itu memang enggak kelihatan kayak di sini tempat kita itu kayak kurang jelas kan kedengarannya kita perlu eee bicaranya itu agak dengan suara nyaring biar lawan bicara kita tuh dengerin apa yang kita ngomong

AF: pertanyaan ketiga itu Bagaimana menurut anda mengenai kemudahan untuk mendengarkan panggilan barista saat menu setelah jadi atau setelah disiapkan Apakah ada area tertentu di kafe Konnichiwa cabang BTP yang dirasa agak susah untuk mendengarkan hal itu

YF: kalo area outdoor kan memang enggak ada panggilan jadi kayak enggak ada pengeras suara yang bisa kita dengar gitu loh kayak misal kan panggilan barista kan biasa lewat mic itu pengeras suaranya gitu Jadi kita kadang memang di bawain tapi kan kalau misalnya eh minuman kayak tadi ya pesannya kan saya duduk di outdoor saya pesan tapi ternyata panggilan dari dari barista itu enggak kedengaran kalau aku pesanan minuman saya tuh udah jadi jadi itu yang bikin mines di situ sih harusnya dia punya pengeras suara yang bisa manggil customer kalau pesannya udah jadi gitu

AF: tadikan sudah dijelaskan ada susahnya karena ndak ada pengeras suara yang dipakai Jadi harus panggil secara manual Nah kalau secara manual tadi itu apakah memang ada area yang bisa didengarkan secara jelas atau ada juga area yang memang susah untuk didengarkan karena kan dipanggil secara manual

YF: kalau untuk area yang jelas kedengaran itu di area indoor sih karena kan indoornya itu udah area indoor itu dekat Emang dekat sama tempat barista nyiapin makanan gitu Jadi kalau dipanggil kan indoor bisa lebih kedengaran bergemakan suaranya juga kalau di area outdoor emang enggak kedengaran sama sekali kalau orang itu kalau baristanya lagi manggil kita Panggil pesanan kita itu aja sih kalau saya

AF: Pertanyaan selanjutnya itu Nomor 7 mengenai persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator perasa yang pertama itu Bagaimana menurut anda rasa makanan yang disajikan pada saat berada langsung di cafe Konnichiwa cabang BTP

YF: kalau dari rasa makanan sih sama aja jadi cafe konnichiwa singa yang cabang singa sama btp kan yang namanya satu brand ya pasti rasanya sama aja enggak ada bedanya sih cirengnya enak terus minumannya enak semuanya enak sih kalau aku

AF: kalau untuk minumannya Bagaimana ada ndak menu favorit di sana atau secara overall eh rasanya rasa minumannya itu Bagaimana menurutmu

YF: kalau rasa minuman ya minumannya enak ya bisa request beberapa hal seperti kurang gula dan dingin, rasanya juga unik brandingnya bahkan sampai menyua cocok dengan beberapa tema minuman jepangan

AF: eee...selanjutnya pertanyaan no.8 itu persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator sentuhan yang pertama itu bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan furniture yang terdapat pada kafe ini apakah ada masalah dengan eee...furniturnya atau finishing dari perabot-perabutnya apa gimana

YF: Kalau dari segi furniture kan eee...sebernarnya bagus cuman yang jeleknya itu mungkin dari segi cuaca ya, jadi pengalman saat duduk itu kalau habis hujan masih cukup basah pada beberapa tempat duduk, bahkan yang ada atap nya, bagusnya lebih dipikirkan lagi hal-hal kecil ini

AF: menurut Anda bagaimana mengenai tentang eee mengenai penataan ruang atau eh area yang ada di cafe itu apakah ada yang tidak nyaman atau eee dirasa sempit susah gerak atau lainnya dan sejenis itu seperti itu

YF: kalau dari penataan-penatan ruangnya furniture-nya itu udah overall-nya udah bagus, enggak terlalu sempit terus tertata rapi ee bagian indoor outdoornya itu walaupun diindoor agak eee kecil tapi ee masih bisa leluasa gitu loh karena eee space antara kursi yang satu dengan kursi yang lain itu agak jauh-jauhan terus untuk yang di outdoor penataan ruangnya ada musholanya terus ee musholanya itu terbagi lagi antara yang eee area untuk cuci cuci misalkan kayak mo wudhu itu agak agak enggak enggak yang langsung Dempetan sama mushola jadi enggak bikin basah gitu terus eee penataan-penatan kursinya di area outdoor juga menurutku enggak depe-depetan jadi Baguslah menurutku kalau dari segi penataannya

