

## Literature Review : Pengaruh Elemen Desain Ruang Kafe Terhadap Dining Experience dari Solo Diners

Christy Sondang Nauli\*<sup>1</sup>, Yuni Maharani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Institut Teknologi Bandung, Bandung, Indonesia

Penulis Korespondensi

\*christymanurung@gmail.com

### ABSTRAK

Saat ini gaya hidup dan pola konsumsi konsumen mengalami perubahan terutama di daerah perkotaan. Salah satunya dengan perkembangan tren konsumen *solo diners*. *Solo diners* merupakan konsumen yang melakukan kegiatan konsumsi seorang diri tanpa orang lain di tempat makan publik. Motivasi menjadi *solo diners* untuk memiliki kebebasan dalam memilih waktu dan tempat makan serta untuk menikmati waktu sendiri (*quality time*). Namun, kondisi ruang kafe saat ini masih didominasi kepada pengunjung berkelompok sehingga belum sepenuhnya mengakomodir kebutuhan *solo diners*. Berdasarkan hal tersebut menjadi kesempatan bagi pelaku bisnis kafe untuk merancang ruang yang dapat mengakomodasi *solo diners*. Didukung dengan pernyataan bahwa konsumen *solo diners* merupakan target pasar yang baik. Dalam penelitian ini akan menggunakan metode *literature review* untuk mengidentifikasi konsumen *solo diners* dan faktor ruang yang mempengaruhi pengalaman *solo diners*. Diketahui bahwa *solo diners* dengan tipe *lonely* mengalami pengalaman yang kurang menyenangkan saat konsumsi seorang diri dibandingkan dengan *solo diners* dengan tipe *solitary*. Tata letak meja, jarak meja, dan posisi duduk, merupakan elemen desain ruang yang memberikan *dining experience* yang menyenangkan bagi *solo diners*.

**Kata kunci:** *jendela; partisi pembatas; meja belajar; furnitur multifungsi; kenyamanan termal*

### PENDAHULUAN

Bisnis kafe di Indonesia saat ini khususnya di kota-kota besar mengalami perkembangan yang sangat pesat setiap tahun. Perkembangan bisnis kafe yang pesat mengakibatkan tingginya persaingan di dalam bisnis kafe, sehingga membuat pelaku bisnis kafe berlomba-lomba meningkatkan kualitas baik dari produk yang ditawarkan, pelayanan, serta suasana ruang yang nyaman. Disamping itu diketahui gaya hidup dan pola konsumsi konsumen telah berubah dengan cepat terutama di perkotaan. Salah satunya dengan berkembangnya tren konsumen *solo diners*. *Solo diners* adalah individu yang melakukan kegiatan konsumsi tanpa orang lain di tempat makan publik (Sobal & Nelson, 2003; Moon dkk., 2020). Perkembangan konsumen *solo diners* terlihat dengan meningkatnya resevansi sebagai *solo diners* di restoran sebanyak 62% (The Priceline Group, 2015). Di Indonesia diketahui adanya keinginan konsumen untuk mendapatkan tempat makan yang dapat mengakomodir *solo diners* baik dari segi meja dan kursi, suasana, dan menu makanan (Huang, 2021). Tren *solo diners* ini telah mengubah kebiasaan kegiatan konsumsi yang awalnya dilakukan bersama untuk berinteraksi, menjadi kegiatan yang dilakukan seorang diri. Sehingga konsumen *solo diners* dapat menjadi target pasar yang baik untuk bisnis kafe. Didukung saat ini desain ruang kafe lebih cenderung memenuhi kebutuhan pengunjung *social diners* (tidak seorang diri).

Dalam bisnis kafe perlu dipertimbangkan aspek *dining experience* konsumen untuk meningkatkan kepuasan konsumen. *Dining experience* merupakan pengalaman yang dirasakan konsumen saat berinteraksi dengan elemen-elemen yang ada di dalam kafe (Tandjojo & Nugroho, 2009). *Dining experience* dapat memberikan pengaruh konsumen untuk pergi, membeli kembali, tetap berada di kafe, bahkan merekomendasikan kafe kepada orang lain. Menurut studi terdahulu terdapat empat aspek utama *dining experience* meliputi kualitas makanan, kualitas layanan, kenyamanan, dan suasana (Richardson dkk., 2019). Bagi konsumen

saat mendatangi kafe, kondisi suasana dan lingkungan yang nyaman sama pentingnya dengan ketersediaan makanan dan minuman yang enak. Sehingga artikel ini akan berfokus pada pengaruh elemen desain kafe terhadap *dining experience* yang menyenangkan dari *solo diners*.

