

## **Kajian Literatur Preferensi Masyarakat Terhadap Aktivitas Kafe Berdasarkan Waktu Kunjungan (08.00–17.00 dan 18.00–22.00)**

**Chinta Syafirna Ramadhani Budi<sup>1</sup>, Sukmawati<sup>2</sup>, Qoonita Nurhasanah<sup>3</sup>, Lidya Peace Simanjuntak<sup>4</sup>**

<sup>1-4</sup> Fakultas Ekonomi & Bisnis, Manajemen, Universitas Mulia, Kota Balikpapan, Indonesia  
Email: <sup>1</sup>[chinta.syafirna@gmail.com](mailto:chinta.syafirna@gmail.com), <sup>2</sup>[sukmawatimemangok@gmail.com](mailto:sukmawatimemangok@gmail.com), <sup>3</sup>[qoonitanurhasanah0@gmail.com](mailto:qoonitanurhasanah0@gmail.com),  
<sup>4</sup>[lusymeow95@gmail.com](mailto:lusymeow95@gmail.com)  
(\* : corresponding author)

**Abstrak**—Penelitian ini merupakan kajian literatur sistematis yang bertujuan untuk menganalisis perbedaan preferensi masyarakat dalam mengunjungi kafe berdasarkan segmentasi waktu kunjungan, yaitu siang hari (08.00–17.00) dan malam hari (18.00–22.00). Kajian dilakukan terhadap 21 artikel penelitian terkini (2020–2025) dari database terpilih seperti Taylor & Francis, DOAJ, dan Google Scholar. Temuan menunjukkan dikotomi preferensi yang signifikan antara kedua blok waktu. Pada siang hari, kafe berfungsi sebagai ruang produktif yang mendukung budaya *Work from Cafe* (WFC) dan aktivitas belajar. Prioritas utama pengunjung adalah fasilitas teknis (Wi-Fi stabil, stop kontak, meja luas) dan suasana tenang yang mendukung konsentrasi, yang diperkuat oleh fenomena ritual “Kopag” (kopi pagi) sebagai “tombol mulai” hari. Sebaliknya, pada malam hari, orientasi bergeser menjadi ruang sosial dan rekreasi. Aktivitas “nongkrong” dan interaksi sosial menjadi dominan, dengan elemen estetika “instagramable”, hiburan *live music*, serta preferensi area outdoor menjadi penentu kenyamanan utama. Analisis komparatif juga mengungkap peran diferensial faktor spesifik seperti atmosfer, fasilitas teknis, dan estetika dalam memengaruhi minat kunjung dan kenyamanan pada masing-masing waktu. Kajian ini mengisi celah literatur dengan memisahkan preferensi berdasarkan waktu serta memberikan implikasi praktis bagi pengelola kafe untuk mengoptimalkan layanan dan fasilitas secara adaptif sesuai dinamika kebutuhan pengunjung siang dan malam.

**Kata Kunci:** preferensi kafe; segmentasi waktu; *Work from Cafe*; tempat ketiga; kajian literatur; layanan adaptif

**Abstract**—This research is a systematic literature review aimed at analyzing differences in public preferences for visiting cafes based on time segmentation, namely daytime (08.00–17.00) and nighttime (18.00–22.00). The review was conducted on 21 recent research articles (2020–2025) from selected databases such as Taylor & Francis, DOAJ, and Google Scholar. Findings reveal a significant dichotomy of preferences between the two time blocks. During the day, cafes function as productive spaces supporting the *Work from Cafe* (WFC) culture and study activities. Visitors' main priorities are technical facilities (stable Wi-Fi, power outlets, spacious tables) and a quiet atmosphere conducive to concentration, reinforced by the ritual phenomenon of “Kopag” (morning coffee) as a “start button” for the day. Conversely, at night, the orientation shifts toward social and recreational spaces. “Hanging out” and social interaction become dominant, with “instagrammable” aesthetic elements, live music entertainment, and a preference for outdoor areas as key determinants of comfort. Comparative analysis also reveals the differential roles of specific factors such as atmosphere, technical facilities, and aesthetics in influencing visit intention and comfort at each time period. This study fills a literature gap by distinguishing preferences based on time and provides practical implications for cafe managers to optimize services and facilities adaptively according to the dynamic needs of daytime and nighttime visitors.

**Keywords:** cafe preferences; time segmentation; *Work from Cafe*; third place; literature review; adaptive services

### **1. PENDAHULUAN**

Preferensi masyarakat dalam mengunjungi kafe saat ini telah mengalami transformasi dari sekadar tempat membeli kopi menjadi sebuah gaya hidup yang mendukung berbagai aktivitas sosial dan produktif (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023). Pada perbandingan waktu kunjungan siang hari (08.00–17.00), preferensi masyarakat sangat dipengaruhi oleh kebutuhan akan ruang kerja alternatif atau tempat belajar yang dikenal dengan budaya *Work from Cafe* (WFC) (Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023; Ramadhan & Syoufa, 2025; Syamsiyah, 2025). Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan utama pada siang hari meliputi ketersediaan fasilitas teknis seperti koneksi internet (Wi-Fi), stop kontak, dan meja yang luas, serta suasana yang mendukung konsentrasi seperti pencahayaan yang hangat dan musik latar yang lembut (Qotrunnada *et al.*, 2025; Safitri *et al.*, 2025; Syamsiyah, 2025). Selain itu, terdapat subbudaya “Kopag” (kopi pagi) yang

memaknai kunjungan pagi sebagai "tombol mulai" untuk meningkatkan energi dan kesegaran sebelum memulai rutinitas kerja (Faizin *et al.*, 2025). Faktor kenyamanan termal juga sangat menentukan pada siang hari, di mana pengunjung di kota-kota dengan suhu udara tinggi cenderung memilih area indoor berpendingin ruangan untuk menghindari terik matahari (Iswaridewi *et al.*, 2024; Saksono & Azizah, 2024).

