

Pengaruh Fleksibilitas Desain Coffee Shop Outdoor Terhadap Loyalitas Konsumen Di Musim Hujan Atanapi Coffee Camp

The Impact of Flexible Outdoor Coffee Shop Design on Consumer Loyalty During the Rainy Season

Umi Hani Salamah¹, Lies Anggi P Dewi²

^{1,2} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Umi Hani Salamah¹, email: Umi10121285@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 18/07/2025

Diterima: 21/07/2025

Diterbitkan: 31/07/2025

Kata Kunci:

Fleksibilitas, Desain, Loyalitas, Hujan, Atanapi

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fleksibilitas desain *coffee shop outdoor* terhadap loyalitas konsumen selama musim hujan, dengan studi kasus di Atanapi *Coffee Camp*, Bandung. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada tantangan yang dihadapi *coffee shop* dengan konsep *outdoor* ketika musim hujan, yang dapat berdampak pada penurunan kenyamanan dan kunjungan konsumen. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, dan teknik pengambilan sampel menggunakan *snowball sampling* sebanyak 90 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana, uji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas desain, yang diukur melalui indikator ekspansibilitas dan konvertibilitas, berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yang mencakup aspek *repeat purchase, retention, and referrals*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah semakin tinggi fleksibilitas desain *outdoor*, maka semakin tinggi pula loyalitas konsumen, bahkan dalam kondisi cuaca yang kurang mendukung. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan desain *coffee shop outdoor* yang adaptif terhadap perubahan cuaca.

A B S T R A C T

Keywords:

Flexibility, design, loyalty, rain, Atanapi.

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

<https://doi.org/10.55916/frima.v1i7>

e - ISSN: 2656-6362

p - ISSN: 2614-6681

This study aims to analyze the effect of outdoor coffee shop design flexibility on consumer loyalty during the rainy season, with a case study at Atanapi Coffee Camp, Bandung. The background of this study is based on the challenges faced by coffee shops with outdoor concepts during the rainy season, which can have an impact on decreasing consumer comfort and visits. The approach used is quantitative with a survey method, and the sampling technique uses snowball sampling of 90 respondents. Data were analyzed using simple linear regression, validity tests, reliability, and classical assumptions. The results of the study indicate that design flexibility, as measured by indicators of expansibility and convertibility, has an effect on consumer loyalty, which includes aspects of repeat purchase, retention, and referrals. The conclusion of this study is that the higher the flexibility of outdoor design, the higher the consumer loyalty, even in less supportive weather conditions. This study provides theoretical and practical contributions in the development of outdoor coffee shop designs that are adaptive to weather changes.

©2025 Proceeding FRIMA, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Perkembangan Industri coffee shop di Indonesia, khususnya di kota-kota besar, menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Untuk bersaing, banyak pelaku usaha coffee shop berlomba-lomba menghadirkan konsep dan desain yang unik guna menciptakan suasana yang nyaman serta memberikan pengalaman berkesan bagi konsumen. Salah satu tren yang berkembang adalah konsep coffee shop outdoor, yang menawarkan nuansa alami dan terbuka sebagai daya tarik utama. Namun, konsep ini juga memiliki tantangan tersendiri, terutama ketika musim hujan tiba, di mana kenyamanan dan kunjungan pelanggan dapat mengalami penurunan signifikan.

Atanapi Coffee Camp di Bandung merupakan salah satu contoh coffee shop dengan konsep outdoor yang menarik perhatian masyarakat. Coffee shop ini menyajikan pengalaman ngopi dalam suasana berkemah, dengan desain ruang terbuka yang menyatu dengan alam. Namun, musim hujan sering kali menjadi hambatan dalam mempertahankan kenyamanan pengunjung, yang berdampak pada penurunan jumlah kunjungan dan loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah coffee shop tidak hanya bergantung pada produk yang ditawarkan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas desain dan kemampuannya beradaptasi terhadap kondisi lingkungan, terutama cuaca.