Berdasarkan uraian diatas pada artikel ini akan mendalami karakteristik dari konsumen *solo diners* dan elemen ruang yang mempengaruhi *dining experience* dari *solo diners*. Diharapkan studi literatur ini dapat bermanfaat menambahkan referensi baik dalam bidang akademik desain interior maupun bisnis, yang khususnya terkait desain kafe untuk *solo diners*.

## LITERATUR MENGENAI PENELITIAN SEBELUMNYA

Studi terdahulu telah melihat bahwa elemen desain ruang dapat menjadi faktor yang dapat menarik pelanggan sehingga memperkuat daya saing dalam industri jasa. Hal ini didukung dengan pernyataan bahwa lingkungan fisik merupakan suasana yang memberikan pengaruh pada internal dan eksternal dari konsumen (Bitner, 1992; Kotler, 1973; Arnould dkk., 1998). Seperti dalam studi Ishak dkk., (2020) yang menemukan bahwa restoran yang berkonsep memberikan pengalaman menyenangkan kepada konsumen, secara khusus konsumen menikmati *dining experience* karena fasilitas estetika, suasana yang nyaman, dan pelayanan dari pegawai restoran.

**Tabel 1.** Studi terdahulu mengenai dining experience

No	Peneliti	Konteks Penelitian	Elemen Desain Ruang	Metode
1	Wansink, B & van Ittersum, (2012)	Pola konsumsi makanan	- Pencahayaan - Musik	Kuesioner
2	Ariffin dkk., (2017)	Kepuasan konsumen	- Suasana restoran	Kuesioner
3	Simon Tsai Chen-Tsang dan Lu, (2012)	Niat berkunjung kembali	- Konsep restoran	Kuesioner
4	Wardono P., (2012)	Kemampuan bersosialisasi, emosi, dan perilaku konsumen	- Warna - Pencahayaan - Dekor	Eksperimen
5	Pecotić M dkk., (2014)	Kepuasan konsumen	- Desain interior	Kuesioner
6	Garg dan Amelia, (2016)	<i>Dining experience</i>	- Suasana - Layout - Pencahayaan	Kuesioner
7	Ishak dkk., (2020)	<i>Dining experience</i>	- Konsep restoran	Wawancara

Sumber : Hasil *literature review* (2022)

Berdasarkan uraian diatas terdapat beberapa studi terdahulu yang telah melakukan studi pengaruh dari berbagai elemen desain ruang terhadap *dining experience* dari konsumen. Namun, studi yang secara khusus mengenai *dining experience* dari konsumen *solo diners* masih belum banyak dilakukan. Sehingga diharapkan *literature review* ini dapat melengkapi studi terdahulu mengenai *dining experience* terutama pada konsumen *solo diners*.

## METODE

Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah *literature review*. Referensi jurnal didapatkan melalui database penyedia jurnal internasional seperti *Science Direct*, *SpringerLink*, *Research Gate*, dan *SAGE*. Untuk mendapat hasil referensi yang lebih mendalam, artikel ini juga menggunakan situs pencarian Google untuk mendapatkan literatur terkait dengan *dining experience* dari *solo diners*. Pencarian referensi *literature* menggunakan kata

kunci utama seperti *solo diners*, *solo dining*, dan *eating alone*. Terdapat referensi dengan kata kunci lain namun masih relevan untuk menambahkan informasi yang lebih mendalam mengenai *solo diners*. Pada artikel ini menggunakan referensi dengan semua metode penelitian yang digunakan dalam mengidentifikasi karakteristik konsumen *solo diners* dan elemen desain ruang yang mempengaruhi *dining experience* dari *solo diners*. Secara garis besar referensi literatur terdiri dari dua bagian utama yaitu *literature* yang akan membahas tentang karakteristik konsumen *solo diner* dan *literature* tentang elemen desainruang kafe yang membentuk *dining experience* yang menyenangkan bagi *solo diners*.

