PENENTUAN LOKASI KAFE DI KOTA BANDUNG BERDASARKAN MINAT KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE TOPSIS

Achmad Abdu Syakur Alfauzie[1], Ahmad Munandar[2]

[1,2]*Universitas Sangga Buana YPKP Bandung*
E-mail : alfauziesyakur@gmail.com[1], amunandar70@gmail.com[2]

ABSTRAK

Kota Bandung dikenal sebagai destinasi wisata kuliner yang terus berkembang, dengan jumlah tempat makan, restoran, dan kafe yang meningkat dari 1.448 pada 2020 menjadi 3.080 pada 2024. Salah satu jenis usaha kuliner yang berkembang pesat adalah usaha kafe. Kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan dan minum, tetapi juga sebagai ruang berinteraksi, bekerja, belajar maupun sekadar bersantai. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan usaha kafe semakin meningkat, sehingga pemilihan lokasi menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Dalam menentukan lokasi kafe, preferensi konsumen menjadi pertimbangan penting sehingga diperlukan pendekatan untuk mengidentifikasi prioritas variabel secara objektif dan terukur. Penelitian ini bertujuan mengetahui prioritas variabel dalam menentukan lokasi kafe di Kota Bandung berdasarkan preferensi konsumen serta merekomendasikan lokasi optimal menggunakan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS). Prioritas variabel dianalisis menggunakan Borda Count, sedangkan TOPSIS digunakan untuk menentukan lokasi terbaik dari 30 kecamatan di Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan terdapat sembilan variabel yang menjadi pertimbangan konsumen, dengan kualitas produk sebagai variabel paling diprioritaskan berdasarkan skor Borda sebesar 2,463, diikuti aksesibilitas, suasana lingkungan, harga, visibilitas, kualitas layanan, keamanan, akses parkir, dan kedekatan target pasar. Hasil TOPSIS menunjukkan Kecamatan Bandung Wetan sebagai lokasi paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung dengan nilai preferensi tertinggi sebesar 0,806.

Kata Kunci : *Borda Count, Kafe, Lokasi Usaha, Minat Konsumen, TOPSIS*

ABSTRACT

The city of Bandung is known as a rapidly growing culinary tourism destination, with the number of eateries, restaurants, and cafes rising from 1,448 in 2020 to 3,080 in 2024. One type of culinary business experiencing rapid growth is the café industry. Cafés serve not only as places to eat and drink but also as spaces for socializing, working, studying, or simply relaxing. These conditions have led to increasingly fierce competition among café businesses, making location selection a critical factor in determining business success. When selecting a café location, consumer preferences are a key consideration, necessitating an approach to objectively and measurably identify the priority of variables. This study aims to determine the priority of variables in selecting a café location in Bandung based on consumer preferences and to recommend the optimal location using the Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution (TOPSIS) method. Variable priorities were analyzed using the Borda Count, while TOPSIS was used to determine the best location among the 30 subdistricts in Bandung. The research results show that there are nine variables that consumers consider, with product quality being the highest-priority variable based on a Borda score of 2,463, followed by accessibility, ambient atmosphere, price, visibility, service quality, safety, parking access, and proximity to the target market. The TOPSIS results indicate that Bandung Wetan Subdistrict is the most optimal location for establishing a café business in Bandung City, with the highest preference value of 0,806.

Keywords : *Borda Count,Business Location, Café, Customer Interest, TOPSIS*

PENDAHULUAN

Kota Bandung merupakan Ibukota Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah sebesar 167,31 km² yang terbagi menjadi 30 kecamatan mencakup 151 kelurahan (BPS, 2025). Selain dikenal dengan pemandangan alam pegunungan yang sejuk, Bandung juga terkenal dengan wisata kulinernya. Berdasarkan data Open Data Kota Bandung (2025), jumlah tempat makan, restoran, dan kafe di Bandung meningkat dari 1.448 unit pada tahun 2020 menjadi 3.080 unit pada tahun 2024, meskipun sempat menurun pada 2021-2022 akibat dampak pandemi sebelum kembali meningkat tajam pada 2023 dan 2024 seiring pulihnya aktivitas masyarakat (Gambar 1). Peningkatan tersebut mencerminkan tingginya minat pelaku usaha untuk berinvestasi di bidang kuliner sekaligus meningkatnya persaingan antar pelaku usaha dalam menarik konsumen.



Gambar 1 Jumlah Rumah Makan, Restoran, dan Kafe di Kota Bandung Tahun 2020-2024
Sumber: Open Data Kota Bandung, 2025

Salah satu jenis usaha kuliner yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah usaha kafe, seiring bertumbuhnya budaya nongkrong di kalangan masyarakat perkotaan, terutama generasi muda. Kafe merupakan tempat yang menjual berbagai jenis minuman, terutama kopi, serta makanan ringan, dan sering dijadikan lokasi berkumpul untuk berinteraksi, bekerja, atau bersantai (Veronika & Gudiato, 2024). Kafe dipilih sebagai objek penelitian ini karena perannya yang tidak hanya sebatas tempat makan dan minum, melainkan juga berfungsi sebagai "ruang ketiga" (*third place*), yaitu ruang sosial di luar rumah maupun tempat kerja yang dimanfaatkan masyarakat untuk berinteraksi, menyelesaikan pekerjaan, ataupun sekadar bersantai dalam suasana yang tidak formal (Sireki & Wibisono, 2020). Peran inilah yang membuat kafe menjadi salah satu bentuk usaha kuliner dengan tingkat peminat tinggi serta pertumbuhan pesat, sehingga persaingan antar pelaku usahanya cenderung lebih ketat dibandingkan jenis usaha kuliner lainnya.

Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2025), terdapat 3.078 tempat penyedia layanan makanan dan minuman, terdiri atas restoran sebanyak 2.045 unit, kafe sebanyak 342 unit, coffee shop sebanyak 194 unit, bar sebanyak 174 unit, *bakery* sebanyak 63 unit, caterer sebanyak 51 unit, serta berbagai jenis usaha kuliner lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa kafe merupakan jenis usaha kuliner dengan jumlah terbanyak kedua setelah restoran, yang mengindikasikan daya tarik dan peluang pasar yang tinggi sekaligus persaingan yang cukup ketat antar pelaku usaha kafe dalam menarik minat konsumen.