Di sisi lain, pada waktu kunjungan malam hari (18.00–22.00), orientasi masyarakat bergeser dari produktivitas menuju interaksi sosial, hiburan, dan rekreasi (Sabam Syahputra Manurung, 2020). Aktivitas "nongkrong" menjadi dominan, di mana kafe berfungsi sebagai "tempat ketiga" (*third place*) untuk bertemu teman, keluarga, atau pasangan guna mencari kesenangan sosial dan melepas penat (Ramadhan & Syoufa, 2025; Syamsiyah, 2025). Daya tarik utama pada malam hari sering kali dipicu oleh elemen estetika fasilitas yang "instagramable" serta adanya hiburan seperti *live music* yang menciptakan atmosfer lebih hidup dan tidak formal (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Grace Amalia Tondang *et al.*, 2023; Safitri *et al.*, 2025). Pengunjung pada malam hari juga menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk memilih area luar (outdoor atau semi-outdoor) karena suhu udara yang lebih sejuk dan fungsinya sebagai area yang memfasilitasi aktivitas merokok dengan nyaman (Iswaridewi *et al.*, 2024; Saksono & Azizah, 2024). Meskipun terdapat perbedaan motif aktivitas antara siang dan malam, variabel suasana kafe, harga yang terjangkau, dan variasi menu tetap menjadi faktor fundamental yang secara bersama-sama menentukan minat kunjungan dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Grace Amalia Tondang *et al.*, 2023). Dalam memahami hubungan ini, kita dapat membayangkan kafe sebagai sebuah bunglon ruang; pada siang hari ia berwarna tenang sebagai bengkel kerja yang serius, namun saat matahari terbenam, ia berubah warna menjadi panggung sosial yang penuh cahaya dan percakapan.

Penelitian terdahulu telah mengukuhkan bahwa fungsi kafe telah bertransformasi dari sekadar tempat membeli kopi menjadi "tempat ketiga" (*third place*) yang mendukung gaya hidup masyarakat urban (Bachtiar & Widjaja, 2023; Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Ramadhan & Syoufa, 2025). Fokus utama dalam literatur saat ini terbagi menjadi tiga pilar besar. Pertama, penelitian mengenai faktor fisik dan atmosfer, di mana variabel seperti desain interior, pencahayaan, suhu ruangan (termal), dan musik latar terbukti secara signifikan mempengaruhi minat kunjungan dan kenyamanan konsumen (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Grace Amalia Tondang *et al.*, 2023; Qotrunnada *et al.*, 2025; Ramadhan & Syoufa, 2025). Kedua, penelitian mengenai transformasi fungsional kafe, terutama pasca-pandemi COVID-19, yang menyoroti pergeseran kafe menjadi ruang kerja alternatif (Work from Cafe/WFC) dan ruang belajar bagi mahasiswa untuk meningkatkan konsentrasi (Ramadhan & Syoufa, 2025; Safitri *et al.*, 2025; Syamsiyah, 2025). Ketiga, penelitian berbasis segmentasi waktu tertentu, seperti fenomena "Kopag" (Kopi Pagi) yang memaknai kunjungan pagi hari sebagai simbol "tombol mulai" untuk membangkitkan semangat kerja (Faizin *et al.*, 2025). serta penelitian mengenai "Midnight Culture" yang melihat aktivitas begadang di kafe 24 jam sebagai ekspresi identitas dan pencarian kesenangan sosial (Wijaya, 2014).

Meskipun penelitian mengenai faktor penentu kunjungan kafe sudah sangat luas, terdapat celah penelitian (*gap research*) yang signifikan. Sebagian besar studi literatur yang ada cenderung berfokus pada satu variabel tunggal (seperti atmosfer saja atau harga saja) atau pada satu segmen kelompok usia tertentu seperti Generasi Z dan Milenial (Bachtiar & Widjaja, 2023; Jurnal *et al.*, 2025; Ramadhan & Syoufa, 2025). Belum banyak ditemukan kajian literatur yang secara sistematis melakukan perbandingan komparatif antara dua blok waktu kritis, yaitu siang hari (08.00–17.00) dan malam hari (18.00–22.00). Penelitian yang ada seringkali mencampuradukkan preferensi pengunjung tanpa membedakan bahwa motivasi psikologis dan kebutuhan fasilitas pada siang hari (yang cenderung produktif-akademis) berbeda secara fundamental dengan malam hari (yang cenderung rekreatif-sosial) (Faizin *et al.*, 2025; Ramadhan & Syoufa, 2025; Safitri *et al.*, 2025). Selain itu, literatur saat ini masih sedikit yang mensinergikan aspek etika konsumsi dengan pola kunjungan berbasis waktu dalam satu kerangka analisis komprehensif (Safitri *et al.*, 2025).

Berdasarkan celah tersebut, diperlukan sebuah studi literatur yang membedakan preferensi aktivitas kafe berdasarkan waktu kunjungan guna memberikan panduan strategis bagi pelaku bisnis dalam mengoptimalkan operasional mereka (Jurnal *et al.*, 2025; Qotrunnada *et al.*, 2025). Pemahaman mendalam mengenai perbedaan preferensi aktivitas pada slot siang (fokus pada fasilitas teknis seperti Wi-Fi dan stop kontak untuk WFC) dibandingkan slot malam (fokus pada estetika *instagramable* dan hiburan untuk bersosialisasi) akan membantu dalam perancangan desain

ruang yang lebih adaptif dan tepat sasaran (Iswaridewi *et al.*, 2024; Safitri *et al.*, 2025; Saksono & Azizah, 2024). Studi ini menjadi sangat mendesak untuk memetakan bagaimana perilaku dinamis masyarakat dalam menggunakan ruang publik kafe di era digital saat ini (Bachtiar & Widjaja, 2023; Syamsiyah, 2025)

Rumusan Masalah pada penelitian ini yaitu, pertama, bagaimana perbedaan mendasar dalam preferensi masyarakat saat melakukan aktivitas di kafe pada rentang waktu siang hari (08.00–17.00) yang berorientasi pada produktivitas dibandingkan dengan malam hari (18.00–22.00) yang berorientasi pada interaksi sosial (Tawakkal *et al.*, 2022). Kedua, sejauh mana faktor-faktor spesifik seperti atmosfer kafe, fasilitas teknis (Wi-Fi dan stop kontak), serta elemen estetika memengaruhi kenyamanan dan minat kunjung konsumen pada kedua blok waktu kritis tersebut secara komparatif (Tawakkal *et al.*, 2022).

Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan dengan mengisi celah literatur (gap research) yang selama ini cenderung mencampuradukkan preferensi pengunjung tanpa membedakan motivasi psikologis berdasarkan waktu kunjungan (Tawakkal *et al.*, 2022). Secara praktis, kajian ini memberikan panduan strategis bagi pelaku bisnis untuk mengoptimalkan operasional mereka, seperti menyesuaikan layanan dan fasilitas agar lebih tepat sasaran sesuai dengan dinamika kebutuhan pelanggan di jam-jam tertentu (Tawakkal *et al.*, 2022). Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pemahaman mengenai transformasi fungsi kafe sebagai "tempat ketiga" di era digital dengan memetakan perilaku dinamis masyarakat secara lebih mendalam dan sistematis (Tawakkal *et al.*, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk melepas "kacamata hitam" dalam memahami ekosistem kafe, sehingga detail kebutuhan pengunjung yang berbeda pada siang dan malam hari dapat terlihat dengan jelas dan akurat (Tawakkal *et al.*, 2022).

## **2. METODE PENELITIAN**

### **2.1 Persiapan: Penegasan Fokus dan Tujuan Kajian**

Tahap ini merupakan fondasi metodologis yang krusial. Di sini, peneliti secara eksplisit mendefinisikan batasan dan arah kajian. Fokus kajian dirumuskan dengan merujuk langsung pada dua dimensi rumusan masalah: (a) perbandingan preferensi aktivitas (produktivitas vs. interaksi sosial), dan (b) analisis faktor-faktor spesifik penentu kenyamanan (atmosfer, fasilitas teknis, estetika). Tujuan kajian kemudian dijabarkan secara operasional, misalnya untuk mengidentifikasi pola tematik dari literatur, membandingkannya antar-blok waktu, dan menyusun proposisi atau model awal. Keluaran dari tahap ini adalah sebuah *protokol kajian* informal yang memandu seluruh proses pencarian, seleksi, dan analisis agar tetap konsisten menjawab pertanyaan penelitian.

### **2.2 Pencarian Artikel: Strategi dan Sumber**

Pada tahap ini, strategi pencarian dirancang untuk mengumpulkan kumpulan artikel awal (*initial pool*) yang relevan. Peneliti menentukan sumber database yang kredibel dan spesifik, yaitu Taylor & Francis (mewakili penerbit komersial bereputasi tinggi) dan Directory of Open Access Journals (DOAJ) (mewakili literatur akses terbuka yang berkualitas). Google Scholar digunakan sebagai alat pelengkap untuk memastikan tidak ada studi penting yang terlewat. Kata kunci dirancang secara kombinatorial, menggabungkan konsep inti seperti "*coffee shop visit patterns*", "*daytime productivity in cafes*", "*nighttime socializing in third places*", "*cafe servicescape*", dan "*consumer comfort in hospitality*", dengan penyesuaian menggunakan operator Boolean (AND, OR). Batasan waktu publikasi (2020–2025) diterapkan secara ketat untuk memastikan temuan yang dianalisis merefleksikan konteks terkini, termasuk tren pasca-pandemi dan perkembangan gaya hidup kontemporer.

### **2.3 Seleksi dan Evaluasi Artikel: Penyaringan Berlapis**

Proses seleksi dilakukan secara sistematis dan berlapis untuk menyaring 21 artikel yang paling berkualitas dan relevan. Lapisan pertama adalah seleksi berdasarkan *judul dan abstrak* terhadap hasil pencarian awal. Artikel yang jelas di luar topik (misalnya, tentang budidaya kopi atau manajemen rantai pasok) langsung dikeluarkan. Lapisan kedua adalah evaluasi mendalam dengan membaca *full-text* artikel yang lolos seleksi awal. Evaluasi ini menggunakan kriteria inklusi-

eksklusi yang telah ditetapkan, seperti relevansi dengan blok waktu siang/malam, pembahasan tentang faktor-faktor yang diteliti, metode penelitian yang jelas, dan kualitas jurnal (misalnya, terindeks Scopus atau DOAJ). Proses ini bersifat iteratif dan melibatkan pertimbangan substantif untuk memastikan artikel terpilih benar-benar dapat memberikan *insight* untuk analisis komparatif.

#### **2.4 Ekstraksi dan Koding Data: Sistematisasi Informasi**

Setelah 21 artikel final terpilih, dilakukan proses *data mining* secara sistematis. Setiap artikel dibaca secara kritis, dan informasi kunci diekstraksi ke dalam sebuah matriks atau tabel. Data yang diekstraksi meliputi: identitas artikel (penulis, tahun, judul, jurnal), tujuan penelitian, metodologi, konteks geografis/sosial, temuan utama terkait preferensi waktu, serta temuan terkait pengaruh atmosfer, fasilitas, dan estetika. Selanjutnya, dilakukan koding terhadap data-data tersebut. Koding adalah pemberian label atau kode pada potongan data berdasarkan makna atau temanya, misalnya kode "PROD-WIFI" untuk pernyataan tentang pentingnya Wi-Fi untuk produktivitas siang hari, atau kode "SOC-AMBIENCE" untuk temuan tentang pengaruh pencahayaan redup terhadap interaksi sosial malam hari. Proses ini mengubah data tekstual menjadi unit analisis yang terorganisir.

