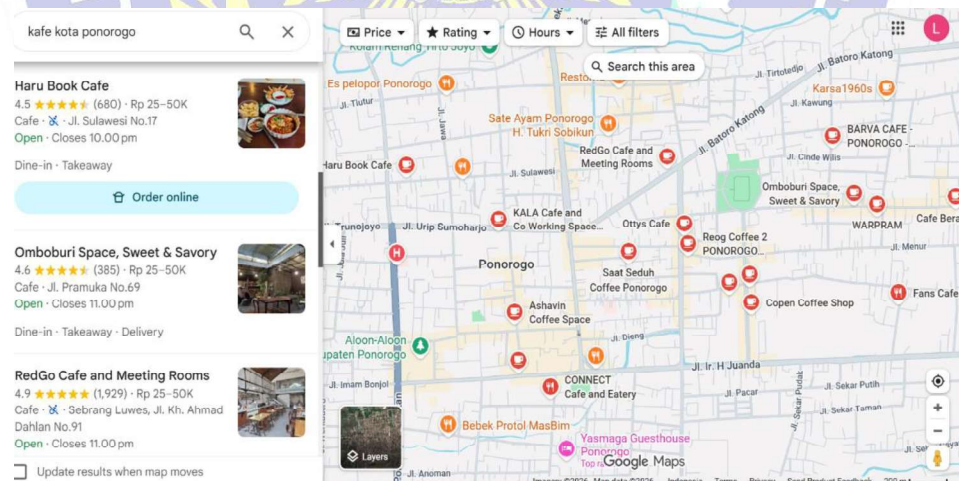


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri kafe di Indonesia telah mengalami perubahan besar, dari yang awalnya hanya sebagai tempat untuk persinggahan. Konsumen kafe bukan hanya sekedar kebiasaan harian, tetapi telah menjadi bagian identitas sosial dan gaya hidup. Kafe juga sebagai ruang publik untuk bekerja, bersosialisasi, mengembangkan komunitas dan kreativitas. Perkembangan industri kafe yang merata dari kota besar hingga kota kecil menjadi cerminan nyata dari perubahan yang terjadi di Indonesia. Fenomena tersebut juga terjadi di Kabupaten Ponorogo, dimana berdasarkan penelusuran melalui aplikasi *Google Maps* per tanggal 30 Maret 2026, tercatat terdapat sekitar 51 kafe tersebar di wilayah Kota Ponorogo. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan industri kafe tidak hanya berpusat di kota besar, tetapi juga mengalami pertumbuhan di kota-kota kecil seperti Kota Ponorogo.



Gambar 1. Persebaran Kafe di Kota Ponorogo (Sumber *Google Maps*, 2026)

Pertumbuhan industri kafe ini di dorong oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pergeseran perilaku dan peningkatan populasi milenial dan Genereasi Z

(Gen Z) yang mengabungkan budaya “ngopi” ke dalam kegiatan sosial mereka (M. Nasution, 2021). Konsumen cenderung memilih tempat yang memberikan kenyamanan, memiliki desain yang menarik, dan pelayanan yang tanggap. Tingginya penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Tiktok, turut mendorong perkembangan tren ini, di mana kafe berupaya menciptakan atmosphere yang menarik secara visual dan layak dibagikan di media sosial guna menarik minat konsumen.

Di tengah pertumbuhan kafe di Indonesia mengalami berbagai tantangan. Persaingan yang ketat, keterbatasan modal, serta perubahan preferensi konsumen yang cepat menjadi tantangan utama (Wildan et al., 2025). Sejumlah kafe lokal tetap mampu mempertahankan eksistensinya dan mengalami pertumbuhan melalui inovasi yang berkelanjutan, kreativitas dalam pengelolaan usaha, adaptasi yang cepat terhadap perubahan tren, serta pendekatan bisnis yang berfokus pada pembetukan komunitas pelanggan. Keberhasilan dari industri kafe menarik untuk dikaji lebih dalam agar kita dapat memahami strategi bisnis yang digunakan dalam mengatasi persaingan yang semakin kompetitif. Pesaingan terus muncul di dunia bisnis yang mendorong ide-ide baru yang dapat membangun produk atau layanan sebagai pemberian nilai lebih kepada pelanggannya.