Dalam kegiatan bisnis, pemilihan lokasi menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, khususnya pada sektor kuliner seperti kafe. Lokasi yang strategis umumnya berada di pusat aktivitas masyarakat, memiliki tingkat kepadatan

penduduk yang tinggi, mudah diakses melalui berbagai sarana transportasi, serta didukung oleh kondisi lalu lintas yang memadai (Lestari, Kusumanto, Haripto, Nazaruddin, & Rizki, 2023) . Bagi usaha kafe, lokasi tidak hanya memengaruhi kemudahan konsumen dalam menjangkau tempat usaha, tetapi juga berkaitan dengan potensi pasar, tingkat kenyamanan pelanggan, serta kemampuan usaha bersaing dengan kompetitor di sekitarnya. Sebaliknya, pemilihan lokasi yang kurang sesuai berpotensi menghambat perkembangan usaha, mengurangi daya saing, serta menyulitkan pelaku usaha dalam menarik dan memperoleh konsumen (Rini Mutianisa & Rusnandari Retno Cahyani, 2024) . Preferensi dan minat konsumen terhadap suatu lokasi juga menjadi hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi usaha kafe, sehingga diperlukan pendekatan yang mampu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat konsumen secara objektif dan terukur.

Penerapan metode *Technique For Order Preference By Similarity To Ideal Solution* (TOPSIS) dalam pengambilan keputusan pemilihan lokasi usaha bukanlah hal baru. Metode ini telah banyak digunakan pada berbagai objek usaha, mulai dari penentuan lokasi grosir pulsa (Lestari et al., 2023), depot air minum isi ulang (Sari, Meri, Buana, & Sari, 2024), hingga pergudangan (Wahyudi, 2024). Meskipun beragam, sebagian besar penelitian tersebut masih mengandalkan kriteria yang bersifat umum dan berorientasi pada aspek operasional usaha, seperti harga sewa, kemudahan akses, ketersediaan fasilitas, maupun kondisi lingkungan sekitar, sementara aspek minat atau preferensi konsumen sebagai dasar penyusunan kriteria penilaian belum menjadi fokus utama. Kajian yang secara khusus membahas penentuan lokasi kafe juga masih terbatas cakupan kriteria dan jumlah alternatif lokasinya, serta belum ada yang mengambil studi kasus di wilayah Kota Bandung.

Dalam kajian perilaku konsumen, minat terhadap suatu lokasi usaha tidak terbentuk secara tunggal, melainkan merupakan hasil pertimbangan atas berbagai atribut secara bersamaan, mulai dari faktor fisik lokasi seperti aksesibilitas dan visibilitas, hingga faktor pengalaman seperti kenyamanan suasana dan kualitas layanan yang diterima (Lestari et al., 2023). Karakteristik pengambilan keputusan yang multikriteria dan seringkali bersifat subjektif inilah yang menjadikan metode multi-attribute decision making, seperti TOPSIS, relevan untuk digunakan, karena mampu mengubah preferensi konsumen yang bersifat kualitatif menjadi ukuran kuantitatif yang objektif dan dapat dibandingkan antar alternatif lokasi (Mutmainah & Yunita, 2021). Pendekatan inilah yang menjadi dasar penelitian ini dalam mengombinasikan metode *Borda Count* dan TOPSIS untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha kafe akan alat bantu pengambilan keputusan lokasi yang terukur. Posisi penelitian ini terhadap beberapa kajian terdahulu yang menggunakan metode serupa dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1 Posisi Penelitian terhadap Kajian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Objek dan Metode	Perbedaan dengan Penelitian Ini
(Lestari et al., 2023)	Lokasi grosir pulsa, TOPSIS	Kriteria bersifat operasional usaha, tanpa pembobotan berbasis preferensi konsumen
(Sari et al., 2024)	Lokasi depot air minum isi ulang, TOPSIS	Cakupan alternatif terbatas pada satu wilayah kecil, kriteria teknis-operasional

(Wahyudi, 2024)	Lokasi gudang baru, TOPSIS-PIPRECIA	Bobot kriteria dari penilaian ahli (*expert judgment*), bukan preferensi konsumen
(Rini Mutianisa & Rusnandari Retno Cahyani, 2024)	Pemilihan lokasi usaha secara umum, deskriptif kualitatif	Tidak menggunakan metode kuantitatif multikriteria
Penelitian ini (2026)	Lokasi usaha kafe pada 30 kecamatan di Kota Bandung, Borda Count-TOPSIS	Menggabungkan prioritas variabel dari preferensi 401 konsumen dengan TOPSIS pada cakupan wilayah Kota Bandung

Sumber: Kajian literatur, diolah 2026

Kesenjangan tersebut menunjukkan masih terbukanya peluang penelitian mengenai pemilihan lokasi kafe yang mengombinasikan pengukuran preferensi konsumen secara kuantitatif dengan metode pengambilan keputusan multikriteria pada cakupan wilayah yang lebih luas. Metode TOPSIS dipilih karena sederhana, mudah dipahami, efektif, dan memiliki kemampuan untuk menilai alternatif berdasarkan kelebihannya dan kekurangannya, yaitu dengan mencari alternatif yang paling dekat dengan solusi ideal positif dan paling jauh dari solusi ideal negatif (Wicaksono, 2023). Dibandingkan metode *Multi-Criteria Decision Making* (MCDM) lain seperti *Analytical Hierarchy Process* (AHP) atau *Simple Additive Weighting* (SAW), TOPSIS relatif lebih unggul digunakan pada penelitian dengan jumlah alternatif yang banyak, seperti 30 kecamatan pada penelitian ini, karena tidak memerlukan perbandingan berpasangan antar alternatif yang jumlah perhitungannya akan meningkat secara eksponensial (Mutmainah & Yunita, 2021). Karakteristik inilah yang menjadikan TOPSIS sebagai metode yang dinilai paling sesuai untuk menjawab permasalahan penelitian ini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menjawab dua permasalahan, yaitu variabel apa yang diprioritaskan konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe di Kota Bandung, dan bagaimana rekomendasi lokasi yang paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung berdasarkan hasil perhitungan metode TOPSIS. Sejalan dengan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang menjadi prioritas konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe, serta mengetahui rekomendasi lokasi yang paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan ilmiah bagi pelaku usaha, calon investor, maupun pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan penataan ruang usaha kuliner yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan pembangunan di Kota Bandung.