YESI BTP – INDIKATOR PERSEPSI DAN LOYALITAS

AF: ee...selanjutnya pertanyaan no.9 yaitu Pengaruh terhadap persepsi dan loyalitas pengunjung yang pertama itu melihat dari pertanyaan-pertanyaan tadi Apakah kamu merasa akan mengunjungi kafe ini lagi terus-terusan atau bagaimana

YF: kalau ditanya untuk datang kembali ya pastinya aku datang kembali karena memang tempatnya nyaman eee bisa nongkrong lama-lamaan gitu sama teman-teman bisa kerja juga bisa ee apa ya istilahnya santai-santai di sini juga bisa ya rekomen lah untuk didatangi oleh kaum kaum muda seperti saya

AF: itu kan dari segi pengalaman Kalau dari segi interiornya eee positif enggak menurutmu dan mau datang lagi ndak karena kamu interest dengan interiornya

YF: ya kan saya udah bilang dari awal saya memang tertarik datang untuk datang ke sini karena dari interiornya yang unik jadi menurutku memang pasti aku datang kembali gara-gara perancangannya apalagi tempatnya juga estetik tempatnya Instagramable banget

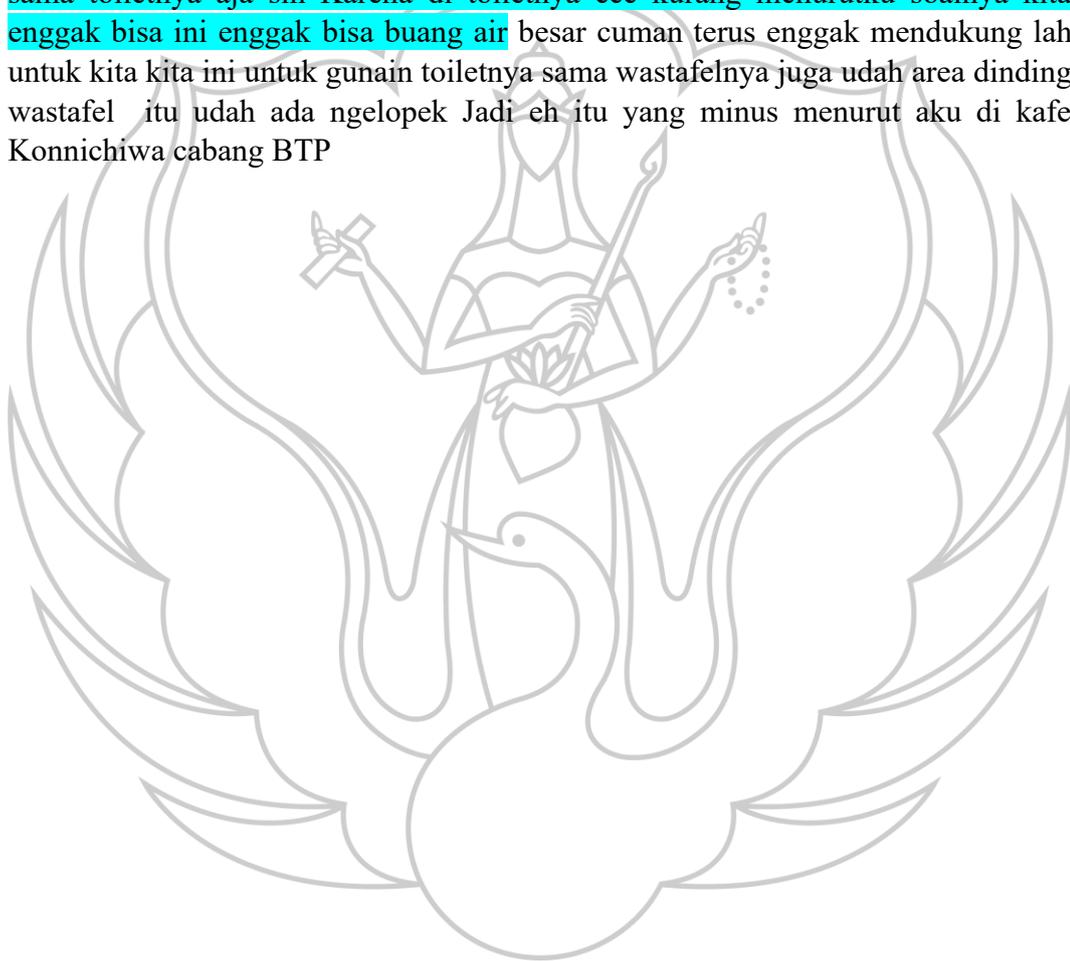
AF: menurut kamu dari kedua cabang kafe Konnichiwa yang ada di Kota Makassar yaitu cabang SInga dan cabang BTP Menurutmu apa yang cabang mana yang lebih menarik dari segi desain interiornya dan kenapa