Desain yang fleksibel menjadi solusi strategis untuk coffee shop outdoor dalam menghadapi kondisi cuaca yang tidak menentu. Fleksibilitas desain mencakup kemampuan penataan ruang, perlindungan dari hujan, serta kenyamanan pengunjung dalam kondisi hujan. Semakin adaptif suatu desain terhadap lingkungan, maka semakin besar peluang tempat tersebut untuk tetap menarik dan mempertahankan pelanggan. Meskipun sudah banyak penelitian yang mengkaji hubungan desain interior dan loyalitas konsumen, namun masih sedikit yang secara khusus membahas peran fleksibilitas desain outdoor terhadap loyalitas konsumen di musim hujan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji sejauh mana pengaruh fleksibilitas desain coffee shop outdoor terhadap loyalitas konsumen, dengan studi kasus pada Atanapi Coffee Camp. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan konsep desain yang lebih adaptif terhadap cuaca dan memberikan pengalaman konsumen yang positif, sehingga mampu menjaga bahkan meningkatkan loyalitas konsumen di tengah tantangan musim hujan.

2. Kajian Teori

Fleksibilitas desain dalam konteks coffee shop outdoor merujuk pada kemampuan ruang untuk beradaptasi terhadap berbagai kondisi, terutama perubahan cuaca. Coffee shop dengan konsep outdoor menghadapi tantangan khusus saat musim hujan karena keterbatasan perlindungan dari cuaca dapat mengurangi kenyamanan konsumen. Fleksibilitas desain memungkinkan penataan ulang ruang, penggunaan furnitur tahan cuaca, serta perlindungan tambahan seperti tenda atau kanopi yang dapat dibuka-tutup sesuai kebutuhan. Menurut Wahyuda et al. (2022), dua indikator utama dari fleksibilitas desain adalah ekspansibilitas dan konvertibilitas, yang berarti kemampuan ruang untuk diperluas dan diubah tata letaknya dengan mudah.

Sementara itu, loyalitas konsumen merupakan bentuk kesetiaan jangka panjang terhadap suatu produk atau layanan. Loyalitas tidak hanya tercermin dalam perilaku pembelian ulang, tetapi juga dalam kepercayaan dan rekomendasi kepada orang lain. Tjiptono (2022) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen konsumen untuk membeli kembali produk secara konsisten, sedangkan Griffin menekankan pentingnya hubungan emosional antara konsumen dan penyedia layanan. Dalam penelitian ini, loyalitas diukur melalui tiga indikator yaitu repeat purchase (pembelian ulang), retention (kesetiaan meski ada tantangan), dan referrals (rekomendasi kepada orang lain).

Dengan menggabungkan kedua konsep tersebut, penelitian ini ingin melihat bagaimana fleksibilitas desain coffee shop outdoor dapat memengaruhi loyalitas konsumen selama musim hujan. Desain yang adaptif diyakini dapat menciptakan kenyamanan dan pengalaman positif, sehingga membuat konsumen tetap memilih untuk berkunjung dan merekomendasikan tempat tersebut meskipun cuaca kurang mendukung.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Pendekatan ini digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas yaitu fleksibilitas desain terhadap variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang dianalisis secara statistik.

Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup yang disebarluaskan kepada konsumen Atanapi Coffee Camp yang pernah berkunjung selama musim hujan. Penyebarluasan dilakukan secara langsung di lokasi serta melalui media sosial menggunakan Google Form. Teknik sampling yang digunakan adalah snowball sampling, yaitu metode di mana responden awal merekomendasikan responden lainnya. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 90 orang, yang dihitung menggunakan rumus Slovin berdasarkan populasi estimasi pengunjung selama musim hujan.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh antara fleksibilitas desain dan loyalitas konsumen. Sebelum dilakukan analisis utama, data diuji terlebih dahulu melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas, untuk memastikan kelayakan data dalam model statistik yang digunakan.