METODE

Data

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner dengan pengumpulan data berlangsung mulai tanggal 28 April 2026 sampai dengan 5 Juni 2026. Sedangkan data sekunder dihimpun dari Badan Pusat Statistik (BPS), Open Data Kota Bandung, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang sedang atau pernah mengunjungi kafe di Kota Bandung, dengan jumlah yang tidak diketahui, sehingga ukuran sampel dihitung menggunakan rumus *Cochran* (Subhaktiyasa, 2024) sebagaimana Persamaan 1.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad \ldots(1)$$

dengan n adalah ukuran sampel, z adalah nilai distribusi normal untuk tingkat kepercayaan 95% (1,96), p adalah proporsi populasi yang diperkirakan bersifat homogen (0,5), q adalah 1-p (0,5), dan e adalah tingkat kesalahan sampel sebesar 5%. Perhitungan tersebut menghasilkan nilai sampel sebesar 384,16 yang dibulatkan ke atas menjadi minimal 385 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling berdasarkan tiga kriteria, yaitu pernah atau sedang mengunjungi kafe di Kota Bandung, berusia minimal 17 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap (Machali, 2021).

Instrumen penelitian disusun berdasarkan sembilan variabel yang diadaptasi dari kajian literatur dan penelitian terdahulu, yaitu Aksesibilitas (X1), Visibilitas (X2), Suasana Lingkungan (X3), Harga (X4), Kualitas Produk (X5), Kualitas Layanan (X6), Akses Parkir (X7), Kedekatan Target Pasar (X8), Keamanan (X9), dan Penentuan Lokasi Kafe (Y), yang selanjutnya digunakan pula sebagai sembilan kriteria (C1-C9) dalam tahap TOPSIS. Definisi operasional masing-masing variabel disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi operasional
Aksesibilitas (X1)	Kemudahan konsumen menjangkau lokasi kafe melalui berbagai moda transportasi. (Imas Subriah Maryati, 2018)
Visibilitas (X2)	Tingkat kemudahan lokasi kafe terlihat dan dikenali dari jalan utama. (Chelviani, Meitriana, & Haris, 2017)
Suasana Lingkungan (X3)	Kenyamanan dan daya tarik kondisi fisik serta sosial di sekitar lokasi kafe. (Lindawati, Jaelani, & Purwanti, 2025)
Harga (X4)	Kesesuaian harga produk kafe dengan daya beli dan ekspektasi konsumen. (Nurliyanti, Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata, 2022)
Kualitas Produk (X5)	Cita rasa, variasi, dan konsistensi kualitas makanan/minuman yang disajikan. (Syahab & Yanti, 2023)
Kualitas Layanan (X6)	Keramahan dan kecepatan pelayanan staf kafe kepada konsumen.(Karundeng, Tamengkel, & Punuindoong, 2021)
Akses Parkir (X7)	Ketersediaan dan kemudahan lahan parkir di sekitar lokasi kafe. (Frediansyah & Hartatik, 2025)
Kedekatan Target Pasar (X8)	Kesesuaian lokasi dengan segmen pasar, seperti kampus, perkantoran, atau permukiman. (Putri, Sari, & Rahmah, 2022)

Keamanan (X9)	Tingkat rasa aman konsumen selama berada di lokasi kafe. (Susanto, Damayanti, Samuel, & Bramley, 2023)

Sumber: Kajian literatur, diolah 2026

Sebelum kuesioner digunakan untuk tahap pengumpulan data utama, alat diuji cobakan terlebih dahulu kepada 30 responden awal. Untuk menguji validitas item, nilai *Corrected Item-Total Correlation* dihitung. Item dianggap valid jika nilai korelasinya lebih besar dari 0,30 (Bisri et al., 2026), sementara koefisien *Alpha Cronbach* digunakan untuk menguji reliabilitas, item dianggap reliabel jika nilai Alphanya lebih besar dari 0,60 (Krisnawati, Artanti, & Umar, 2024). Perangkat lunak statistik IBM SPSS digunakan untuk kedua tes. Kemudian dilanjutkan dengan pengujian data hasil pengumpulan kuesioner dengan uji validitas dan uji reliabilitas

Pengolahan Data

Metode Borda Count

Metode Borda Count digunakan untuk menentukan prioritas variabel. Metode ini merupakan teknik pengambilan keputusan berbasis pemungutan suara (voting), di mana setiap alternatif memperoleh skor berdasarkan urutan preferensi (Kahfi, Marwan, & Haikal, 2025). Bobot Borda dihitung dengan rumus w = n – r, dengan n adalah jumlah kriteria yang dinilai (sembilan) dan r adalah posisi peringkat yang diberikan responden, sehingga peringkat pertama memperoleh bobot 8 dan peringkat kesembilan memperoleh bobot 0. Skor Borda setiap variabel diperoleh dari perkalian frekuensi pemilihan pada setiap posisi peringkat dengan bobotnya, kemudian dijumlahkan, variabel dengan skor tertinggi menjadi prioritas utama konsumen.

Metode TOPSIS

Metode ini digunakan untuk menentukan rekomendasi lokasi kafe paling optimal dari 30 kecamatan di Kota Bandung sebagai alternatif. Tahapan TOPSIS yang digunakan mengikuti kerangka (Wicaksono, 2023) sebagai berikut:

1. Menyusun matriks keputusan (Xij) berdasarkan nilai setiap alternatif pada setiap kriteria, dengan bobot kriteria ditentukan dari nilai modus penilaian tingkat kepentingan skala *Likert* 1-5 (Sangat Rendah = 1 hingga Sangat Tinggi = 5) yang diberikan responden.
2. Melakukan normalisasi matriks keputusan menggunakan Persamaan 2.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^{m} x^2{}_{ij}}} \quad ...(2)$$

dengan rij adalah elemen matriks ternormalisasi baris i kolom j, dan xij adalah elemen matriks keputusan baris i kolom j.