Pertumbuhan industri kafe di Indonesia, khususnya di kota-kota menengah seperti di Ponorogo, menunjukkan perkembangan yang sangat pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kafe sebagai tempat untuk berkumpul dengan menarik konsep yang nyaman, estetik dan unik. Pesaingan diantara pelaku usaha kafe di Ponorogo semakin ketat, yang mengharuskan

mereka untuk menciptakan keunikan melalui suasana (*store atmosphere*), kualitas layanan (*service quality*), inovasi menu dan strategi pemasaran yang kreatif. Oleh karena itu, industri kafe di Ponorogo tidak hanya membantu peningkatan ekonomi daerah, tetapi juga membentuk pola konsumen dan gaya hidup di kalangan masyarakat, terutama kalangan mahasiswa dan generasi muda.

Dikota-kota berkembang seperti di Ponorogo, fenomena menjamurnya kafe dengan konsep tematik menunjukkan persaingan yang ketat. Fenomena *korean wave* (*hallyu*) atau gelombang korea adalah penyebaran budaya populer Korea Selatan, yaitu *K-POP*, drama dan kuliner, yang telah menyebar secara global termasuk di Indonesia sejak tahun 2002 (F. H. N. Putri et al., 2024). Di Indonesia dampak dari *korean wave* terlihat jelas dengan konsep kafe dan bisnis yang bertema Korea. Dampaknya merambah hingga ke daerah, seperti di Ponorogo, salah satunya yang berada di Ponorogo adalah *Haru Book Café*.

Kafe yang menggunakan konsep *korean wave* dari segi makanan dan minuman khas Korea, tetapi juga menawarkan pengalaman yang berkesan. Konsumen yang merupakan penggemar budaya korea akan cenderung mencari pengalaman yang dapat meniru atau mengingatkan mereka pada media yang mereka nikmati dan kafe dengan tema korea mampu memenuhi kebutuhan tersebut (Limanto et al., 2021). Keberhasilan kafe dalam menyajikan konsep Korea akan menjadi faktor dalam mencapai peningkatan kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan ini menjadi esensial, mengingat persaingan yang ketat di Industri kafe, yang mana diferensiasi melalui konsep budaya

seperti *korean wave* menjadi strategi pembeda yang efektif (Park & Kim, 2025).

Bagi sebuah kafe yang menggunakan konsep kafe buku atau perpustakaan, *store atmosphere* bukan hanya tentang dekorasi, tetapi juga sebagai alat untuk menciptakan ketenangan bagi para pembaca serta daya tarik visual bagi pengunjung yang suka berfoto. Pada saat yang sama hal tersebut menimbulkan pertentangan dengan peran kafe sebagai area membaca yang seharusnya menghadirkan ketenangan. Ketidakseimbangan atmosfer ini dapat berpotensi mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Suasana kafe yang nyaman bagi konsumen dapat mendorong mereka untuk kembali berkunjung ke tempat tersebut. Selain itu, saat ini konsumen cenderung melakukan pembelian ulang apabila kafe memiliki suasana yang menarik, modern dan sesuai dengan tren, sehingga dapat digunakan sebagai tempat berfoto untuk di bagikan di media sosial.

Salah satu faktor mempengaruhi kepuasan konsumen kafe adalah *store atmosphere*. *Store atmosphere* memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan). Bagi para pencinta buku atmosfer yang tenang, pencahayaan yang nyaman untuk membaca buku dan suasana ruangan yang kondusif merupakan hal yang menciptakan kepuasan pelanggan. Sementara itu, bagi pengunjung yang ingin bersosialisasi atau hanya sekedar nongkrong, desain interior yang estetik, area tempat duduk yang nyaman dan latar musik yang sesuai dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk berlama-lama di tempat (Simangunsong & Dewi, 2025).

Industri kafe yang semakin padat pesaingannya, *store atmosphere* menjadi salah satu faktor yang dapat berdampak pada kepuasan konsumen pelanggan melalui pengalaman emosional. Berbagai studi penelitian menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh variabel ini. Penelitian (Sudibyo et al., 2025) pada *Spread Café by Tootoomoo* Surabaya dan (Haryanto et al., 2025) di *Coffee Shop Pintu Dua* Jakarta membuktikan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, dengan demikian, diperlukan penelitian lanjutan untuk membandingkan dan memperdalam pemahaman mengenai pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer satisfaction*, terutama pada kafe dengan konsep dan *positioning* yang berbeda.

