



|  |            |
|--|------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>               | <b>II</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                   | <b>III</b> |
| <b>INTISARI.....</b>                         | <b>V</b>   |
| <b>ABSTRACT.....</b>                         | <b>VI</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                       | <b>VII</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                     | <b>X</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                    | <b>XI</b>  |
| <b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>                | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang.....                      | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                     | 3          |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                   | 5          |
| 1.4 Pertanyaan Penelitian.....               | 5          |
| 1.5 Metode Penelitian.....                   | 5          |
| 1.6 Manfaat Penelitian.....                  | 6          |
| 1.7 Struktur Penulisan.....                  | 6          |
| <b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA.....</b>             | <b>8</b>   |
| 2.1 Kajian Tentang Warung Makan Indomie..... | 8          |
| 2.2 Kajian Tentang Ruang dan Tempat.....     | 8          |
| 2.2.1 Definisi Ruang.....                    | 8          |
| 2.2.2 Ruang Publik.....                      | 9          |
| 2.2.3 <i>Setting</i> Ruang.....              | 11         |
| 2.2.4 Persepsi Ruang.....                    | 12         |
| 2.3 Kajian Tentang Ruang dan Manusia.....    | 13         |
| 2.3.1 Konsep Perilaku.....                   | 13         |
| 2.3.2 <i>Consumer Behavior</i> .....         | 14         |
| 2.3.3 <i>Behavior Setting</i> .....          | 15         |
| 2.4 Kajian Tentang Ruang dan Gender.....     | 15         |



|   |           |
|---|-----------|
| 2.4.2 Gender Roles.....   | 17        |
| 2.4.3 Gender Mainstreaming.....   | 18        |
| 2.4.4 Gendered Space.....   | 19        |
| 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu.....  | 21        |
| 2.6 Kisi-Kisi Teori.....  | 24        |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN.....</b>   | <b>27</b> |
| 3.1 Pendekatan Penelitian.....  | 27        |
| 3.2 Desain Penelitian.....  | 27        |
| 3.3 Unit Amatan dan Unit Analisis.....  | 29        |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data.....  | 29        |
| 3.5 Metode Analisis Data.....   | 30        |
| 3.6 Tahapan Penelitian.....   | 31        |
| <b>BAB 4 GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>   | <b>37</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Kawasan Perkotaan Yogyakarta (KPY).....   | 37        |
| 4.2 Gambaran Umum Kawasan Amatan.....   | 40        |
| <b>BAB 5 TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>43</b> |
| 5.1 Karakteristik Umum Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung.....   | 43        |
| 5.1.1 Karakteristik Spasial.....  | 43        |
| 5.1.2 Karakteristik Fisik.....  | 56        |
| 5.1.3 Karakteristik Fungsi.....   | 64        |
| 5.2 Karakteristik Khusus Gender Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung.....  | 71        |
| 5.2.1 Karakteristik Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung Berdasarkan Perspektif Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....          | 71        |
| 5.2.2 Karakteristik Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung Berdasarkan Perspektif Pemilik atau Pekerja Warung Makan Indomie..... | 81        |
| 5.3 Tema-Tema Penelitian.....   | 85        |
| 5.3.1 Preferensi Waktu Kunjung Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....  | 87        |



|  |   |
|--|---|
| KONSEP RUANG WARUNG MAKAN INDOMIE (WARMINDO) DALAM KESADARAN KONSUMEN BERDASARKAN GENDER PADA KAWASAN SEKITAR UNIVERSITAS GADJAH MADA (KASUS: KAWASAN POGUNG, KECAMATAN MLATI, KABUPATEN SLEMAN, DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA) |   |
| UNIVERSITAS GADJAH MADA  | KATHERINE NOVITANTY ANGELINA, Dr. Eng. Ir. Muhammad Sani Roychansyah, S.T., M.Eng.  |
| 5.3.2 Durasi Kunjungan Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....   | 87<br>Universitas Gadjah Mada, 2024   Dapatkan dari <a href="http://etd.repository.ugm.ac.id">http://etd.repository.ugm.ac.id</a> |
| 5.3.3 Frekuensi Kunjungan Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....  | 89  |
| 5.3.4 Preferensi Pilihan Konsumsi Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....  | 90  |
| 5.3.5 Preferensi Opsi Pasangan Interaksi Konsumen Laki-Laki dan Perempuan....  | 90  |
| 5.3.6 Pemilihan Area Tempat Duduk Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....  | 91  |
| 5.3.7 Pola Aktivitas dan Perilaku Konsumen Laki-Laki dan Perempuan.....  | 92  |
| 5.3.8 Persepsi terhadap Desain atau Tata Letak Ruang Warung Makan Indomie....  | 94  |
| 5.4 Konseptualisasi Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) dalam Kesadaran Konsumen Berdasarkan Gender.....   | 95  |
| 5.4.1 Preferensi Konsumen Laki-Laki dan Perempuan dalam Memilih Lokasi Kunjungan Warung Makan Indomie (Warmindo).....  | 95  |
| 5.4.2 Pola Aksi atas Okupasi Ruang Konsumen Laki-Laki dan Perempuan pada Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung.....  | 100   |
| 5.4.3 Persepsi terhadap Desain dan Pemanfaatan Ruang Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung.....  | 103   |
| 5.4.4 Konsep Ruang yang Terbentuk dalam Kesadaran Konsumen Berdasarkan Gender pada Warung Makan Indomie (Warmindo) di Kawasan Pogung.....  | 107   |
| 5.5 Dialog Teoritik.....   | 109   |
| <b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>   | <b>111</b>  |
| 6.1 Kesimpulan.....  | 111   |
| 6.2 Saran.....   | 113   |
| 6.2.1 Saran bagi Pemerintah dan Perencana.....   | 113   |
| 6.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....   | 114   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>   | <b>115</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>119</b>  |