3. Menghitung matriks keputusan ternormalisasi terbobot (Yij) melalui perkalian rij dengan bobot kriteria (wj) sebagaimana Persamaan 3.

$$Y_{ij} = w_{ij} \, . \, r_{ij} \quad \ldots(3)$$

4. Menentukan solusi ideal positif (A+) dan solusi ideal negatif (A-) berdasarkan nilai maksimum dan minimum pada matriks Y untuk setiap kriteria bertipe benefit, sebagaimana Persamaan 4 dan 5.

$$y_j^+ = \begin{cases} max_i y_{ij} \; ; jika \; j \; merupakan \; atribut \; benefit \\ min_i y_{ij} \; ; jika \; j \; merupakan \; atribut \; cost \end{cases} \quad \ldots(4)$$

$$y_j^- = \begin{cases} min_i y_{ij} \; ; jika \; j \; merupakan \; atribut \; benefit \\ max_i y_{ij} \; ; jika \; j \; merupakan \; atribut \; cost \end{cases} \quad \ldots(5)$$

5. Menghitung jarak setiap alternatif terhadap solusi ideal positif (Di+) dan solusi ideal negatif

(Di-) menggunakan jarak Euclidean sebagaimana Persamaan 6 dan 7.

$$D_i^+ = \sqrt{\Sigma_{j=i}^{n}}(y_i^+ - y_{ij})^2 \quad \ldots(6)$$

$$D_i^- = \sqrt{\Sigma_{j=i}^{n}}(y_{ij} - y_i^-)^2 \quad \ldots(7)$$

6. Menentukan nilai preferensi (Vi) untuk setiap alternatif sebagaimana Persamaan 8.

$$V_i = \frac{D_i^-}{D_i^- + D_i^+} \quad \ldots(8)$$

Alternatif dengan nilai preferensi tertinggi ditetapkan sebagai kecamatan paling optimal untuk lokasi usaha kafe.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data

Setelah penyusunan kuesioner, instrumen tersebut dilakukan uji coba (pilot test) kepada 30 responden awal sebelum digunakan pada tahap pengumpulan data utama. Dari 27 item pertanyaan yang mewakili sembilan kriteria. Hasil pilot test menunjukkan seluruh item memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,30, dengan nilai terendah sebesar 0,427, serta koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,959 untuk keseluruhan item, sehingga instrumen dinyatakan valid dan sangat reliabel untuk digunakan pada tahap pengumpulan data utama.

Selanjutnya penyebaran kuesioner kepada konsumen kafe di Kota Bandung dengan menggunakan kuesioner online melalui tautan atau kode QR yang menghasilkan 401 responden yang memenuhi kriteria penelitian dan melampaui batas minimum sampel sebanyak 385 responden yang telah ditetapkan. Pengujian validitas dan reliabilitas terhadap data hasil pengumpulan kuesioner yaitu 401 responden menunjukkan bahwa sebagian besar item pernyataan telah memenuhi kriteria, kecuali item A8 pada variabel Kedekatan Target Pasar yang memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebesar 0,265 (< 0,30) serta nilai *Cronbach's Alpha* variabel sebesar 0,555 (< 0,60), keduanya berada di bawah ambang batas yang disyaratkan. Item tersebut kemudian dihilangkan dan tidak diikutsertakan pada pengolahan data selanjutnya, sehingga nilai *Cronbach's Alpha* variabel Kedekatan Target Pasar meningkat menjadi 0,613 maka seluruh item dan variabel penelitian dinyatakan memenuhi standar validitas dan reliabilitas untuk digunakan pada tahap selanjutnya yaitu metode TOPSIS, sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Semula Kriteria	Keterangan	Cronbach's Alpha	Menjadi Kriteria	Keterangan
Aksesibilitas	0,709	>0,60	Reliabel	0,709	>0,60	Reliabel
Visibilitas	0,716		Reliabel	0,716		Reliabel
Suasana	0,780		Reliabel	0,780		Reliabel
Lingkungan						
Harga	0,694		Reliabel	0,694		Reliabel
Kualitas	0,703		Reliabel	0,703		Reliabel
Produk						
Kualitas	0,752		Reliabel	0,752		Reliabel

Layanan				
Akses Parkir	0,666	Reliabel	0,666	Reliabel
Kedekatan	0,555	**Tidak**	0,613	**Reliabel**
Target Pasar		**Reliabel**		
Keamanan	0,688	Reliabel	0,688	Reliabel

Sumber: Data primer,diolah 2026

Berdasarkan rekapitulasi hasil kuesioner, profil responden menunjukkan bahwa mayoritas berjenis kelamin laki-laki (55,6%, 223 orang) dibandingkan perempuan (44,4%, 178 orang). Berdasarkan usia, kelompok 20-25 tahun mendominasi dengan proporsi 40,90%, diikuti kelompok >30 tahun (25,93%), 26-30 tahun (24,44%), dan <20 tahun (8,73%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden berprofesi sebagai karyawan (46,38%), diikuti pelajar/mahasiswa (24,94%), wirausaha (15,71%), tidak bekerja (8,89%), dan kategori lainnya (3,99%).

Dari hasil kuesioner diketahui bahwa sebagian besar responden (50%) mengunjungi kafe sebanyak 1-2 kali dalam sebulan, diikuti 34% responden dengan frekuensi 3-5 kali, dan 16% responden dengan frekuensi lebih dari 5 kali dalam sebulan, sebagaimana disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Frekuensi Kunjungan Responden ke Kafe dalam Satu Bulan

Sumber: Data primer,diolah 2026

Dari sisi sebaran wilayah, Kecamatan Bandung Wetan tercatat sebagai kecamatan yang paling banyak dikunjungi responden (66 responden atau 16,5%), diikuti Kecamatan Sukajadi (51 responden), Kecamatan Sumur Bandung (50 responden), dan Kecamatan Coblong (49 responden). Sebaliknya, Kecamatan Bojongloa Kidul (11 responden) dan Kecamatan Panyileukan (12 responden) tercatat sebagai wilayah dengan tingkat kunjungan paling rendah. Pola ini mengindikasikan bahwa Bandung Wetan telah menjadi salah satu pusat aktivitas kuliner dan gaya hidup di Kota Bandung.