#### **2.5 Analisis Tematik dan Sintesis: Membangun Pemahaman Komparatif**

Data yang telah terkoding kemudian dianalisis secara tematik. Peneliti mengelompokkan kode-kode yang memiliki kemiripan konseptual ke dalam tema yang lebih luas. Misalnya, berbagai kode tentang kecepatan Wi-Fi, ketersediaan stop kontak, dan kenyamanan kursi kerja mungkin dikelompokkan ke dalam tema "Infrastruktur Pendukung Produktivitas". Proses ini dilakukan secara terpisah untuk konteks siang dan malam hari. Sintesis adalah langkah integratif di mana tema-tema dari kedua blok waktu tersebut dibandingkan, dipertentangkan, dan dihubungkan. Peneliti mencari pola: faktor mana yang eksklusif untuk satu waktu, mana yang penting untuk kedua waktu tetapi dengan alasan berbeda, dan bagaimana dinamika antar-faktor (misalnya, estetika yang mendukung produktivitas vs. estetika yang memicu interaksi sosial). Sintesis ini secara langsung menjawab rumusan masalah.

#### **2.6 Interpretasi dan Pengembangan Model Konseptual**

Hasil sintesis yang berupa pemahaman komparatif kemudian diinterpretasikan pada tingkat yang lebih abstrak. Peneliti merefleksikan makna dari pola-pola yang ditemukan: "*Mengapa fasilitas teknis menjadi faktor penentu (determinant) di siang hari tetapi sekadar faktor pendukung (facilitator) di malam hari?*" Dari interpretasi ini, dirancang sebuah model konseptual. Model ini merupakan representasi visual atau skematis yang menggambarkan hubungan kausal atau asosiatif antara variabel-variabel kunci (seperti Waktu Kunjungan, Tujuan Aktivitas, Faktor Servicescape, dan Outcome Kenyamanan). Model ini berfungsi sebagai proposisi teoretis yang disarikan dari kajian literatur, yang dapat diuji lebih lanjut dalam penelitian empiris.

#### **2.7 Pembahasan dan Perumusan Implikasi**

Tahap final adalah pembahasan menyeluruh. Di sini, peneliti tidak hanya merangkum temuan, tetapi juga mengaitkan interpretasi dan model konseptual yang dihasilkan dengan badan pengetahuan yang sudah ada (*existing literature*). Dibahas bagaimana temuan kajian memperkuat, mempertanyakan, atau mengembangkan teori tertentu (misalnya teori *Servicescape* atau *Third Place*). Selanjutnya, dirumuskan implikasi yang bermakna. Implikasi teoretis mungkin berupa usulan pengembangan dimensi baru dalam suatu konsep, sementara implikasi praktis dapat berupa rekomendasi spesifik bagi pengelola kafe untuk mendesain layanan, interior, dan penawaran yang berbeda untuk *daypart* siang dan malam, guna memaksimalkan kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing.

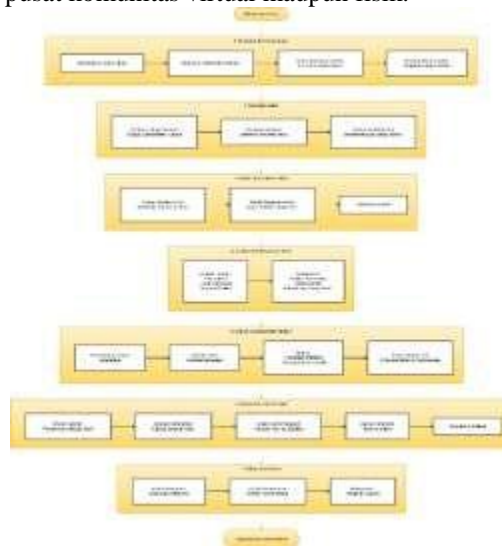
### **3. ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Penelitian sebagaimana pada lampiran menunjukkan bahwa preferensi masyarakat dalam berkunjung ke kafe dipengaruhi secara signifikan oleh kombinasi atmosfer kafe, harga, dan variasi produk yang ditawarkan. Atmosfer kafe menjadi daya tarik utama karena mampu memberikan kenyamanan fisik dan emosional, terutama melalui desain interior yang unik, pencahayaan yang



hangat, serta fasilitas pendukung seperti Wi-Fi dan stop kontak. Secara fungsional, kafe telah bertransformasi menjadi "tempat ketiga" (*third place*) yang mendukung produktivitas melalui budaya *Work from Cafe* (WFC), terutama pada siang hari di mana fasilitas teknis dan ketenangan untuk konsentrasi belajar atau bekerja sangat diprioritaskan. Hal ini juga diperkuat oleh fenomena "Kopag" (kopi pagi) yang dimaknai sebagai "tombol mulai" untuk membangkitkan energi sebelum memulai rutinitas harian.

Di sisi lain, pada rentang waktu malam hari, kunjungan masyarakat lebih berorientasi pada interaksi sosial, hiburan, dan rekreasi, di mana elemen estetika yang *instagramable* serta suasana yang lebih hidup menjadi faktor penentu kenyamanan. Faktor spasial juga memainkan peran penting, di mana area indoor sering dipilih karena kenyamanan termal (AC) dan fasilitas listrik, sedangkan area outdoor tetap populer untuk memfasilitasi aktivitas merokok dan mencari kesenangan sosial. Selain faktor fisik, pengalaman pelanggan (*customer experience*) dan keragaman produk terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam memicu niat kunjungan ulang dan membangun loyalitas konsumen. Secara keseluruhan, keberhasilan bisnis kafe di era digital sangat bergantung pada kemampuan pengelola untuk menciptakan ruang yang adaptif terhadap kebutuhan dinamis masyarakat, baik sebagai pusat komunitas virtual maupun fisik.