Service quality atau kualitas pelayanan turut menjadi faktor penting yang menentukan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis salah satunya di industri kafe. Menurut (S. W. Nasution, 2024) elemen seperti reponsif, kesetiaan serta kemudahan dalam pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pelayanan yang cepat ramah, serta kemampuan staf dalam memberikan pengalaman yang baik dan berkesan menjadi faktor penting untuk mencapai *customer satisfaction*. Hubungan antara *service quality* (kualitas pelayanan) dan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) telah menjadi pondasi penting dalam manajemen pemasaran. Peningkatan kualitas pelayanan yang melampaui harapan pelanggan akan menghasilkan tingkat kepuasan yang tinggi (Nashih et al., 2024). Selain itu *service quality* tetap menjadi dasar yang sangat penting. Kecepatan dalam memberikan pelayanan, sikap ramah dari pegawai dan ketersediaan fasilitas menjadi harapan yang diekspetasikan oleh konsumen yang memperhatikan kualitas terhadap kualitas layanan. Beberapa

penelitian menemukan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Seperti penelitian oleh (Salsabillah et al., 2024) dan (Sudibyo et al., 2025) membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. *Service quality* menjadi salah satu variabel yang secara statistik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan kafe.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa popularitas budaya Korea mendorong minat beli dan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Korea, seperti yang ditemukan (F. H. N. Putri et al., 2024) pada studi *Annyeong Korean Food Café* di Jakarta yang membuktikan adanya pengaruh signifikan *Korean Wave* terhadap keputusan pembelian konsumen. Sementara itu penelitian oleh (Limanto et al., 2021) di Kopi *Chuseyo* menekankan bahwa identitas *korean wave* mampu membangun citra merek yang positif melalui suasana, komunitas, dan aktivitas promosi, sehingga memengaruhi persepsi dan sikap konsumen. Ini menunjukkan bahwa *korean wave* berperan sebagai pemicu awal minat dan pemilihan pembelian, sementara kepuasan pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk, pelayanan dan pengalaman nyata yang alami oleh konsumen.

Haru Book Café yang berada di Ponorogo merupakan salah satu kafe yang menawarkan menggunakan konsep kafe khas Korea dengan perpaduan konsep perputakaan, suasana yang tenang dan desain interior tematik. Sesuai dengan namanya, Kafe ini tidak hanya menyediakan aneka jenis makanan dan minuman, tetapi juga berfungsi sebagai tempat baca yang memungkinkan pengunjung menikmati waktu sambil menjelajahi koleksi buku yang tersedia

di *Haru Book Café* ini. Keunikan konsep tersebut menjadi daya tarik tersendiri, terutama ditengah meningkatnya pengaruh budaya populer korea dikalangan masyarakat. Suasana yang *cozy* dan *instagrammabel* ini didukung oleh elemen desain yang menarik dan estetik yang dapat memanjakan mata dari segi menu, *Haru Book Café* menyajikan beragam pilihan makanan dan minuman yang memiliki sentuhan khas korea seperti *bibimbap*, *jajjangmyeon*, *sundubu jjigae*, *tteokpokki* serta beberapa menu lainnya.

Konteks bisnis modern, daya tarik sebuah kafe tidak hanya bergantung pada penawaran kualitas produk serta harga yang bervariasi, maka bisnis kafe dituntut untuk bersaing menghadapi persaingan yang terjadi dengan mengatur beberapa strategi bisnis, misalnya memilih lokasi toko yang dinilai strategis (Awaliyah & Wibowo, 2021). *Haru Book Café* berada di lokasi yang strategis yaitu berada di jalan Sulawasi No. 17 Mangkujayan, Ponorogo dan *Haru Book Café* berlokasi tepat di Kota Ponorogo dekat dengan area kantor-kantor serta area sekolah. Lokasinya yang strategis di tengah kota Ponorogo menjadikan pilihan ideal bagi banyak kalangan, baik hanya untuk sekedar nongkrong, mengerjakan tugas (*work from café*), maupun mencari suasana baru.

Haru Book café tidak hanya menawarkan produk berupa makanan dan minuman saja, tetapi juga *experience* dan suasana yang dapat mendukung aktivitas membaca dan bersosialisasi. *Haru Book Café* juga memiliki *store atmosphere* yang memiliki peran penting dalam membangun kenyamanan pengunjung, meliputi desain interior, pencahayaan, tata ruang hingga aroma yang digunakan (Nurhajjah et al., 2022).