Analisis Prioritas Variabel dengan Metode Borda Count

Analisis prioritas variabel menggunakan metode Borda Count dilakukan dengan meminta setiap responden memberikan peringkat 1 (prioritas tertinggi) hingga 9 (prioritas terendah) terhadap sembilan kriteria penelitian. Bobot untuk setiap posisi peringkat dihitung dengan rumus w = n - r, sehingga peringkat pertama memperoleh bobot 8 dan peringkat kesembilan memperoleh bobot 0. Skor Borda diperoleh dari perkalian frekuensi pemilihan pada setiap peringkat dengan bobotnya, kemudian dijumlahkan untuk seluruh 401 responden. Hasil rekapitulasi skor Borda untuk kesembilan variabel disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4 Skor Borda Variabel Prioritas Konsumen dalam Menentukan Lokasi Kafe

No	Variabel	Frekuensi Pemilihan Ranking									Hasil Pembobotan	Peringkat
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	Aksesibilitas	88	90	62	53	38	22	16	20	12	2.241	2
2	Visibilitas	29	46	47	44	47	57	56	35	40	1.562	5
3	Suasana Lingkungan	98	73	61	47	38	23	15	27	19	2.174	3
4	Harga	92	75	47	63	40	29	15	19	21	2.154	4
5	Kualitas Produk	138	77	72	51	16	12	12	9	14	**2.463**	**1**
6	Kualitas Layanan	42	33	50	33	61	59	27	48	48	1.555	6
7	Akses Parkir	26	36	41	27	39	36	102	67	27	1.376	8
8	Kedekatan Target Pasar	24	36	47	24	32	24	45	101	68	1.237	9
9	Keamanan	68	34	30	25	30	53	51	29	81	1.497	7
Bobot (w)		**8**	**7**	**6**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**	**0**		

Sumber: Data primer, diolah 2026

Tabel 4 menunjukkan bahwa Kualitas Produk memperoleh skor Borda tertinggi sebesar 2.463 dan menempati peringkat pertama, didukung oleh 138 dari 401 responden yang menempatkan variabel ini pada peringkat pertama, jauh lebih banyak dibandingkan frekuensi tertinggi pada variabel lain. Selanjutnya diikuti oleh Aksesibilitas (2.241), Suasana Lingkungan (2.174), dan Harga (2.154). Tingginya skor pada keempat variabel tersebut menunjukkan bahwa konsumen kafe di Kota Bandung lebih memprioritaskan kualitas produk yang ditawarkan, kemudahan menjangkau lokasi, kenyamanan suasana, serta kesesuaian harga dibandingkan atribut lainnya.

Sementara itu, Visibilitas (1.562), Kualitas Layanan (1.555), dan Keamanan (1.497) tetap menjadi pertimbangan konsumen meskipun tingkat kepentingannya berada di bawah empat variabel utama, karena berkaitan lebih pada aspek pendukung pengalaman berkunjung dibandingkan faktor penentu utama. Akses Parkir (1.376) dan Kedekatan Target Pasar (1.237) memperoleh skor Borda terendah dan menempati peringkat kedelapan serta kesembilan. Rendahnya bobot pada Kedekatan Target Pasar mengindikasikan bahwa konsumen kafe di Kota Bandung cenderung tidak terlalu mempertimbangkan kesesuaian lokasi dengan segmen pasar tertentu, seperti kawasan perkantoran, kampus, atau permukiman, sebagai faktor penentu utama. Kondisi ini kemungkinan disebabkan oleh mobilitas konsumen kafe di Kota Bandung yang cukup tinggi, sehingga aspek kedekatan dengan target pasar tertentu menjadi kurang relevan dibandingkan faktor yang berkaitan langsung dengan pengalaman berkunjung, seperti kualitas produk, aksesibilitas, dan suasana lingkungan.

Analisis Rekomendasi Lokasi dengan Metode TOPSIS

Menyusun Matriks Keputusan

Penentuan bobot kriteria pada penelitian ini didasarkan pada hasil pengolahan data kuesioner, yaitu berdasarkan nilai yang paling banyak dipilih oleh responden pada setiap variabel penelitian.

$$X = \begin{pmatrix} 5 & 5 & 4 & 4 & 5 & 4 & 4 & 4 & 4 \\ 3 & 4 & 3 & 4 & 4 & 1 & 3 & 4 & 4 \\ 3 & 4 & 4 & 4 & 2 & 3 & 4 & 3 & 3 \\ 4 & 5 & 5 & 4 & 4 & 4 & 5 & 5 & 3 \\ : & : & : & : & : & : & : & : & : \\ . & . & . & . & . & . & . & . & . \\ 3 & 4 & 5 & 4 & 4 & 4 & 3 & 3 & 4 \end{pmatrix}$$

Matriks keputusan dibentuk berdasarkan hasil penilaian terhadap 30 kecamatan yang dijadikan alternatif lokasi kafe di Kota Bandung (baris vertikal). Nilai pada setiap alternatif menunjukkan tingkat kesesuaian suatu kecamatan terhadap masing-masing kriteria (baris horizontal).

Melakukan Normalisasi Matriks Keputusan

Normalisasi dilakukan dengan menggunakan persamaan 2 dengan contoh perhitungan yang disajikan di bawah ini:

$$\text{rij} = \frac{xij}{\sqrt{\sum_{i=1}^{m} x_{ij}^2}}$$

$$X_1 = \sqrt{5^2 + 3^2 + 3^2 + 4^2 + 3^2 + 4^2 + 2^2 + 4^2 + 3^{+2} + 4^2 + \ldots + 3^2} = 20{,}174$$

$$r_{11} = \frac{X_{11}}{X_1} = \frac{5}{20{,}174} = 0{,}247$$

Sehingga diperoleh matriks R dapat dilihat sebagai berikut :

$$R = \begin{pmatrix} 0.247 & 0.232 & 0.185 & 0.205 & 0.238 & 0.205 & 0.201 & 0.217 & 0.199 \\ 0.148 & 0.185 & 0.139 & 0.205 & 0.190 & 0.051 & 0.151 & 0.217 & 0.199 \\ 0.148 & 0.185 & 0.186 & 0.205 & 0.095 & 0.153 & 0.201 & 0.162 & 0.149 \\ 0.198 & 0.232 & 0.233 & 0.154 & 0.190 & 0.205 & 0.252 & 0.271 & 0.149 \\ : & : & : & : & : & : & : & : & : \\ . & . & . & . & . & . & . & . & . \\ 0.148 & 0.185 & 0.186 & 0.205 & 0.190 & 0.205 & 0.201 & 0.192 & 0.199 \end{pmatrix}$$

Hasil dari proses normalisasi berupa matriks R yang berisi nilai ternormalisasi setiap alternatif pada seluruh kriteria. Nilai di matriks R menunjukkan seberapa baik suatu pilihan dibandingkan pilihan lainnya dalam kriteria yang sama. Nilai normalisasi yang semakin tinggi menunjukkan bahwa alternatif memiliki kinerja yang semakin baik terhadap kriteria yang dinilai.