4. Hasil Dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fleksibilitas desain coffee shop outdoor di Atanapi Coffee Camp memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen selama musim hujan. Berdasarkan hasil kuesioner yang dianalisis melalui regresi linier sederhana, ditemukan bahwa semakin tinggi fleksibilitas desain, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh skor tertinggi pada indikator kenyamanan area outdoor saat hujan serta kecenderungan pengunjung untuk kembali dan merekomendasikan Atanapi kepada orang lain.

Pada aspek fleksibilitas desain, mayoritas responden menilai bahwa fasilitas perlindungan seperti tenda dan atap tambahan sudah cukup memadai. Namun, beberapa responden masih merasakan bahwa penataan ruang dan kemudahan pengaturan furnitur saat hujan belum sepenuhnya optimal. Hal ini terlihat dari skor rata-rata yang lebih rendah pada item pertanyaan mengenai kemampuan desain menyesuaikan kondisi cuaca.

Dari sisi loyalitas konsumen, meskipun sebagian pengunjung menyatakan tetap ingin datang ke Atanapi saat musim hujan, namun ada juga yang masih merasa ragu untuk berkunjung dalam kondisi cuaca buruk. Namun demikian, tingkat kepuasan terhadap desain fleksibel tetap mendorong loyalitas dalam bentuk repeat purchase dan referrals. Ini menunjukkan bahwa desain yang adaptif terhadap cuaca mampu meminimalkan dampak negatif dari musim hujan terhadap keputusan konsumen.

Secara keseluruhan, hasil ini mendukung hipotesis bahwa fleksibilitas desain berperan penting dalam mempertahankan loyalitas konsumen, terutama pada coffee shop berkonsep outdoor. Dengan demikian, pengelola dapat mempertimbangkan peningkatan pada aspek konvertibilitas dan kenyamanan ruang agar pengalaman pelanggan tetap positif, bahkan dalam kondisi cuaca yang tidak mendukung.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa fleksibilitas desain coffee shop outdoor di Atanapi Coffee Camp berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen selama musim hujan. Hal ini membuktikan bahwa aspek desain memiliki peran penting dalam menciptakan kenyamanan yang berdampak pada keputusan konsumen untuk tetap datang, meskipun kondisi cuaca tidak mendukung. Fleksibilitas desain memungkinkan konsumen tetap merasa nyaman karena adanya perlindungan seperti tenda dan atap tambahan, serta kemudahan dalam pengaturan tata letak furnitur.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Wahyuda et al. (2022), bahwa fleksibilitas desain—terutama dalam bentuk ekspansibilitas dan konvertibilitas—mampu menciptakan ruang yang adaptif terhadap perubahan kondisi dan kebutuhan pengguna. Dalam kasus Atanapi Coffee Camp, indikator konvertibilitas terlihat cukup kuat dalam memberikan kenyamanan melalui penyesuaian ruang saat hujan. Hal ini terbukti dari skor rata-rata tinggi pada item kenyamanan dan perlindungan di area outdoor.

Dari sisi loyalitas konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen yang merasakan kenyamanan cenderung melakukan pembelian ulang, tetapi memilih Atanapi dibanding tempat lain, serta merekomendasikan kepada orang lain. Ini selaras dengan pendapat Griffin (2022) dan Tjiptono (2022) yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen bukan hanya soal pembelian berulang, tetapi juga keterikatan emosional terhadap layanan atau tempat.

Namun, meskipun sebagian besar konsumen merasa nyaman dan loyal, masih terdapat keraguan dari sebagian responden untuk berkunjung saat hujan deras. Ini menunjukkan bahwa fleksibilitas desain yang ada saat ini masih perlu ditingkatkan, khususnya dalam aspek pelindung cuaca ekstrem dan efisiensi tata ruang.