## TEMUAN

### A. Karakteristik Konsumen *Solo Diners*

*Solo diners* merupakan konsumen yang melakukan kegiatan konsumsi seorang diri di tempat makan umum. Pada studi eksplanatori oleh Bae, Sohyun & Don-Jin Kim, (2017) didapatkan usia 25-34 tahun merupakan usia yang cenderung menjadi *solo diners* dengan status *single*. Dalam studi ini didapatkan bahwa sebagian besar yang menjadi *solo diners* merupakan *single person household* (hidup seorang diri) dengan pendapatan menengah ke bawah.

Dalam studi Han S., (2017) terdapat dua tipe *solo diners* yaitu *solitary* dan *lonely*. *Solitary* merupakan *solo diners* yang memilih untuk melakukan kegiatan konsumsi seorang diri, sedangkan *lonely* merupakan *solo diners* yang lebih sadar terhadap kehadiran pengunjung lain saat melakukan kegiatan konsumsi seorang diri. *Solo diners solitary* lebih merasakan pengalaman yang lebih menyenangkan saat makan seorang diri dibandingkan dengan *solo diners lonely*.

Beberapa studi terdahulu telah membahas bahwa *solo diners* tipe *lonely* lebih merassakan emosi negatif. Secara detail dalam studi Brown dkk., (2020) diketahui bahwa *solo diners* merasa tidak nyaman dan mendapatkan stigma negatif dari orang lain ketika makan seorang diri. Oleh karena kondisi tersebut tidak jarang *solo diners* memilih untuk secepat mungkin menyelesaikan kegiatan konsumsi atau bahkan menghindari kegiatan konsumsi saat sedang sendirian. Diketahui dalam studi Brown dkk., (2020) bahwa waktu makan malam menjadi kondisi yang paling tidak menyenangkan bagi *solo diners*. Hal ini didukung dengan dalam hasil studi eksplanatori oleh Bae, Sohyun & Don-Jin Kim, (2017) bahwa *solo diners* cenderung melakukan kegiatan konsumsi seorang diri pada waktu makan siang.

**Tabel 2** Literature review karakter konsumen *solo diners*

No.	Peneliti	Judul	Metode	Alat Ukur	Responden	Hasil
1.	Bae, Sohyun & Don-Jin Kim, (2017)	<i>The Impacts of Perceived Service Quality and Restaurant Type on Customer Satisfaction and Return Patronage Intentions: An Exploratory Investigation With a Focus on Solo Diners</i>	Kuantitatif Eksplanatori	Kuesioner Online	370 Orang	Secara berurutan niat berkunjung kembali bagi <i>solo diners</i> dipengaruhi oleh kualitas makanan, pelayanan, dan lingkungan fisik
2.	Han S., (2017)	<i>An Exploration of Solo Dining</i>	Kualitatif	Wawancara Mendalam	30 Orang	Peningkatan pengalaman <i>solo diners</i> dapat dipengaruhi oleh aspek lingkungan,

No.	Peneliti	Judul	Metode	Alat Ukur	Responden	Hasil
						pegawai, pengunjung lain, kualitas makanan, harga, dan lokasi. Diketahui terdapat dua tipe <i>solo diner</i> yaitu <i>lonely</i> dan <i>solitary</i> .
3.	Brown dkk., (2020)	<i>Dining Alone: Improving The Experience of Solo Restaurant Goers</i>	Kualitatif	Wawancara Mendalam	27 Orang	Ketidaknyamanan saat melakukan konsumsi seorang diri disebabkan oleh penilaian negatif dari orang lain. Kondisi tersebut dapat diatasi dengan penggunaan buku dan ponsel.