Menghitung Matriks Keputusan Ternormalisasi Terbobot

Matriks keputusan yang sudah diberi bobot (Yi) dilakukan melalui perkalian setiap nilai dalam matriks ternormalisasi (Matriks R) dengan bobot masing-masing kriteria sesuai persamaan 3 dengan hasil sebagai berikut.

$$Y = \begin{pmatrix} 0.991 & 0.928 & 0.746 & 0.821 & 0.952 & 0.820 & 0.807 & 0.651 & 0.798 \\ 0.594 & 0.742 & 0.559 & 0.821 & 0.761 & 0.205 & 0.605 & 0.651 & 0.798 \\ 0.594 & 0.742 & 0.746 & 0.821 & 0.380 & 0.615 & 0.807 & 0.488 & 0.598 \\ 0.793 & 0.928 & 0.932 & 0.616 & 0.761 & 0.820 & 1.008 & 0.814 & 0.598 \\ : & : & : & : & : & : & : & : & : \\ . & . & . & . & . & . & . & . & . \\ 0.594 & 0.742 & 0.746 & 0.821 & 0.761 & 0.820 & 0.605 & 0.488 & 0.798 \end{pmatrix}$$

Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa terdapat alternatif yang memiliki performa sangat baik pada masing-masing kriteria setelah mempertimbangkan tingkat kepentingan kriteria melalui

pembobotan. Pada matriks Y terdapat nilai terbesar dan nilai terkecil yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam pembentukan solusi ideal positif dan solusi ideal negatif.

Menentukan Solusi Ideal Positif (A+) Dan Solusi Ideal Negatif (A-)

Penentuan solusi ideal positif (A+) ditentukan dengan mengambil nilai terbaik dari setiap kriteria berdasarkan perhitungan menggunakan persamaan 4. Sebaliknya, solusi ideal negatif (A-) ditentukan berdasarkan nilai minimum yang merepresentasikan kondisi terburuk pada setiap kriteria menggunakan persamaan 5.

Tabel 5 Solusi Ideal Positif (A+) dan Solusi Ideal Negatif (A-) Setiap Kriteria

Kriteria	A+	A-
C1 - Aksesibilitas	0,991	0,397
C2 - Visibilitas	0,928	0,371
C3 - Suasana Lingkungan	0,933	0,560
C4 - Harga	1,027	0,616
C5 - Kualitas Produk	0,952	0,381
C6 - Kualitas Layanan	1,026	0,205
C7 - Akses Parkir	1,009	0,404
C8 - Kedekatan Target Pasar	0,815	0,326
C9 - Keamanan	0,998	0,339

Sumber: Data primer,diolah 2026

Nilai solusi ideal positif menunjukkan kondisi optimum yang dapat diraih oleh suatu pilihan berdasarkan semua kriteria yang diperhatikan. Sementara, solusi ideal negatif merepresentasikan situasi yang paling tidak diharapkan. Dengan demikian, tingkat prioritas suatu alternatif akan semakin tinggi apabila alternatif tersebut semakin mendekati solusi ideal positif dan semakin menjauhi solusi ideal negatif.

Menghitung Jarak Setiap Alternatif Terhadap Solusi Ideal Positif (Di+) Dan Solusi Ideal Negatif (Di-)

Perhitungan jarak setiap alternatif terhadap solusi ideal positif menggunkan persamaan 6 dan perhitungan jarak setiap alternatif terhadap solusi ideal negatif menggunkan persamaan 7, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 6 Rekapitulasi Solusi Ideal Positif dan Solusi Ideal Negatif

Alternatif	D+	D-	Alternatif	D+	D-
A1 - Bandung Kulon	0,476	1,367	A16 - Antapani	0,867	0,989
A2 - Babakan Ciparay	1,146	0,819	A17 - Mandalajati	0,939	1,011
A3 - Bojongloa Kaler	1,034	0,807	A18 - Kiaracondong	1,015	0,886
A4 - Astanaanyar	0,668	1,333	A19 - Batununggal	1,223	0,747
A5 - Regol	0,921	0,901	A20 – Sumur Bandung	0,881	0,941
A6 - Lengkong	0,946	0,914	A21 - Andir	0,733	1,160
A7 - Bandung Kidul	1,262	0,659	A22 - Cicendo	0,871	1,034
A8 - Buahbatu	0,663	1,105	A23 - Bandung Wtan	0,383	1,587
A9 - Rancasari	0,994	0,916	A24 - Cibeunying Kidul	0,814	1,041

A10 - Gedebage	0,883	0,940	A25 - Cibeunying Kaler	0,791	1,130
A11 - Cibiru	1,202	0,727	A26 - Coblong	0,878	0,898
A12 - Panyileukan	0,729	1,265	A27 - Sukajadi	1,006	0,916
A13 - Ujung Berung	0,946	0,875	A28 - Sukasari	0,800	1,271
A14 - Cinambo	1,111	0,763	A29 - Cidadap	0,950	0,918
A15 - Arcamanik	0,814	1,041	A30 - Bojongloa Kidul	0,810	1,002

Sumber: Data primer,diolah 2026

Berdasarkan Tabel 6, alternatif lokasi A23 memiliki nilai jarak terhadap solusi ideal positif (D+) paling kecil (0,383) dan memiliki nilai jarak terhadap solusi ideal negatif (D-) paling besar (1,587) yang menunjukkan bahwa alternatif lokasi memiliki karakteristik yang paling mendekati kondisi ideal yang diharapkan konsumen dan berada paling jauh dari kondisi terburuk yang mungkin terjadi. Sebaliknya, Kecamatan Bandung Kidul (A7) memiliki nilai Di+ sebesar 1,262 dan Di- sebesar 0,659, yang mengindikasikan bahwa karakteristik wilayah tersebut relatif jauh dari kondisi ideal berdasarkan kesembilan kriteria yang digunakan

Menentukan Nilai Preferensi (Vi) Untuk Setiap Alternatif

Perhitungan nilai preferensi untuk masing-masing alternatif (Vi), dilakukan perhitungan berdasarkan persamaan 8 dengan hasil sebagai berikut.