YF: Iya kalau dari kedua cabang aku prefernya ke ini sih ke cabang BTP karena kalau di cabang Singa itu ya yang aku bilang kalau dia di itu agak sempit terus enggak bisa datang bareng-bareng sama teman yang banyak kan gitu sedangkan kalau di sini eh Memang tempatnya bisa banget buat nongkrong lama nongkrong

kita cerita sama teman-teman banyak-banyak cerita terus untuk interiornya lebih mendukung lah dibanding kalau kita di cabang singa

AF: eee kalau dari hal negatif interior cafe Konnichiwa cabang BTP kira-kira Apa hal negatifnya dari pengalaman kamu dengan interior yang ada di kafe itu

YF: kalau untuk hal negatifnya ya karena tempatnya outdoor jadi yang masalah itu karena banyak nyamuk ya karena kalau malam itu pasti nyamuk berkeliaran yang bikin enggak nyamannya itu di situ karena kita digigit nyamuk apalagi pencahayaannya yang mendukung untuk nyamuk bisa datang gitu karena dia remang-remang terus ada beberapa tempat yang memang enggak kesorot cahaya sama toiletnya aja sih Karena di toiletnya eee kurang menurutku soalnya kita enggak bisa ini enggak bisa buang air besar cuman terus enggak mendukung lah untuk kita kita ini untuk gunain toiletnya sama wastafelnya juga udah area dinding wastafel itu udah ada ngelopek Jadi eh itu yang minus menurut aku di kafe Konnichiwa cabang BTP



CABANG – SINGA

AF : ANDI FAYED (PENANYA)

YF : YESI FEBRYANTI (CUSTOMER GEN Z)

INDIKATOR KODE

1. Indikator Interior
2. Indikator Psikologi Interior
3. Indikator *Sensory branding*
4. Indikator Persepsi dan Loyalitas Konsumen

YESI SINGA – INDIKATOR PENGALAMAN

AF: Untuk pertanyaan pertama mengenai pengalaman mengunjungi Cafe Konnichiwa pertanyaan pertama seberapa sering anda datang untuk mengunjungi kafe ini

YF: kalau seringnya sih di cabang singa ini cuman ada sekitar 6 sampai 8 kali lah dalam sebulan

AF: untuk pertanyaan selanjutnya Apa alasan utama anda untuk datang ke cafe ini ke cafe Konnichiwa cabang singa ini

YF: kalau ditanya alasan sih karena minumannya enak terus dekat dari kantor juga jadi lebih sering ke sini karena itu

YESI SINGA – INDIKATOR INTERIOR

AF: pertanyaan poin kedua itu mengenai teori interior pertanyaan pertamanya Bagaimana menurut anda desain interior yang ada pada Cafe ini

YF: kalau dari Instagram sih pertamanya aku lihat bagus cuman pas datang ke cabang ini ternyata nggak bisa rame-rame soalnya tempatnya agak lumayan sempit nggak seluas yang dilihat di Instagram

AF: eee...kan tadi anda membahas tentang agak kurang nyaman kalau misalnya datang ramean karena agak sempit tapi bagaimana pengalaman Anda terhadap interior Kalau Anda datang sendiri ke cafe cabang singa ini

YF: kalau sendiri lumayan bagus sih karena antara meja satu dan meja lainnya itu spacenya agak luas jadi kayak ada eee... privasi lah Maksudnya enggak Enggak depet-dempetan banget sama orang jadi kayak lumayan enak kalau kita datangnya sendiri eee atau berdua doang kayak gitu enak sih