Sumber : Hasil *literature review* (2022)

## B. Elemen Ruang Pembentuk *Dining Experience* Bagi *Solo Diners*

*Dining experience* merupakan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen pada selama melakukan kegiatan konsumis di kafe. *Dining experience* termasuk aspek mendasar yang harus terpenuhi oleh desain kafe, dikarenakan konsumen akan berkunjung kembali atau bahkan merekomendasikan kafe ketika mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan. Empat aspek utama yang membentuk *dining experience* yaitu kualitas makanan, kualitas layanan, kenyamanan, dan suasana (Richardson, Lefrid, Munyon dan Rasoolimanesh (2019). Pada artikel ini akan berfokus melihat pengaruh lingkungan fisik dari kafe sebagai pembentuk *dining experience* dari konsumen *solo diners*. Dimana lingkungan fisik kafe merupakan wadah yang mendukung aktifitas konsumsi *solo diners*. Sebagai berikut adalah temuan penting dari studi terdahulu.

### 1) *Why Not Eat Alone? The Effect of Other Consumers on Solo Dining Intentions and The Mechanism* (Her, Eun Sol & Soobin, Seo., 2018)

Studi ini akan menganalisis hubungan variabel independen (tipe kelompok pengunjung, tingkat keramaian, antisipasi kesepian dan antisipasi stigma negatif dari pengunjung lain) terhadap variabel dependen niat makan *solo dining* di restoran. Menggunakan metode kuantitatif dengan memberikan kuesioner secara online kepada 250 orang. Partisipan penelitian dibatasi untuk penduduk dewasa U.S yang telah melakukan konsumsi seorang diri di restoran *informal* dalam waktu enam bulan terakhir. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pengunjung lain di restoran memiliki peran penting bagi pengalaman *solo dining*. Diketahui niat berkunjung *solo dining* lebih tinggi ketika restoran tidak ramai dan sebagian besar pengunjung lain adalah *solo dining*. Lebih lanjut diketahui bahwa jika kondisi restoran mayoritas pengunjung lain membuat antisipasi kesepian dan antisipasi stigma negatif menjadi rendah.

### 2) *So Private, yet So Public: The Impact of Spatial Distance, Other Diners, and Power on Solo Dining Experiences* ((Hwang dkk., 2018)

Studi ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jarak antara *solo dining* terhadap kesenangan saat konsumsi di restoran. Dalam studi ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan eksperimen. Terdapat dua eksperimen, pada eksperimen pertama akan menyelidiki efek jarak spasial meja makan dan komposisi pengunjung terhadap kenikmatan yang dirasakan oleh *solo dining*. Pada eksperimen kedua menerapkan variasi kedekatan pengunjung lain dengan jarak spasial meja makan dan jumlah pengunjung lain untuk melihat pengaruhnya terhadap *sense power* dari *solo dining*. Temuan studi menunjukkan bahwa *solo dining* memiliki sikap lebih baik ketika berdekatan dengan pengunjung *solo dining* lainnya. Tingkat kesenangan *solo diners* menjadi lebih baik ketika berdekatan dengan *solo dining* lainnya. Didapatkan bahwa *solo dining* dengan *sense power* yang tinggi tidak peka terhadap jarak spasial dari pengunjung lain. Sebaliknya *solo dining* dengan *sense power* yang rendah lebih fokus pada kondisi sosial yang membuat kesenangan mereka lebih tinggi ketika memiliki jarak spasial yang besar dengan pengunjung lain.

3) *How Can The Solo Dining Experience be Enhanced? Focusing on Perceived Territoriality* (Moon dkk., 2020)