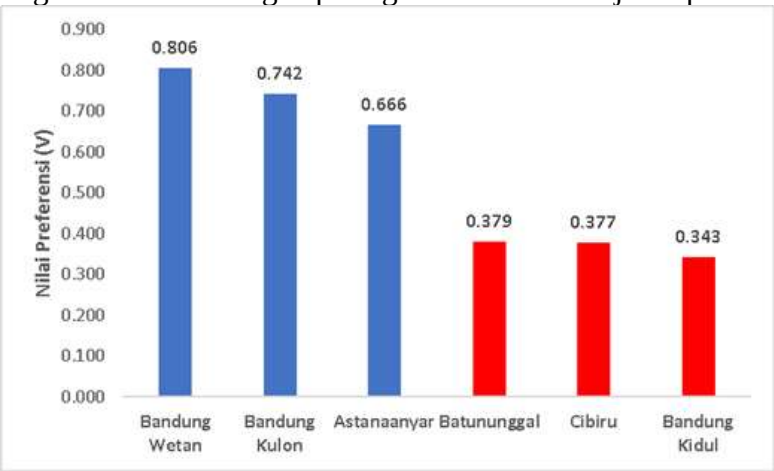
Tabel 7 Rekapitulasi Preferensi Jarak

Kode	Hasil	Kode	Hasil
V1	0,742	V16	0,533
V2	0,417	V17	0,519
V3	0,438	V18	0,466
V4	0,666	V19	0,379
V5	0,494	V20	0,517
V6	0,491	V21	0,613
V7	0,343	V22	0,543
V8	0,625	**V23**	**0,806**
V9	0,493	V24	0,561
V10	0,530	V25	0,588
V11	0,377	V26	0,506
V12	0,634	V27	0,477
V13	0,480	V28	0,614
V14	0,407	V29	0,492
V15	0,561	V30	0,553

Sumber: Data primer,diolah 2026

Nilai preferensi (Vi) yang merupakan hasil akhir metode TOPSIS dihitung melalui Persamaan 8, dan digunakan sebagai dasar perankingan seluruh 30 alternatif lokasi. Hasil perankingan menunjukkan Kecamatan Bandung Wetan (V23) berdasarkan nilai preferensi yang diperoleh menjadi alternatif dengan peringkat tertinggi, yaitu sebesar 0,806, diikuti oleh Kecamatan Bandung Kulon (V1) sebesar 0,742, dan Kecamatan Astanaanyar (V4) sebesar 0,666. Pada peringkat terbawah, Kecamatan Bandung Kidul (V7) memperoleh nilai preferensi terendah sebesar 0,343, didahului oleh Kecamatan Cibiru (V11) dengan nilai 0,377 dan Kecamatan

Batununggal (V19) dengan nilai 0,379. Selisih nilai preferensi antara Kecamatan Bandung Wetan (0,806) dan Kecamatan Bandung Kidul (0,343) mencapai 0,463 poin, jauh lebih lebar dibandingkan selisih antar-kecamatan pada peringkat yang berdekatan, misalnya antara Bandung Kidul dengan Cibiru (peringkat 29) yang hanya berselisih 0,034 poin. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya nilai preferensi Bandung Kidul bukan disebabkan oleh satu kriteria yang sangat buruk, melainkan akumulasi capaian yang secara umum berada di bawah rata-rata pada hampir seluruh kriteria penelitian Perbandingan nilai preferensi pada keenam kecamatan dengan tiga kecamatan peringkat tertinggi dan tiga kecamatan dengan peringkat terendah disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3 Nilai Preferensi TOPSIS pada Tiga Kecamatan Tertinggi dan Tiga Kecamatan Terendah

Sumber: Data primer,diolah 2026

Hasil rekomendasi lokasi dari perhitungan TOPSIS ini sejalan dengan data lapangan yang diperoleh dalam penelitian. Kecamatan Bandung Wetan tercatat sebagai kecamatan yang paling sering dikunjungi responden untuk mengunjungi kafe, dengan 66 dari 401 responden atau 16,5% dari total responden. Selain itu, berdasarkan data eksisting sebaran kafe di Kota Bandung, Kecamatan Bandung Wetan juga tercatat memiliki jumlah kafe terbanyak, yaitu 65 unit atau 19,01% dari total kafe di Kota Bandung. Kesesuaian antara hasil perhitungan TOPSIS dan kondisi aktual di lapangan menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini cukup mampu menggambarkan preferensi konsumen secara valid, sehingga rekomendasi lokasi yang dihasilkan dapat diandalkan sebagai acuan pengambilan keputusan bagi pelaku usaha maupun pemangku kepentingan terkait.

KESIMPULAN

Terdapat sembilan variabel yang menjadi prioritas konsumen dalam menentukan lokasi usaha kafe, yaitu Kualitas Produk, Aksesibilitas, Suasana Lingkungan, Harga, Visibilitas, Kualitas Layanan, Keamanan, Akses Parkir, dan Kedekatan Target Pasar. Kualitas Produk merupakan variabel yang paling diprioritaskan konsumen dengan skor Borda sebesar 2.463, diikuti Aksesibilitas (2.241), Suasana Lingkungan (2.174), dan Harga (2154), sementara Visibilitas, Kualitas Layanan, Keamanan, Akses Parkir, dan Kedekatan Target Pasar memiliki tingkat prioritas yang lebih rendah.

Hasil analisis TOPSIS menunjukkan bahwa rekomendasi lokasi paling optimal untuk mendirikan usaha kafe di Kota Bandung adalah Kecamatan Bandung Wetan, dengan nilai preferensi tertinggi sebesar 0,806, ditopang oleh jarak terhadap solusi ideal positif (D+) terkecil sebesar 0,383 dan jarak terhadap solusi ideal negatif (D-) terbesar sebesar 1,587 di antara seluruh 30 kecamatan. Hasil ini konsisten dengan data intensitas kunjungan responden dan sebaran eksisting kafe di Kota Bandung yang juga menunjukkan dominasi Kecamatan Bandung Wetan, sehingga rekomendasi yang dihasilkan model TOPSIS dalam penelitian ini dapat diandalkan sebagai acuan pengambilan keputusan lokasi usaha kafe yang objektif dan berbasis data preferensi konsumen.