### 3.1 Pembahasan

1. Perbedaan mendasar dalam preferensi masyarakat saat melakukan aktivitas di kafe pada rentang waktu siang hari (08.00–17.00) yang berorientasi pada produktivitas dibandingkan dengan malam hari (18.00–22.00) yang berorientasi pada interaksi sosial

Perubahan fungsi kafe menjadi "tempat ketiga" (*third place*) mencerminkan pergeseran gaya hidup masyarakat urban yang kini menggunakan ruang publik untuk kebutuhan multifungsi berdasarkan dimensi waktu (Bachtiar & Widjaja, 2023; Ramadhan & Syoufa, 2025). Preferensi masyarakat dalam memilih aktivitas di kafe tidak lagi bersifat statis, melainkan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis dan fungsional yang berbeda secara fundamental antara siang dan malam (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Ibrohim & Surachman, 2025). Fenomena *hustle culture* dan transformasi digital telah memaksa pengelola kafe untuk mengadaptasi lingkungan fisiknya agar mampu mewadahi aktivitas produktif di siang hari dan interaksi sosial yang intens di malam hari guna mempertahankan daya saing bisnis (Iswaridewi *et al.*, 2024).

Pada rentang waktu siang hari (08.00–17.00), orientasi utama pengunjung didominasi oleh produktivitas, yang termanifestasi melalui budaya *Work from Cafe* (WFC) dan ruang belajar alternatif bagi mahasiswa (Putri, 2023; Safitri *et al.*, 2025; Saksono & Azizah, 2024). Dalam blok waktu ini, ketersediaan fasilitas teknis seperti koneksi Wi-Fi yang stabil, akses stop kontak yang memadai di setiap meja, serta ukuran meja yang luas untuk menampung perangkat kerja menjadi prioritas utama konsumen dibandingkan elemen hiburan (Safitri *et al.*, 2025; Saksono & Azizah, 2024). Secara psikologis, terdapat subbudaya "Kopag" atau kopi pagi yang dimaknai oleh masyarakat sebagai representasi "tombol mulai" untuk membangkitkan energi, fokus, dan

kesegaran sebelum memulai atau selama menjalankan rutinitas kerja (Faizin *et al.*, 2025). Faktor kenyamanan termal juga memegang peran krusial pada siang hari, di mana pengunjung di kota-kota dengan suhu udara tinggi cenderung memilih area *indoor* berpendingin ruangan (AC) untuk menghindari terik matahari dan menjaga konsentrasi belajar (Iswaridewi *et al.*, 2024). Atmosfer yang diinginkan pada periode ini adalah suasana yang tenang dengan musik latar yang lembut yang tidak mengganggu proses kognitif (Safitri *et al.*, 2025).

Sebaliknya, pada rentang waktu malam hari (18.00–22.00), preferensi masyarakat bergeser secara signifikan dari fokus produktivitas menuju pencarian kesenangan sosial (*social pleasure*) dan rekreasi (Ibrohim & Surachman, 2025; Sabam Syahputra Manurung, 2020; Wijaya, 2014). Aktivitas "nongkrong", menonton pertandingan olahraga secara kolektif (*nonton bareng*), dan menikmati hiburan musik langsung (*live music*) menjadi magnet utama yang menghidupkan suasana kafe sebagai wadah pelepasan penat (Ibrohim & Surachman, 2025; Sabam Syahputra Manurung, 2020; Wijaya, 2014). Pada jam-jam ini, elemen estetika fasilitas yang bersifat "instagramable" dan desain interior tematik menjadi faktor penentu minat kunjung bagi Generasi Z dan Milenial yang memiliki kebutuhan tinggi akan aktualisasi diri melalui dokumentasi di media sosial (Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023; Jurnal *et al.*, 2025; Qotrunnada *et al.*, 2025). Pengunjung malam hari juga menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk memilih area luar (*outdoor*) atau *semi-outdoor* karena suhu udara yang lebih sejuk dan fungsinya sebagai area yang memfasilitasi aktivitas merokok dengan lebih bebas dan nyaman (Bachtiar & Widjaja, 2023; Iswaridewi *et al.*, 2024). Hubungan emosional yang terbentuk di malam hari lebih didasarkan pada interaksi sosial non-formal yang cair dan pencarian suasana yang mendukung kegembiraan bersama (Grace Amalia Tondang *et al.*, 2023; Jurnal *et al.*, 2025; Sabam Syahputra Manurung, 2020).

Perbedaan mendasar ini menegaskan bahwa kafe di era digital bertindak sebagai ruang hibrida yang harus mampu menyesuaikan layanannya secara dinamis mengikuti ritme perilaku masyarakat (Syamsiyah, 2025). Kebutuhan siang hari yang menuntut fungsionalitas dan efisiensi ruang kerja sangat kontras dengan kebutuhan malam hari yang lebih mengedepankan atmosfer hedonisme sederhana dan koneksi sosial yang intim (Sabam Syahputra Manurung, 2020). Keberhasilan sebuah kafe sangat bergantung pada kemampuannya untuk memfasilitasi transisi ini, baik melalui pengaturan pencahayaan yang adaptif, variasi menu yang sesuai dengan waktu kunjungan, hingga fleksibilitas tata letak furnitur yang dapat mengakomodasi grup besar untuk bersosialisasi di malam hari (Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023; Jurnal *et al.*, 2025; Saksono & Azizah, 2024). Dengan demikian, pemahaman terhadap dikotomi preferensi berbasis waktu ini menjadi landasan strategis bagi pelaku bisnis dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten namun tetap responsif terhadap dinamika kebutuhan hidup urban yang terus berubah (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Jurnal *et al.*, 2025; Syamsiyah, 2025).