Secara umum, pelanggan yang merasa nyaman dengan desain dekorasi dan suasana kafe, mendapatkan pelayanan yang ramah, serta menikmati sentuhan budaya Korea yang menarik, biasanya memiliki kesan yang baik terhadap kafe tersebut. Kesan ini tidak hanya berhenti pada pengalaman saat berkunjung, tetapi juga menjadi modal kuat bagi kafe untuk mempertahankan pelanggan setia dan menarik pengunjung baru. Hasil ini menegaskan bahwa strategi manajemen kafe yang menggabungkan lingkungan fisik, interaksi layanan, dan daya tarik budaya kontemporer adalah kunci utama untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan, khususnya dalam industri kafe buku yang unik di Ponorogo.

Penelitian ini didasari oleh adanya kesenjangan fenomena di *Haru Book café* yaitu munculnya pertentangan antara fungsi kafe sebagai runag literasi yang menuntun suasana tenang dengan konsep desain interior yang estetik serta pengaruh *Korean wave* yang justru menarik banyak pengunjung untuk bersosialisi dan berfoto. Kondisi tersebut tersebut berpotensi menimbulkan perbedaan pengalaman dan kepuasan pelanggan, dengan demikian, terdapat kensenjangan teoritis dari hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh *store atmosphere* dan *service qulity* terhadap *customer satisfaction*, serta masih terbatasnya penelitian yang mengkaji peran *korean wave* dalam satu model penelitian. Oleh karna itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menguji kembali pengaruh *store atmosphere*, *service quality* dan *korean wave* terhadap *customer satisfaction* pada *Haru Book Café*.

Berdasarkan fenomena tersebut, terlihat bahwa *Haru Book Café* di Ponorogo hadir sebagai entitas bisnis yang menarik. Kesuksesan kafe ini

bergantung pada tiga hal utama yang dapat dirasakan oleh pengunjung yaitu: *store atmosphere* (suasana toko), *service quality* (kualitas pelayanan) dan *korean wave* (daya tarik budaya korea). Ketiga variable ini diduga memiliki kontribusi yang signifikan dalam membentuk tingkat *customer satisfaction* (kepuasan konsumen). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menanalisis secara langsung seberapa pengaruh besar *store atmosphere*, *service quality* dan *korean wave* terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café* Ponorogo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi manajemen di *Haru Book Café* dan menjadi referensi penting bagi pengembangan bisnis.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu:

1. Apakah *store atmosphere* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café*?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café*?
3. Apakah *korean wave* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café*?
4. Apakah *store atmosphere*, *service quality* dan *korean wave* secara simultan berpengaruh terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan penelitian yaitu:

- 1) Menganalisis pengaruh *store atmosphere* terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Café*
- 2) Menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Cafe*
- 3) Menganalisis pengaruh *korean wave* terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Cafe*
- 4) Menganalisis pengaruh *store atmosphere*, *service quality* dan *korean wave* secara simultan terhadap *customer satisfaction* di *Haru Book Cafe*

2. Manfaat Penelitian:

1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terutama yang berkaitan dengan perilaku konsumen pada industri kafe. Hasil penelitian ini dapat memperkuat teori mengenai pengaruh *store atmosphere*, *service quality* dan *korean wave* terhadap *customer satisfaction*.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi pengelola *Haru Book Café* di Ponorogo,

Penelitian ini dapat menjadi sumber informasi untuk mengetahui faktor apa saja yang paling berpengaruh dalam meningkatkan *customer satisfaction*.

b. Bagi Karyawan *Haru Book Café* di Ponorogo

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam menciptakan kepuasan pelanggan, dengan demikian, karyawan dapat meningkatkan sikap ramah, kecepatan layanan, dan profesionalisme dalam melayani pelanggan

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan acuan praktis bagi peneliti lain yang ingin mengkaji kepuasan pelanggan pada industri kafe atau bisnis kreatif dengan variabel serupa maupun pengembangan variabel lainnya. Temuan penelitian ini dapat membantu manajemen dalam memperbaiki *store atmosphere*, *service quality* serta memanfaatkan fenomena *korean wave* sebagai strategi pemasaran yang efektif, dengan demikian kafe dapat meningkatkan *customer satisfaction*.