Studi ini bertujuan (1) mengidentifikasi potensi dari batasan fisik dan batas psikologi yang digunakan *solo dining* di restoran, (2) menguji faktor-faktor batasan fisik dan batas psikologi yang mempengaruhi persepsi teritorialitas *solo dining*, (3) menyelidiki persepsi teritorial terhadap kepuasan *solo dining* dan niat berkunjung kembali ke restoran, dan (d) menentukan variabel moderasi motivasi *solo dining* dari hubungan antara faktor batas fisik, batas psikologi restoran, serta persepsi teritorial yang dirasakan. Faktor batas fisik restoran meliputi jarak antar meja dan penggunaan eksklusif, sedangkan faktor psikologis meliputi ketergantungan tempat, identitas tempat, dan pandangan tidak nyaman dari orang lain. Dalam studi ini menggunakan dua metode yaitu (1) wawancara langsung di restoran dengan *solo dining* yang telah melakukan konsumsi seorang diri, dan (b) *solo dining* yang dipilih secara acak dan diberikan survei *online* setelah melakukan konsumsi seorang diri. Didapatkan bahwa batas fisik dan batas psikologis di restoran memiliki korelasi positif dengan persepsi teritorial, kepuasan, dan niat berkunjung kembali oleh *solo dining*. Pada persepsi teritorial faktor yang signifikan memberikan pengaruh adalah jarak antar meja, ketergantungan tempat, dan identitas tempat, jika dibandingkan dengan penggunaan eksklusif dan pandangan tidak nyaman dari orang lain. Persepsi teritorial yang dirasa oleh *solo dining* memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan niat berkunjung kembali ke restoran.

4) *Seat choice in a crowded cafe: effects of eye contact, distance, and anchoring* (Staats & Piet Groot, 2019)

Fokus studi ini untuk mengetahui pemilihan kursi yang dilakukan individu saat mendatangi kafe seorang diri. Dilakukan dengan dua eksperimen, dimana responden diberikan tiga denah interior dengan tingkat keintiman dan privasi yang telah dimanipulasi. Pada eksperimen pertama, aspek keintiman dimanipulasi dengan kontak mata dan jarak fisik dengan orang lain, sedangkan aspek privasi dimanipulasi dengan posisi kursi. Pada eksperimen kedua untuk mengukur respon kognitif dan afektif dalam pemilihan kursi dengan menggunakan skenario yang sama dengan eksperimen pertama. Dalam eksperimen pertama didapatkan responden lebih sering memilih tempat duduk dengan jarak kursi yang lebih jauh dengan pengunjung lain. Pada eksperimen kedua diketahui bahwa responden lebih memilih kursi yang memiliki aspek keintiman yang rendah dengan posisi di ujung ruang dekat dengan dinding. Posisi ini memiliki kontak mata yang rendah dan aspek privasi yang tinggi.

**Tabel 3** Literature review elemen ruang pembentuk *dining experience* bagi *solo diners*

No.	Peneliti	Judul	Metode	Alat Ukur	Partisipan	Hasil
1.	Her & Soobin Seo, (2018)	<i>Why Not Eat Alone? The Effect of Other Consumers on Solo Dining Intentions and The Mechanism</i>	Kuantitatif Eksperimen	Kuesioner Online	250 Orang	Pengunjung lain yang ada di restoran memainkan peran penting bagi niat berkunjung,antisipasi kesepian, dan antisipasi stigma negatif dari <i>solo dining</i> .
2.	Hwang dkk., (2018)(Hwang et al., 2018)	<i>So Private, yet So Public: The Impact of Spatial Distance, Other Diners, and Power on Solo Dining Experiences</i>	Kuantitatif Eksperimen	Kuesioner Online	143 Orang	<i>Solo dining</i> menunjukkan tingkat kenikmatan yang lebih tinggi ketika berdekatan dengan pengunjung <i>solo dining</i> lainnya.
3.	Moon dkk., (2020)	<i>How Can The Solo Dining Experience be Enhanced? Focusing on Perceived Territoriality</i>	Kuantitatif	Kuesioner Online	410 Orang	Presepsi teritorial yang dirasa oleh <i>solo dining</i> memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan niat berkunjung kembali ke restoran.
4.	Staats & Pie Groot, (2019)	<i>Seat choice in a crowded cafe: effects of eye contact, distance, and anchoring</i>	Kuantitatif Eksperimen	Kuesioner	71 Orang	Ketika individu mendatangi kafe seorang diri akan cenderung memilih posisi kursi di area ujung ruang dekat dengan dinding

Sumber : Hasil literature review (2022)