2. Faktor-faktor spesifik seperti atmosfer kafe, fasilitas teknis (Wi-Fi dan stop kontak), serta elemen estetika memengaruhi kenyamanan dan minat kunjung konsumen pada kedua blok waktu kritis tersebut secara komparatif

Atmosfer kafe bukan lagi sekadar elemen pelengkap, melainkan penentu utama dalam pembentukan minat kunjung yang mencakup sekitar 26% alasan konsumen memilih sebuah tempat (Dwi Apriliani *et al.*, 2022). Rancang bangun lingkungan melalui stimulasi visual, pencahayaan, warna, aroma, dan musik secara kolektif terbukti merangsang respons emosional dan kognitif pengunjung yang pada akhirnya memengaruhi perilaku pembelian mereka (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023; Jurnal *et al.*, 2025). Secara komparatif, pada blok waktu siang hari (08.00–17.00), faktor kenyamanan fisik seperti suhu ruangan yang sejuk melalui pendingin udara menjadi variabel krusial untuk menjaga fokus dan produktivitas pengunjung di tengah iklim tropis (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Iswaridewi *et al.*, 2024; Jurnal *et al.*, 2025). Sebaliknya, pada blok waktu malam (18.00–22.00), atmosfer kafe lebih diarahkan untuk menciptakan suasana yang santai, damai, namun hidup guna memfasilitasi kebutuhan relaksasi dan pelepasan penat dari rutinitas harian (Grace Amalia Tondang *et al.*, 2023). Strategi penciptaan atmosfer ini bertujuan untuk membangun hubungan emosional yang kuat antara pelanggan dan kafe, sehingga memicu niat kunjungan ulang yang berkelanjutan (Jurnal *et al.*, 2025).

Integrasi fasilitas teknis seperti koneksi Wi-Fi yang stabil dan ketersediaan akses stop

kontak di setiap meja merupakan prasyarat mutlak bagi kafe yang berfungsi sebagai "tempat ketiga" atau *virtual coworking space* di era digital (Syamsiyah, 2025). Pada rentang waktu siang hari, ketergantungan pengunjung terhadap fasilitas ini mencapai puncaknya karena kafe digunakan sebagai kantor alternatif untuk aktivitas *Work from Cafe* (WFC) atau penyelesaian tugas akademik mahasiswa (Bachtiar & Widjaja, 2023; Ramadhan & Syoufa, 2025; Safitri *et al.*, 2025). Kemudahan akses listrik dan jangkauan internet yang cepat secara signifikan meningkatkan durasi kunjungan dan tingkat kepuasan pengunjung yang menjalankan budaya produktif konstan atau *hustle culture* (Kristiawan *et al.*, 2023; Safitri *et al.*, 2025). Di sisi lain, pada malam hari, meskipun fasilitas Wi-Fi tetap menjadi daya tarik bagi peminum kopi sosial (*social drinker*), urgensi penggunaan stop kontak cenderung menurun karena aktivitas bergeser ke arah interaksi interpersonal yang lebih cair, di mana gawai lebih banyak digunakan untuk dokumentasi sosial daripada pekerjaan intensif (Bachtiar & Widjaja, 2023; Wijaya, 2014). Fasilitas teknis di malam hari bertindak lebih sebagai penunjang konektivitas virtual sambil bersosialisasi secara fisik (Ibrohim & Surachman, 2025; Syamsiyah, 2025).

Elemen estetika dan desain interior tematik memiliki peran fundamental dalam memikat minat kunjung, terutama bagi Generasi Z dan milenial yang memandang kafe sebagai wadah aktualisasi diri (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Fitriza Ferunita Koto *et al.*, 2023; Qotrunnada *et al.*, 2025; Ramadhan & Syoufa, 2025). Desain yang unik dan bersifat "instagramable" menjadi magnet utama kunjungan pada blok waktu malam, di mana elemen visual dikonsumsi sebagai simbol status sosial dan identitas urban yang prestisius (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Iswaridewi *et al.*, 2024; Qotrunnada *et al.*, 2025). Fasad bangunan dan penataan lansekap yang menarik terbukti secara nyata meningkatkan omzet dan jumlah pelanggan karena menciptakan daya tarik visual yang kuat sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan transaksi (Kristiawan *et al.*, 2023). Pada blok siang hari, elemen estetika lebih difungsikan untuk mendukung kenyamanan visual agar pengunjung tidak cepat jenuh saat bekerja, sedangkan pada malam hari, estetika bertransformasi menjadi panggung hiburan yang menghidupkan suasana melalui "politik kenyamanan" dan citra merek (Dwi Apriliani *et al.*, 2022; Wijaya, 2014). Dengan demikian, keberhasilan bisnis kafe bergantung pada kemampuannya menyinergikan atmosfer, teknologi, dan estetika secara adaptif sesuai dengan dinamika kebutuhan pengunjung pada kedua blok waktu tersebut (Syamsiyah, 2025).

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan kajian literatur yang sistematis terhadap 21 artikel penelitian terkini (2020–2025), dapat disimpulkan bahwa preferensi dan perilaku masyarakat dalam mengunjungi kafe sangat dinamis dan sangat dipengaruhi oleh segmentasi waktu kunjungan, yaitu siang hari (08.00–17.00) dan malam hari (18.00–22.00).

Perbedaan mendasar preferensi aktivitas terlihat jelas berdasarkan waktu. Pada siang hari, kafe berfungsi sebagai ruang produktif dan akademis yang mendukung budaya *Work from Cafe* (WFC) dan aktivitas belajar. Motivasi utama pengunjung adalah meningkatkan produktivitas dan konsentrasi, dengan kebutuhan prioritas pada fasilitas teknis seperti koneksi Wi-Fi yang stabil, ketersediaan stop kontak, meja yang luas, serta suasana tenang dengan pencahayaan hangat dan musik latar yang lembut. Fenomena "Kopag" (kopi pagi) juga menjadi ritual simbolis sebagai "tombol mulai" untuk membangkitkan energi sebelum beraktivitas. Sebaliknya, pada malam hari, orientasi bergeser menjadi ruang sosial, hiburan, dan rekreasi. Kafe berperan sebagai "tempat ketiga" (*third place*) untuk bersosialisasi, melepas penat, dan mencari kesenangan sosial. Aktivitas seperti nongkrong, menikmati live music, dan berinteraksi menjadi dominan. Elemen estetika yang "instagramable", suasana yang lebih hidup, serta preferensi untuk area outdoor atau semi-outdoor karena suhu yang lebih sejuk dan fasilitas untuk merokok menjadi penentu utama kenyamanan.