Saran bagi penelitian berikutnya, dapat dilakukan pengembangan dengan menambahkan kriteria yang relevan. Objek penelitian juga dapat diperluas ke wilayah kota atau kabupaten lain di Jawa Barat atau wilayah lainnya sebagai upaya untuk menguji konsistensi temuan, serta menerapkan metode pembobotan kriteria yang lebih bertingkat seperti *Analytical Hierarchy Process* (AHP) atau kombinasi TOPSIS dengan metode pembobotan objektif lain.

DAFTAR PUSTAKA

Bisri, A., Kania, R., Solihati, T. I., Islam, U., Sultan, N., Hasanuddin, M., & Jaya, U. B. (2026). Evaluasi tingkat keberhasilan dukungan sistem informasi kuliah kerja nyata. *Jurnal Ilmiah Sains Dan Teknologi, Vol. 10, No. 1, Februari 2026*, *10*(1), 84–93.

Chelviani, K. M., Meitriana, M. A., & Haris, I. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Toko Modern di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *9*(2), 257–266.

Frediansyah, M. L., & Hartatik, N. (2025). Analisis Kebutuhan Ruang Parkir Kendaraan Bermotor (Sepeda Motor Dan Mobil) Pada Pasar Joko Sambang Mojokerto. *Jurnal Sosial Teknologi*, *5*(7), 2651–2662. https://doi.org/10.59188/jurnalsostech.v5i7.32273

Imas Subriah Maryati. (2018). Pemilihan Lokasi Perumahan Berdasarkan Preferensi Masyarakat Kota Bulukumba (Studi Kasus : Perumahan Fuad Arafah 2 , Griya Adisanjaya , Tiara Permai 3 dan Puri Asri Estate) Selection of Housing Locations Based on Community Preferences of the City of. *Perencanaan Wilayah Dan Kota Universitas Bosowa Makassar*, *1*(1), 16–24.

Kahfi, H., Marwan, & Haikal, M. (2025). Penentuan Metode Autentikasi Optimal pada Aplikasi E-Wallet Menggunakan Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode Borda Count. *Jurnal Penelitian, Pengembangan, Pembelajaran, Dan Teknologi (JP3T)*, *3*(3), 86–93.

Karundeng, E. M., Tamengkel, F. L., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. *Productivity*, *2*(6), 511–517. Retrieved from https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/36395

Krisnawati, E., Artanti, K. D., & Umar, N. H. (2024). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dukungan Suami terhadap Hambatan Penggunaan Metode Kontrasepsi Jangka Panjang pada Multipara Akseptor Aktif di Surabaya. *Media Gizi Kesmas*, *13*(2), 659–664. https://doi.org/10.20473/mgk.v13i2.2024.659-664

Lestari, R., Kusumanto, I., Haripto, Nazaruddin, & Rizki, M. (2023). PEMILIHAN LOKASI UNTUK GROSIR PULSA DARMAWAN CELL MENGGUNAKAN METODE TOPSIS. *Jurnal Perangkat Lunak*, *5*, 152–161.

Lindawati, Jaelani, A., & Purwanti, W. (2025). PENGARUH SUASANA TOKO (STORE ATMOSPHERE) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KOPI KENANGAN DIWILAYAH SEPATAN TANGERANG. *Cakrawala Ekonomi Dan Keuangan*, *32 No.2*, 1–9.

Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF* (A. Q. Habib, Ed.). Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mutmainah, I., & Yunita, Y. (2021). Penerapan Metode Topsis Dalam Pemilihan Jasa Ekspedisi. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, *10*(1), 86–92. https://doi.org/10.32736/sisfokom.v10i1.1028

Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, *2*(2), 224–232. https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982

Putri, N. H., Sari, N. S., & Rahmah, N. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROSES RISET KONSUMEN: TARGET PASAR, PERILAKU PEMBELIAN DAN PERMINTAAN PASAR (LITERATURE REVIEW PERILAKU KONSUMEN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (Mei 2022)*, *3*(5), 504–514.

Rini Mutianisa, & Rusnandari Retno Cahyani. (2024). Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Cerdas Dan Digital*, *1*(2), 10–17. https://doi.org/10.61132/jukerdi.v1i2.71

Sari, D. P., Meri, R., Buana, W., & Sari, M. F. M. (2024). Implementasi Metode TOPSIS Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Depot Air Minum Isi Ulang. *Bit-Tech*, *7*(2), 445–452. https://doi.org/10.32877/bt.v7i2.1843

Sireki, T. N., & Wibisono, B. H. (2020). Karakteristik Third Place dan Tipologi Kafe di Yogyakarta Kasus: Kawasan Karangwuni dan Sekitarnya. *Tataloka*, *22*(3), 437–452. https://doi.org/10.14710/tataloka.22.3.437-452

Subhaktiyasa, P. G. (2024). *Menentukan Populasi dan Sampel : Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. *9*, 2721–2731.

Susanto, E., Damayanti, V., Samuel, I., & Bramley, H. (2023). Penerapan Keselamatan Kerja dan Kesehatan Kerja Melalui Manajemen Sekuriti Terhadap Produkivitas Pada PT. Epson. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *9*(13), 217-224Susanto, E. et al. (2023) "Penerapan Kesela. https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8149365

Syahab, M. A., & Yanti, A. (2023). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA WARUNG AYAM PENYET BAROKAH. *Jurnal Ekonomi Bisnis DIgital*, *2*(1), 121–126. https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jebidi.v2i3.334

Veronika, D., & Gudiato, C. (2024). Perancangan Sistem Informasi Cafe Berbasis Website (Studi kasus CW Caffee Bengkayang) (Designing a Cafe-Based Website information Sytem (Case Study CW Caffee Bengkayang). *Agustus*, *3*(2), 2962–5998.

Wahyudi, A. D. (2024). Penentuan Lokasi Gudang Baru Menggunakan TOPSIS dan Pembobotan PIPRECIA. *Journal of Information Technology, Software Engineering and Computer Science (ITSECS)*, *2*(1), 22–30. https://doi.org/10.58602/itsecs.v2i1.91

Wicaksono, S. R. (2023). *TOPSIS Teori dan Implementasi* (1st editio). Malang: CV. Seribu Bintang