## PEMBAHASAN

Telah dijelaskan bahwa *solo diners* mengalami emosi negatif yang disebabkan oleh stigma negatif dari pengunjung lain. Emosi negatif yang dialami oleh *solo diner* terjadi pada interaksi tidak langsung seperti kedekatan, kehadiran, kontak mata, dan merasa dalam pengawasan oleh pengunjung lain pada tempat makan publik. Diharapkan melalui perancangan elemen desain ruang kafe yang tepat dapat memberikan pengaruh pada interaksi *solo diners* dengan pengunjung lain, sehingga menghasilkan pengalaman yang menyenangkan bagi *solo diners*. Berdasarkan uraian empat studi terdahulu didapatkan tiga elemen desain utama yang membentuk *dining experience* yang menyenangkan bagi *solo diners*, sebagai berikut:

### A. Tata Letak Meja Makan

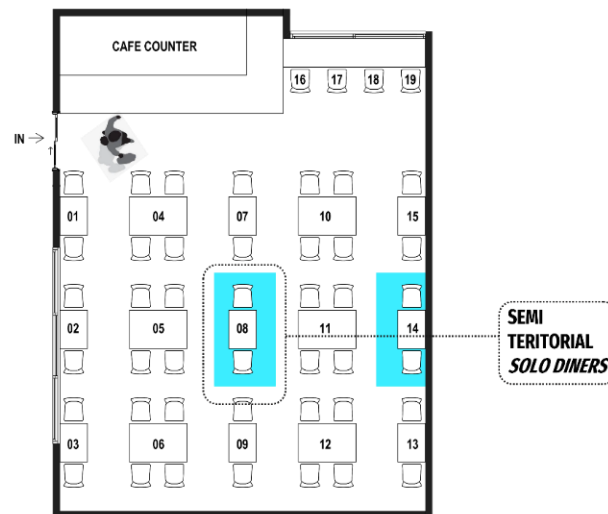
Pengunjung lain berpengaruh untuk menciptakan *dining experience* yang menyenangkan bagi *solo diners*. Pada hasil studi Hwang dkk., (2018) menyatakan bahwa *solo diners* menunjukkan sikap yang lebih baik ketika berdekatan dengan *solo diners* yang lain. Kondisi kedekatan antara *solo diners* membuat meningkatnya kesenangan *solo diners*, dibandingkan dengan kedekatan dengan pengunjung lain yang berkelompok (*social diners*). Untuk mengakomodasi kebutuhan *solo diners* perancangan tata letak meja makan dapat dirancang dengan memisahkan area untuk kelompok *solo diners* dan kelompok pengunjung lain. Lebih lanjut dalam studi Her & Seo, (2018) menjelaskan bahwa antisipasi kesepian dan stigma negatif dari pengunjung lain menjadi lebih rendah ketika antar *solo diners* saling berdekatan. Namun, dalam studi Choi dkk., (2022) menyatakan bahwa pengaruh kedekatan dengan *solo diners* yang lain lebih relevan untuk generasi yang lebih tua jika dibandingkan dengan generasi Z. Diketahui bahwa *solo diners* generasi Z cenderung lebih berfokus pada dirinya sendiri saat melakukan kegiatan konsumsi, sehingga perasaan orang lain disekitar dirinya tidak memberikan pengaruh.



**Gambar 1.** Tata letak meja makan kedekatan antara solo diners dengan *solo diners* yang lain  
Sumber: Dokumentasi pribadi (2022)