AF: Oh jadi kalau untuk datang dengan jumlah orang yang sedikit itu masih recommended ya Menurut anda

YF: recommended sih Iya tapi menurut eh aku sih kalau berdua bisa bisa karena kan kalau kita sendiri itu kayak ngapain aja gitu kalau sendiri paling kerjaan kalau berdua kan bisa ngobrol gitu menurutku kayak enak nya kalau kita punya teman untuk pergi ke sini gitu

AF: Pertanyaan selanjutnya untuk indikator kedua yaitu Bagaimana menurut anda pemilihan warna pada desain interior untuk kafe Konnichiwa cabang singa ini

YF: Kalau dari segi warna untuk desainnya ini menurutku bagus soalnya kan aku juga suka yang warna warna cerah gitu nah pemilihan warnanya ini ada biru-birunya terus warna putih cerah gitu tuh bikin menarik di mata orang yang suka warna cerah menurut aku kayak gitu sih

AF: tadi kan dijelaskan kalau misalnya warna-warna kombinasi warna birunya warna putih warna warna coklat dari kayunya itu eh bagus Ya maksudnya enak untuk dilihat pilihan tapi kalau untuk furniture-nya sendiri itu Menurutmu bagaimana dengan pemilihan warnanya untuk furniture-nya ya

YF: Kalau dari segi warna furniture-nya itu menurutku senadalah dengan warna-warna dari desain desain temboknya warna putih terus ditambah dengan furniturnya warna kayu yang coklat-coklat gitu yang muda-muda jadi kayak kita lihatnya itu fresh gitu lebih nyaman di mata

YESI SINGA – INDIKATOR PSIKOLOGI INTERIOR

AF: Pertanyaan poin ketiga yaitu mengenai teori psikologi interior pertanyaan pertama mengenai indikator keamanan Menurut Anda bagaimana tentang suasana keamanan Pada saat Anda beraktivitas dan berada di cafe Konnichiwa cabang singa ini seperti ada ndak masalah ketika kamu meninggalkan barang saat ke toilet dengan Keamanan hal-hal kayak gitu terus privasi Anda saat bekerja Apakah diliat-liatin orang atau obrolan saat bareng teman di sini juga gampang didengarkan orang lainnya keamanan keamanan kayak gitu Bagaimana menurut anda yang Anda rasakan saat berada di cafe ini

YF: ya.. Menurut saya sih Kalau dari segi privasi memang ya kalau kita mau ngobrol-ngobrol misalnya mengenai pekerjaan Apa itu kurang cocok soalnya Ya namanya Saya bilang tadi dia sempit jadi antara meja satu dan meja lain itu dia sebenarnya enggak se jarak-jarak gitu memang berjarak cuman eee...kalau kita bicara itu pasti orang di samping kita pasti dengar karena eee ruangnya sempit dan dari segi suara kita itu pasti terdengar sama orang di samping karena bergema gitu loh suara kayak bergema bergema gitu kalau kita terus untuk segi privasi bukan privasi sih apa tadi yang kayak kita mau ninggalin bareng itu kurang aman ya haruslah kita pasti bawa barang-barang kita yang berharga gitu Kalau misalnya kita ke toilet atau ambil Apa itu di luar dari ruangan pasti harus bawa gitu

AF: eee...kalau pada saat meninggalkan barang itu pegawai atau baristanya itu bisa ndak sambil lihatin barang yang ditinggal gitu jadi kayak enggak perlu repot untuk bawa-bawa lagi kalau misalnya sendiri ke cafe dan mau ke toilet

YF: kalau dari yang saya lihat sih mereka pasti sibuk kerja sibuk urus pekerjaan mereka Jadi kalau untuk barang-barang Kita juga harus kita perhatiin sendiri karena takutnya Mereka hilang apa hilang penjagaan gitu yang rugi kan kita juga jadi kalau dari segi keamanan menurutku mending kita jagain barang kita sendiri sih karena kurang aman menurut gua

AF: untuk pertanyaan eh poin ketiga yang kedua yaitu Bagaimana menurut anda tentang kenyamanan saat anda berada dan beraktivitas di cafe konnichiwa cabang singa ini