Pengaruh faktor spesifik juga berbeda secara komparatif. Atmosfer kafe merupakan faktor krusial yang memengaruhi sekitar 26% minat kunjung. Pada siang hari, atmosfer diarahkan untuk kenyamanan fisik dan kognitif seperti suhu sejuk dan pencahayaan yang mendukung konsentrasi. Pada malam hari, atmosfer lebih menekankan pada suasana santai, hidup, dan emosional untuk mendukung interaksi sosial. Fasilitas teknis seperti Wi-Fi dan stop kontak bersifat esensial pada siang hari sebagai pendukung produktivitas, sedangkan pada malam hari fasilitas tersebut lebih berperan sebagai penunjang konektivitas sekunder karena aktivitas utama adalah sosialisasi. Elemen

estetika dan desain interior memiliki peran ganda: pada siang hari berfungsi untuk menjaga kenyamanan visual dan mencegah kejenuhan, sedangkan pada malam hari menjadi daya tarik utama dan alat aktualisasi diri melalui konten media sosial.

Kajian ini memberikan implikasi teoretis dengan mengisi celah literatur (*gap research*) yang selama ini mencampurkan preferensi tanpa mempertimbangkan segmentasi waktu. Temuan ini memperkuat konsep kafe sebagai "tempat ketiga hibrida" yang beradaptasi dengan ritme kehidupan urban digital dan mengintegrasikan aspek etika konsumsi serta perilaku dinamis masyarakat dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Secara praktis, bagi pelaku bisnis, kajian ini memberikan panduan strategis untuk mengoptimalkan operasional kafe. Rekomendasi praktis meliputi mendesain layanan dan fasilitas yang berbeda sesuai daypart dengan menekankan fasilitas teknis dan ketenangan pada siang hari serta estetika dan hiburan pada malam hari; mengatur tata ruang yang adaptif seperti menyediakan area indoor yang nyaman untuk bekerja pada siang hari dan area outdoor yang cocok untuk bersosialisasi pada malam hari; serta menyusun variasi menu dan pengalaman pelanggan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing waktu kunjungan untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan konsumen.

Untuk penelitian lanjutan, diperlukan studi empiris untuk menguji model konseptual yang dihasilkan, khususnya terkait hubungan kausal antara waktu kunjungan, faktor layanan (*servicescape*), dan outcome perilaku konsumen. Kajian ke depan juga dapat memperluas cakupan dengan mengeksplorasi segmentasi demografis yang lebih beragam selain Generasi Z dan Milenial serta konteks geografis yang berbeda untuk memperkaya generalisasi temuan.

Secara keseluruhan, kafe di era kontemporer telah bertransformasi dari sekadar tempat membeli kopi menjadi ruang multifungsi yang harus mampu beradaptasi dengan dinamika kebutuhan masyarakat urban. Keberhasilannya sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam merespons perbedaan preferensi berdasarkan waktu, menciptakan pengalaman yang relevan, dan mengintegrasikan elemen fisik, teknis, dan sosial secara harmonis. Pemahaman yang mendalam tentang dikotomi siang-malam ini merupakan landasan strategis untuk menciptakan ruang yang adaptif, tepat sasaran, dan mampu mempertahankan daya saing dalam lanskap bisnis hospitality yang terus berubah.

## REFERENCES

- Bachtiar, F., & Widjaja, R. R. (2023). Persandingan Penelitian Studi Kasus terkait Perubahan Third Place di Era Digital. *MINTAKAT: Jurnal Arsitektur*, 24(2), 32–43. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jam/article/view/9324>
- Dwi Apriliani, V., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180–187. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.34303>
- Faizin, A., Alfian Khusyairi, J., & Afdholi, N. (2025). Konstruksi Makna Budaya Ngopi Kopag (Kopi Pagi) Masyarakat Kota Malang Construction of the Meaning of Kopag Coffee Culture in Malang City. *Jurnal Sastra Dan Kearifan Lokal*, 4(2), 2025. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/arif/index>
- Fitrizta Ferunita Koto, Gita Sari Agape Soebijakto, & Erica Adriana. (2023). Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(3), 08–19. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i3.1332>
- Grace Amalia Tondang, Muhammad Lathief Ilhamy Nasution, & Budi Dharma. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 15–26. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12913](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12913)
- Ibrohim, & Surachman. (2025). Bhinneka Multidisiplin Journal. *Efektivitas Penerapan Sistem Akuntansi Berbasis Online Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Di Kota Serang, Vol. 1, No(2022)*, 137–145. <http://bmj.esc-id.org/index.php/home%0AAANALISA>
- Iswaridewi, P. N., Tanadda, O. A., & Astuti, S. B. (2024). Identifikasi Faktor Pemilihan Area Indoor dan Outdoor di Concept Café Berdasarkan Kenyamanan Aktivitas Pengunjung. *Serat Rupa Journal of Design*, 8(1), 125–134. <https://doi.org/10.28932/srjd.v8i1.6818>
- Jurnal, J., Mea, I., Atmosphere, P. C., Dan, P. Q., Pariwisata, F., & Ciputra, U. (2025). *CUSTOMER EXPERIENCE TERHADAP CONSUMER REPURCHASE INTENTION CAFÉ 4X4 COFFEE*
- Kristiawan, A., Subagjo, I., Widjadja, P., & Parahyangan, U. K. (2023). Jurnal Arsitektur Zonasi. *Jurnal Arsitektur Zonasi*, 6(1), 57–70.