### B. Jarak Antar Meja

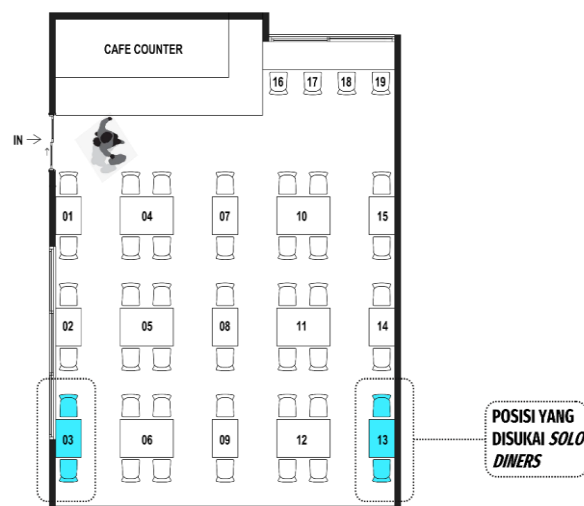
Jarak antar meja menjadi faktor yang signifikan dalam pembentuk persepsi teritorialitas bagi *solo diners*. Persepsi teritorialitas yang dirasakan *solo diners* memiliki hubungan positif dengan kepuasan dan niat berkunjung kembali ke tempat makan (Moon dkk., 2020). Pada Altman (1980) membagi penanda teritori menjadi tiga kelompok yaitu *fix element*, *semi fixed element*, dan *non-fixed element*. Jarak antar meja didefinisikan menjadi penanda teritori *non-fixed element* yang menciptakan ruang personal dan kepemilikan bagi *solo diners* saat berada pada tempat makan. Jarak antar meja dalam ruang kafe memberikan pengaruh secara tidak langsung terhadap perasaan seseorang akibat interaksi dengan pengunjung lain disekitarnya. *Solo diners* dapat menguasai meja untuk memenuhi kebutuhan dirinya saat melakukan kegiatan konsumsi.



Gambar 2. Posisi duduk pada area sudut yang disenangi oleh solo diners  
Sumber: Dokumenasi pribadi (2022)

### C. Posisi Duduk

Posisi duduk berhubungan dengan kondisi perspektif visual yang dirasakan pengunjung saat melihat objek atau pengunjung lain. Dijelaskan bahwa *solo diners* menyukai duduk di meja yang terletak pada area sudut Han S., (2017). Sejalan dengan hasil studi yang dilakukan oleh Staats & Piet Groot, (2019) yang menjelaskan seorang yang mendatangi kafe sendirian akan lebih memilih meja yang berdekatan dengan bidang vertikal, yang cenderung memiliki keintiman rendah dan privasi tinggi. Disimpulkan *solo diners* akan cenderung memilih posisi duduk yang memiliki interaksi yang rendah dengan pengunjung lain disekitarnya. Sehingga dalam perancangan ruang kafe kelompok *solo diners* dapat diposisikan pada area yang memiliki keintiman rendah dan privasi tinggi seperti area sudut yang tidak berada pada sirkulasi utama.



Gambar 3. Area semi teritorial dari solo diners saat melakukan konsumsi seorang diri  
Sumber : Dokumentasi pribadi (2022)

### KESIMPULAN

Berdasarkan uraian analisa diatas, maka disimpulkan bahwa kondisi lingkungan fisik kafe dapat memberikan *dining experience* yang menyenangkan untuk *solo diners*. Penerapan elemen



desain ruang kafe yang tepat dapat mengatasi emosi negatif dari *solo diners*. Temuan dari studi terdahulu didapatkan bahwa tiga elemen desain ruang kafe yang utama yaitu tata letak makan, jarak antar meja, dan posisi duduk. Temuan ini dapat menjadi pertimbangan bagi pelaku bisnis untuk melakukan perancangan ruang kafe, terutama pada kafe yang akan mengakomodir konsumen *solo diners*. Sehingga desain ruang kafe dapat mengakomodir sepenuhnya kebutuhan dari konsumen *solo diners*.