YF: kalau dibilang ditanya kenyamanan menurut saya nyaman-nyaman aja cuman kalau untuk berlama-lama di sini kayaknya kurang deh untuk eee...sekedar untuk ngopi-ngopi minum-minum gitu minum minuman dari produk konnichiwa ini untuk jangka waktu Sebentar itu enggak apa-apa karena eee... yang bikin enggak nyamannya itu karena sempit jadi yang kita lihat itu semuanya itu-itua aja enggak bisa eksplorke yang lain-lainnya yaitu sekedar hanya untuk minum doang gitu minum kopi minum teh habis itu selesai ya udah gitu-gitu aja sih kalau kita ke sini

AF: pertanyaan ketiga yaitu Bagaimana menurut anda pengalaman beraktivitas di cafe ini seperti ada ndak hal-hal unik atau fasilitas dari cafe yang berbeda dari dibanding kebanyakan Cafe lain

YF: kalo hal-hal unik sih menurutku nggak ada ya... biasa aja kayak kafe-kafe yang temanya kayak gini sama aja sih

AF: kalau fasilitas yang berbeda di cafe ini ada ndak dibanding cafe-cafe lain yang pernah anda kunjungi

YF: kalau fasilitas sama sih ada wi-fi kayak kafe-kafe lain terus meja kursi kayak gitu-gitu doang fasilitas ya nggak ada unik unik dari fasilitasnya lah menurutku

YESI SINGA – INDIKATOR *SENSORY BRANDING*

AF: Pertanyaan ke-4 itu mengenai persepsi terhadap *sensory branding* dari indikator penglihatan ya yang pertama itu pertanyaannya Bagaimana menurutmu kesan pertama saat mengunjungi kafe ini pas melihat suasana suasana di kafe ini pas Pertama kali Anda datang gitu

YF: kalau pertama kali sih yang aku rasa sih itu karena Parkirannya parkirannya itu sempit banget jadi kayak cuman untuk mobil pun itu nggak bisa parkir kalau di depan ini depan cafe jadi untuk yang motor-motoran aja lah yang bisa parkir Jadi kalau dari segi dalamnya sih Oke cuman ya itu memang bukan bukan tempat yang

buat rame-rame gitu loh pokoknya untuk orang-orang yang mau datang minum-minum beberapa orang dua orang tiga orang ya kayak gitu-gitu aja sih kalau dari aku

AF: kalau untuk pas masuk ke dalam interiornya tuh gimana Menurutmu kan di luar itu Parkirannya agak sempit jadi suasana luarnya itu agak terlalu kurang enak dilihat tapi pas masuk ke dalam itu gimana

YF: kalau di dalam juga sempit memang areanya sempit cuman ya dibidang bikin Okenya itu karena bagian apa ya kayak pewarnaan pewarnaannya doang yang bikin suasana cafenya enak tapi kalau untuk ruangnya itu sempit menurutku

AF: selanjutnya itu Bagaimana menurutmu mengenai pencahayaan interior yang diterapkan pada kafe ini Cafe cabang singa ya

YF: Kalau dari segi cahaya ya cahayanya terang cuman enggak bikin sakit mata gitu ada kayak warm-nya gitu menurutku cukup baik dan nyaman dan cukup hangat, sih maksudnya ya sesuai tema tempat yang aku suka gitu yang pencahayaannya terang yang di area utama, Jadi kita lihat ya Cukup jelas enggak yang warm warna gelap gitu bagus sih cozy dan hangat juga untuk pencahayaan yang warmnya

AF: jadi pencahayaannya di interior cafe Ini tuh sudah cukup baik ya menurutmu

YF: Kalau menurutku cukup baik sih maksudnya ya sesuai tipe tempat yang aku suka gitu yang pencahayaannya terang

AF: pertanyaan selanjutnya itu Bagaimana menurut anda mengenai suasana dan elemen dekoratif pada Cafe ini

YF: yang bikin enak dipandang gitu itu ada kayak dekorasi dekorasi tulisan jepang-jepangnya itu loh yang di bagian temboknya itu ada tulisan Jepang yang tulisannya Arigatou yang bikin enak dilihat kayak dari warna-warna birunya dipadukan dengan warna putih terus ada bagian ornamen-ornamen kayunya yang ditempel di tembok Jadi kesannya itu lebih apa ya lebiiii bikin suasananya itu lebiiii kreasi Lah terus ada bagian yang paling aku suka itu bagian rak buku itu bikin kita kayak Oh ada buku nih bisa bikin kita bikin buat kita baca gitu yang jadi enggak boring juga kalau kita pengen baca buku bisa lihat-lihat buku gitu

