

Keterkaitan Konsumen Generasi Z terhadap Site Coffee Shop di Kecamatan Bogor Tengah = The Relationship Between Generation Z Consumers and Coffee Shop in Bogor Tengah District

Gamal Muhammad Nur Alfarizi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920575465&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antara karakteristik konsumen Generasi Z dengan karakteristik site coffee shop di Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pesatnya pertumbuhan industri coffee shop di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Bogor Tengah yang menjadi pusat kegiatan komersial, transportasi, dan sosial. Generasi Z, sebagai kelompok usia yang dominan dan aktif di media sosial, menunjukkan preferensi konsumsi kopi yang tinggi dan sering menjadikan coffee shop sebagai tempat beraktivitas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan pada tujuh coffee shop dengan rating tertinggi di Google Reviews. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Generasi Z di Bogor Tengah umumnya berusia 20–22 tahun dan berstatus sebagai pekerja. Mereka mengutamakan estetika, kenyamanan, dan keberfungsian ruang. Gaya desain interior industrial dan modern minimalis menjadi favorit, sementara tata letak furnitur dan fasilitas parkir merupakan elemen site yang paling diperhatikan. Keterkaitan antara preferensi Gen Z dan karakteristik site menunjukkan bahwa keberhasilan coffee shop ditentukan oleh kemampuannya menciptakan ruang yang tidak hanya nyaman, tetapi juga mendukung kebutuhan sosial dan digital pengunjunnya.

.....This study aims to analyze the relationship between Generation Z consumer characteristics and the site characteristics of coffee shops in Bogor Tengah District, Bogor City. The research is based on the rapid growth of the coffee shop industry in Indonesia, especially in urban areas like Bogor Tengah, which serves as a commercial, transportation, and social hub. Generation Z, as a dominant age group and active social media users, shows high coffee consumption preferences and frequently uses coffee shops as spaces for various activities. This research employs a qualitative method with data collected through in-depth interviews and field observations at seven coffee shops with the highest ratings on Google Reviews. The findings reveal that Generation Z consumers in Bogor Tengah are generally aged 20–22 years and are predominantly workers. They prioritize aesthetics, comfort, and functional space. Industrial and modern minimalist interior design styles are the most favored, while furniture layout and parking facilities are the most significant site elements. The connection between Gen Z preferences and site characteristics indicates that a coffee shop's success is influenced by its ability to create spaces that are not only comfortable but also support the social and digital needs of its visitors.