Artinya, walaupun pengaruhnya signifikan, fleksibilitas desain belum sepenuhnya optimal dan masih menyisakan peluang untuk pengembangan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pentingnya inovasi desain adaptif sebagai strategi mempertahankan loyalitas konsumen, terutama di industri coffee shop outdoor. Jika pengelola mampu terus menyesuaikan desain ruang dengan kebutuhan konsumen dan kondisi cuaca, maka loyalitas pelanggan dapat tetap terjaga bahkan saat musim hujan.

5. Penutup

Kesimpulan

1. Fleksibilitas desain coffee shop outdoor berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Desain yang adaptif, terutama dalam hal perlindungan dari hujan dan kemudahan penataan ruang, mampu meningkatkan kenyamanan konsumen di Atanapi Coffee Camp selama musim hujan.
2. Indikator fleksibilitas seperti ekspansibilitas dan konvertibilitas terbukti efektif dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen, yang berdampak pada meningkatnya repeat purchase, retention, dan referrals meskipun dalam kondisi cuaca kurang mendukung.
3. Semakin tinggi fleksibilitas desain, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas konsumen. Oleh karena itu, inovasi desain ruang yang responsif terhadap perubahan cuaca sangat penting untuk mempertahankan konsumen, khususnya pada coffee shop berkonsep outdoor.

Saran

Sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi praktis dan teoritis:

1. Bagi Atanapi Coffee Camp, disarankan untuk mengoptimalkan konsep tenda yang menjadi ciri khas tempat ini dengan peningkatan dari sisi perlindungan terhadap hujan seperti penggunaan material tenda yang lebih tahan air atau atap tambahan yang tetap sejalan dengan nuansa camping. Hal ini penting untuk menjaga kenyamanan pengunjung selama musim hujan tanpa menghilangkan konsep utama coffee shop.
2. Bagi pelaku usaha coffee shop outdoor lainnya, hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan bahwa fleksibilitas desain merupakan aspek penting dalam menghadapi perubahan cuaca. Diharapkan pengelola dapat lebih proaktif dalam menciptakan desain yang adaptif, agar aktivitas usaha tetap berjalan lancar tanpa mengurangi kenyamanan pengunjung.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji variabel lain yang juga dapat memengaruhi loyalitas konsumen, seperti kualitas pelayanan, suasana, atau harga. Selain itu, penelitian dapat diperluas ke lokasi coffee shop lain dengan konsep outdoor agar hasilnya dapat lebih digenerasikan.

6. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi selama proses penyusunan artikel ini. Secara khusus, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti, serta kepada pihak Atanapi Coffe yang telah bersedia menjadi objek penelitian dan memberikan data serta informasi yang dibutuhkan.

7. Referensi

- Das, A. (2021). *Customer Loyalty in the Digital Age: A New Perspective*. Journal of Business Research, 78(2), 150–162.
- Fauzan, A., Rusilanti, Y., & Artanti, M. (2023). Perancangan Desain Interior Coffee Shop Bernuansa Alam di Perkotaan. Jurnal Desain dan Arsitektur, 11(1), 45–56.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. New York: Jossey-Bass.
- Liputan6.com. (2024). BMKG: Musim Hujan Diprediksi Berlangsung 5 hingga 6 Bulan. Diakses dari: <https://www.liputan6.com/news/read/xxxxx>
- Nugroho, H., Rahayu, S., & Faulina, L. (2025). Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen di Cafe Berbasis Alam. Jurnal Ilmu Manajemen, 17(2), 77–85.

- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2022). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Veronika, M., & Nainggolan, N. P. (2022). Studi Empiris Loyalitas Konsumen di Coffee Shop Kota Besar. *Jurnal Pemasaran*, 10(1), 22–29.
- Wahyuda, R., Fadhilah, S., & Yuliani, T. (2022). Desain Fleksibel untuk Coffee Shop Outdoor dalam Menghadapi Perubahan Iklim. *Jurnal Arsitektur Tropis*, 9(3), 101–112.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.