AF: Pertanyaan kelima yaitu persepsi terhadap *sensory branding* dari indikator penciuman yang pertama Bagaimana perasaan Anda mengenai dan pendapat anda mengenai penggunaan pengharum aroma ruangan di dalam kafe ini

YF: untuk cabang singa aroma ruangnya enak yaa, sangat cocok dengan suasananya, pokoknya enak2 saja. dan kalau dibanding kan cabang BTP disana kurang tercium aroma ruangnya walaupun hitungannya ga bau juga

AF: pertanyaan selanjutnya yaitu Bagaimana pengalaman anda mengenai aroma lain di luar pengharum ruangan tadi Seperti contohnya aroma makanan minuman yang di pesan orang lain apakah itu mengganggu atau bau toiletnya yang Anda rasakan pada saat Anda duduk

YF: kalau di area toilet itu eee enggak tahu dari teknik apa yang digunain sampai aroma dari toilet itu enggak bau sih jadi benar-benar enggak ada bau dari toiletnya terus untuk makanan dari orang lain itu ya enggak mengganggu soalnya cium penciuman aku tuh kayak enggak pernah cium-cium bau makanan orang dari samping aku gitu kayak biasa aja tapi itu yang jadi poin plusnya mungkin karena sirkulasi udaranya bagus jadi bau-bauan gitu Enggak nyampur-nyampur karena kalau misalnya ada pengharum ruangan terus ada makanan juga tuh kayak bikin nyampur-nyampur Bau Kan itu sih bagusnya juga di sini

AF: Pertanyaan nomor 6 mengenai persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator pendengaran pertanyaan pertamanya yaitu Bagaimana pendapatmu dan perasaanmu mengenai playlist musik yang digunakan pada suasana kafe ini

YF: kalau dari playlist musiknya sih rata-rata lagu-lagunya yang lagu hits zaman sekarang jadi bikin kita itu menikmati musik yang lagi diputar itu sih bagusnya di sana menurut aku ya

AF: Terus bagaimana pendapatmu mengenai suasana ketika sedang ngobrol dengan teman atau kolega pada saat berada di cafe Apakah suasana musiknya itu mengganggu ndak proses kalian ngobrol atau kedengaran dengan jelas ndak suara masing-masing gitu pada saat ngobrol

YF: kalau ngobrol ya pasti kedengaran kan maksudnya enggak ke ee musiknya itu enggak bakalan nembus gitu loh ya untuk dari segi keras suara dari musiknya itu enggak mengganggu jadi kita bisa ngobrolnya itu enak bisa dengar apa yang teman kita teman kita ngobrolin sama kita gitu

AF: pertanyaan ketiga itu bagaimana pendapat Anda tentang kemudahan anda mendengarkan panggilan dari barista kalau misalnya menu anda itu sudah jadi kan biasanya misalnya kalo menu anda sudah jadi itu dipanggil sama pegawai atau baristanya nah gampang ndak hal itu tuh kedengaran sama kamu pada saat berada di cafe atau ada area tertentu kah di kafe itu yang susah untuk dengarkan itu

YF: kalau di dekat ini apa dekat meja dekat deket ininya baristanya tuh kedengaran cuman kalau kita bagian belakang belakang itu ada yang area dekat toilet itu kalau dipanggil tuh enggak kedengaran sama sekali enggak kedengaran Jadi biasanya kita konfirmasi dulu itu punya kita atau bukan jadi ya perlu ekstra lah maksudnya Agak capek juga kalau kita lagi asyik ngobrol terus cari makanan kita udah di mana Biasanya sih kalau udah kelamaan mungkin baristanya nganterin tapi kalau dipanggil langsung itu enggak kedengaran

AF: Jadi butuh konfirmasi dan effort tambahan ya untuk bertanya ke barista yang ada di depan Apakah menu kita sudah Jadi kalau misalnya kita duduk di area yang tadi yang di belakang itu dekat toilet