Diharapkan dapat dilakukan studi selanjutnya yang lebih mendalam mengenai elemen desain ruang kafe pembentuk *dining experience* dari *solo diners*. Sehingga dapat menambahkan informasi mengenai desain kafe untuk konsumen *solo diners* yang lebih spesifik dan mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Altman, Irwan dan Chemers, Martin., (1980): *Culture and environment, first published*, California, Canbridge University Press.
- Ariffin, H. F., Bibon, M. F., & Raja Abdullah, R. P. S. (2017). Restaurant's Atmospheric Elements: What the customer wants. *Journal of ASIAN Behavioural Studies*, 2(3), 85. <https://doi.org/10.21834/jabs.v2i2.182>
- Arnould, E. J., Price, L. L., & Tierney, P. (1998). Communicative staging of the wilderness servicescape. *Service Industries Journal*, 18(3), 90–115. <https://doi.org/10.1080/02642069800000034>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57. <https://doi.org/10.2307/1252042>
- Brown, L., Buhalis, D., & Beer, S. (2020). Dining alone: improving the experience of solo restaurant goers. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(3), 1347–1365. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2019-0584>
- Choi, S. hee, Cho, M., Yang, E. C. L., & Tabari, S. (2022). Emotional congruence among solo diners. *International Journal of Hospitality Management*, 101(March 2021). <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103108>
- Garg, A. (2016). *Service Clues' Influence on Customers' Dining Experience in Fine Dining Restaurants Related papers*. 5(1).
- Han, S. (2017). *An Exploration of Solo Dining Experience in South Korea Management, Sciences and Marketing Division Table of Contents*.
- Her, E. S., & Seo, S. (2018). Why not eat alone? The effect of other consumers on solo dining intentions and the mechanism. *International Journal of Hospitality Management*, 70(November 2016), 16–24. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.10.019>
- Huang, D. (11 Oktober 2021). *Makan Sendirian di Restoran, Kenapa Selalu Dilihat Aneh?* Dedyhuang.Com. Diperoleh dari <https://deddyhuang.com/2021/06/04/makan-sendirian-di-restoran/>
- Hwang, Y. H., Shin, J., & Mattila, A. S. (2018). So private, yet so public: The impact of spatial distance, other diners, and power on solo dining experiences. *Journal of Business Research*, 92, 36–47. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.004>
- Ishak, F. A. C., Zainun, N. A. A., Karim, M. S., Ungku, Z. A. U. F., & Mohamad, S. F. (2020). The Multifaceted of Themed Restaurant: Exploring the Unique and Vulnerable Elements in Staging Authentic Dining Experience. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v10-i3/7097>
- Kotler, P. (1974). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of Retailing*. 49(4). 48-64.
- Moon, S., Bonn, M. A., & Cho, M. (2020). How can the solo dining experience be enhanced?

- Focusing on perceived territoriality. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102506. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102506>
- Pecotić, M., Bazdan, V., & Samardžija, J. (2014). Interior Design in Restaurants as a Factor Influencing Customer Satisfaction. *RIThink*, 4, 10–14.
- Richardson, S., Lefrid, M., Jahani, S., Munyon, M. D., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Effect of dining experience on future intention in quick service restaurants. *British Food Journal*, 121(11), 2620–2636. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2018-0617>
- Simon Tsai Chen-Tsang, C. T., & Lu, P. H. (2012). Authentic dining experiences in ethnic theme restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 304–306. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.010>
- So-Hyun Bae, & Don-Jin Kim. (2017). The Impacts of Perceived Service Quality and Restaurant Type on Customer Satisfaction and Return Patronage Intentions: An Exploratory Investigation with a Focus on Solo Diners. *Culinary Science & Hospitality Research*, 23(1), 84–94. <https://doi.org/10.20878/cshr.2017.23.1.010>
- Sobal, J., & Nelson, M. K. (2003). Commensal eating patterns: A community study. *Appetite*, 41(2), 181–190. [https://doi.org/10.1016/S0195-6663\(03\)00078-3](https://doi.org/10.1016/S0195-6663(03)00078-3)
- Staats, H., & Groot, P. (2019). Seat choice in a Crowded Café: Effects of eye contact, distance, and anchoring. *Frontiers in Psychology*, 10, 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00331>
- The Priceline Group. (11 Oktober 2021). *Open Table Study Reveals Rise in Solo Dining*. Diperoleh dari <https://press.opentable.com/news-releases/news-release-details/opentable-study-reveals-rise-solo-dining>
- Wansink, B., & van Ittersum, K. (2012). Fast food restaurant lighting and music can reduce calorie intake and increase satisfaction. *Psychological Reports*, 111(1), 228–232. <https://doi.org/10.2466/01.PR0.111.4.228-232>
- Wardono, P., Hibino, H., & Koyama, S. (2012). Effects of Interior Colors, Lighting and Decors on Perceived Sociability, Emotion and Behavior Related to Social Dining. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 38, 362–372. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.358>
- Tandjojo, N. & Nugroho, A. (2009). *Analisis pengaruh meal experience terhadap loyalitas konsumen restoran Jepang di Surabaya*, Tesis, Universitas Kristen Petra.