YF: Iya bener Jadi kita harus konfirmasi dulu Itu pesanan kita atoh bukan gitu

AF: Jadi untuk Pertanyaan ketujuh itu mengenai *sensory branding* dilihat dari indikator perasa atau pengecap yang pertama yaitu Bagaimana menurut anda rasa makanan yang disajikan di kafe konichiwa cabang singa ini Bagaimana menurutmu

YF: kalau makanannya enak-enak kayak eee... gorengan-gorengannya itu aku suka kayak kentang gorengnya cirengnya Apalagi itu yang bikin aku ke sini terus kalau mau makan cireng tuh ya ke sinii Itu menurut aku yang paling enak soalnya di sini

AF: nah kalau yang selanjutnya tuh Bagaimana dengan rasa minumannya

YF: Kalau minumannya ya karena minumannya yang enak jadi aku tuh pasti kalau mau minum minuman yang manis Aku kan tuh orangnya jarang minum manis ya tapi kalau cari yang manis-manis itu pas eee manis-manis itu pasti aku ke sini kayak kopinya itu dia enggak terlalu manis tapi rasanya tetap enak jadi aku suka kita bisa juga request minumannya itu bisa eee apa susunya misalnya sedikit atau gulanya dikit jadi bisa menyesuaikan selera kita itu aja sih

AF: Pertanyaan poin ke delapan yaitu persepsi terhadap *sensory branding* dilihat dari indikator sentuhan atau Indra kulit itu terus pertanyaan pertama Bagaimana pengalaman Anda saat menggunakan furniture yang terdapat didalam kafe ini

YF: kalo furniture di sini lumayan sedikit ya cuman ada kursi meja terus apa lagi ya kayak mainan-mainan dekorasi-dekorasi dinding kayak apa lagi ya Yang bisa dimainkan itu sedikit jadi itu yang bikin bosan juga kalau kita datang ke sini

AF: nah kalau untuk perabot-perabot detail-detail perabotnya gitu Ada ndak masalah menurutmu pada saat menggunakan ntah kursinya atau mejanya itu ada ndak kira-kira hal negatif yang kamu rasakan

YF: Sebenarnya secara umum baik ya furnitur nya, tapi Kalau material sih yang saya rasakan utama ada pada kursinya sih menurutku ada beberapa kursi yang dudukannya itu sudah mulai robek bantalannya jadi agak kurang nyaman sama mejanya juga ada yang mengelupas

AF: kalau pertanyaan kedua itu kalau mengenai penataan sirkulasi atau ruangan atau furniture furniture yang ada di dalam Cafe itu Bagaimana menurutmu Apakah sudah nyaman leluasa atau dirasa sempit atau semacamnya

YF: kalau dari saya ini sih lebih ke ada satu meja yang terlalu mepet dengan meja bagian panggung gitu loh kalau kita lihat itu kayak mepet banget jadi kayak orang yang mau duduk di atas itu jadi kek enggak enak gitu loh Kita juga mau gunain fasilitas yang ada jadi enggak enak karena ruangnya sempit udah gitu penataannya kurang kalau dibilang rapi rapi cuman kurang bagus lah posisinya

menurut aku kan terlalu mepet sama yang area panggung itu, gitu sih penataannya. Jadi kalau mau berpindah agak sedikit susah, tapi itu di beberapa area aja

YESI SINGA – INDIKATOR PERSEPSI DAN LOYALITAS

AF: Pertanyaan poin ke-9 itu mengenai pengaruh terhadap persepsi dan loyalitas konsumen yang pertama itu apakah konsep perancangan interior pada Cafe ini membuat Anda ingin datang kembali

YF: Kalau dari segi makanan itu bikin kita tertarik terus untuk datang karena maksudnya karena aku juga sering ke sini maksudnya sering Sudah beberapa kali ke sini yang bikin kita itu pengen ke sini tuh makanannya cuman kalau dari interiornya ya aku prefernya ke tempat yang satu yang bisa BTP karena kalau mau datang bareng-bareng temen-temen gitu yang kayak rombongan atau banyak-banyakan gitu di sini kurang bisa ditempatin gitu loh

AF: pertanyaan saya ulang yaitu dengan melihat beberapa mendengar pertanyaan beberapa pertanyaan sebelumnya mengenai keterlibatan Indra dengan perancangan interior pada kafe ini ada ndak yang menurut anda itu sudah baik dari kafe Konnichiwa cabang singa ini apa saja yang baik menurut anda

YF: dan saya yang baik itu tadi pertama cahayanya cahayanya udah bagus cerah terang tapi nggak terlalu terang gitu loh jadi bikin nyaman enggak bikin sakit mata terus playlist musiknya itu udah bagus udah update enak lah didengar terus eee toiletnya udah bersih yang bikin kita nyaman itu kan toilet kalau bersih kita berkunjung ke suatu tempat Terus gunain toilet bersih ya itu bikin kita ya aku approve lah maksudnya aku jempol untuk kebersihannya terus untuk interior untuk interior bagian dinding dekorasi dekorasi dindingnya itu bikin maksudnya bikin lebih berwarna lah lebih lebih enak dipandang kalau kita ke cafe enggak terlalu bosan lah untuk dilihat karena ada dekorasi yang bikin kita bisa explore gitu

AF: eee selanjutnya kalau tadi ada yang baik sekarang yang menurutmu belum baik pada Cafe ini itu apa interiornya bagian apa aja

YF: kalau interior dari penataan ruang itu kurang bagus terus eee dari dari segi furniture-nya juga ya perlu diperbaiki Lah terus apa lagi ya Yang Perlu diperbaiki itu ya fungsional fungsional dari furniture-nya misalkan kayak kursinya perlu diperhatikan lagi bagian-bagian yang kurang baik diperbaiki bagian misalkan yang tadi saya bilang di toiletnya itu yang kunci apa gagangnya dari pintu geser juga itu perlu diperbaiki lah yang jelek-jelek kayak gitu itu aja sih menurutku

AF: Nah tadi kan ada yang bagian eee penataan ruangnya masih kurang baik na itu Kenapa dengan penataan ruangnya

YF: ya itu tadi terlalu dempet tadi sama yang bagian area panggung terus ya bagian kitchen itu buat kitchen siapa sih barista ya barista itu kan agak jauh dengan yang tempat area dekat toilet jadi enggak kedengeran orang kalau mau ngomong kalau

ada dipanggil untuk ambil makanan tuh tuh kurang terus area smoking bukan smoking sih lebih ke area luar yang tempat orang biasa eee nongkrong gitu Itu yang kurang terus tempat parkirnya tempat parkirnya yang masih sempit itu kan karena areanya sempit jadi kayak kurang nyaman untuk datang rame-ramean



Lampiran 1. 11 Data Preferensi Konsumen terhadap kedua cabang Kafe Konnichiwa Makassar

2-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi warna, kamu lebih suka di cabang mana? Indikator penglihatan		
	SINGA	BTP
Jumlah	4	3
Persen	57.14%	42.86%
3-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi pencahayaan, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Penglihatan		
	SINGA	BTP
Jumlah	6	1
Persen	85,71%	14,29%
10-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi suasana dan elemen dekorasi, kamu lebih suka di cabang mana? Indikator penglihatan		
	SINGA	BTP
Jumlah	2	5
Persen	28.57%	71.43%
11-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi penggunaan aroma ruangan, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Penciuman		
	SINGA	BTP
Jumlah	6	1
Persen	85,71%	14,29%
13-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi penggunaan musik sebagai suasana kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Pendengaran		
	SINGA	BTP
Jumlah	3	4
Persen	42.86%	57.14%
16-Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi rasa makanan, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Perasa		
	SINGA	BTP
Jumlah	3	4
Persen	42.86%	57.14%
Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi rasa minuman, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Perasa		

	SINGA	BTP
Jumlah	3	4
Persen	42.86%	57.14%
Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi penggunaan material kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Sentuhan – Material		
	SINGA	BTP
Jumlah	1	6
Persen	14,29%	85,71%
Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi penggunaan furnitur, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Sentuhan – Penggunaan Furnitur		
	SINGA	BTP
Jumlah	1	6
Persen	14,29%	85,71%
Sebagai konsumen Konnichiwa dari segi penataan ruang, kamu lebih suka dicabang mana? Indikator Sentuhan – Penataan Ruang		
	SINGA	BTP
Jumlah	1	6
Persen	14,29%	85,71%
Sebagai konsumen Konnichiwa secara keseluruhan, kamu lebih suka dicabang mana? – Indikator Preferensi		
	SINGA	BTP
Jumlah	0	7
Persen	0%	100%