- <https://ejournal.upi.edu/index.php/jaz/article/view/49012%0Ahttps://ejournal.upi.edu/index.php/jaz/article/download/49012/26720>
- Putri, L. T. (2023). Journal of Social , Culture , and Language. *Journal of Social, Culture, and Language*, 2(1), 104–110.
- Qotrunnada, L., Handayani, N. U., & Ulkhaq, M. M. (2025). Consumer Preference Analysis in Choosing Coffee Shops in Semarang Using Conjoint Analysis. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 24(1), 51. <https://doi.org/10.20961/performa.24.1.86130>
- Ramadhan, D. A., & Syoufa, A. (2025). Analisis Faktor Kenyamanan Pengunjung Terhadap Coffeeshop Bertema Outdoor (Studi Kasus: SA.TUANG Coffeeshop). *PURWARUPA Jurnal Arsitektur*, 9(01), 73–80. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/purwarupa/article/view/21073>
- Sabam Syahputra Manurung. (2020). Preferensi Ruang-Ruang Bersosialisasi Urban Kota Medan (Study Kasus Kawasan Kota Matsum, Medan, Sumatera Utara). *SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, Dan Budaya Nusantara*, 1(1), 28–38. <https://doi.org/10.55123/sabana.v1i1.257>
- Safitri, A., Zulaikha, M. C., Amanda, I. D., & Nur, D. M. M. (2025). *Fenomenologi Penggunaan Coffee Shop sebagai Ruang Belajar Mahasiswa dalam Meningkatkan Konsentrasi Belajar*. 02(03), 2800–2805.
- Saksono, A. M. A., & Azizah, R. (2024). Identifikasi Tipe Area Duduk pada Lavana Kafe Berdasarkan Kenyamanan Pengunjung. *Seminar Ilmiah Arsitektur V*, 51–57.
- SAMARINDA KOTA , KABUPATEN KUTAI JIMEA | *Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi )*. 9(1), 3205–3229.
- Syamsiyah, N. (2025). Hybrid coworking spaces for remote workers: The role of cafés and Discord channels as a unified community hub. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 20(1), 1–12. <https://doi.org/10.20473/jsd.v20i1.2025.1-12>
- Tawakkal, M. I., Khumaini, F., Ekonomi, P., Masa, D., Pratama, N. G., Sutarno, Suswandi, Suswadi, Harieni, S., Suprpti, E., Prasetyowati, K., MPOC, Riana, E. T., Mukson, M., Roessali, W., Purwandoko, P. B., Seminar, K. B., Sutrisno, S., Sugiyanta, S., ... Parwati, N. K. D. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Promosi Dan Pemasaran Produk Hasil - Hasil Pertanian. *Agriscience*, 2(1), 103–108.
- Wijaya, B. S. (2014). Makna Gaya Hidup Tengah Malam Anak Muda Urban di Branded Convenience Store dan Café 24 Jam. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 163–179.

## LAMPIRAN

Konteks	Penulis dan Tahun	Pendekatan	Riset	Hasil dan Temuan
Atmosfer, Harga, dan Menu	Nadira Awalia Putri, dkk. (2024)	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)	Pengaruh atmosfer, harga, dan variasi menu terhadap minat kunjung di SA.TUANG Coffee Shop..	Atmosfer (26%), variasi menu (23%), dan harga (16,7%) berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung..
Preferensi Produk Kopi	Isabel Divya G. W., dkk. (2022)	Kuantitatif ( <i>Conjoint Analysis</i> )	Karakteristik produk kopi (latte, cappuccino, dll.) dan metode penyajian di Cafe Nectar Bali..	Konsumen lokal memilih latte panas, sedangkan turis asing memilih latte dingin..
Kenyamanan Area Outdoor	Devin Anugrah R. & Ade Syoufa (2023)	Kuantitatif Deskriptif	Faktor kenyamanan (termal, audio, visual) pada kafe bertema <i>outdoor</i> ..	Area <i>outdoor</i> memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk beraktivitas (skor kategori "Baik")..
Fenomena Work From Cafe (WFC)	Vidya Nindhita & Afif Arifin (2024)	Kajian Literatur (Kualitatif)	Perilaku konsumen generasi Y dan Z dalam budaya ngopi dan WFC pasca-pandemi..	Keputusan nongkrong didorong oleh faktor diri, sosial, tugas/pekerjaan, dan gaya hidup..
Pengambilan Keputusan Belajar	Fitrizta Ferunita Koto, dkk. (2023)	Studi Literatur	Pengaruh atmosfer kafe dan pengalaman pelanggan terhadap mahasiswa yang belajar di kafe..	Atmosfer (61,3%) dan pengalaman pelanggan sangat memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih tempat belajar..
Desain Kafe &	Muhammad	Kualitatif	Analisis pengaruh	Lokasi strategis ( <i>hoek</i> )

<b>Keberhasilan Bisnis</b>	Fadhil Ansari & Dewi R. S. (2024)	(Observasi & Wawancara)	desain kafe terhadap keberhasilan bisnis di Kopi Nako Bandung..	dan desain <i>landscaping</i> yang menarik secara signifikan meningkatkan omset dan jumlah pelanggan..
<b>Gaya Hidup &amp; Etika Islam</b>	Wahyunita (2023)	Kualitatif (Observasi & Wawancara)	Intensitas kunjungan milenial dan penggunaan waktu luang ditinjau dari etika ekonomi Islam..	Intensitas kunjungan tinggi (3x seminggu) dikategorikan perilaku boros ( <i>israf &amp; tabzir</i> ) dalam perspektif Islam..
<b>Budaya Ngopi &amp; Pola Konsumsi</b>	Nila Yani Hardiyanti & Ratih Puspa (2021)	Kualitatif Eksploratif (Studi Kasus)	Pola konsumsi pengunjung kafe, kedai, dan warung kopi di Kota Gresik..	Konsumen kelas menengah ke atas mengutamakan kenyamanan interior, sementara anak muda mencari harga murah dan WiFi..
<b>Analisis Preferensi Atribut</b>	Lisa Qotrunnada, dkk. (2025)	Kuantitatif ( <i>Conjoint Analysis</i> )	Atribut yang memengaruhi preferensi memilih kafe (produk, harga, lokasi, fasilitas)..	Kombinasi terfavorit: Harga Rp10rb-15rb, suasana <i>semi- outdoor</i> , WiFi, dan lokasi dekat pemukiman..
<b>Konsentrasi Belajar Mahasiswa</b>	Amelia Safitri, dkk. (2025)	Kualitatif (Fenomenologi)	Penggunaan kafe sebagai ruang belajar alternatif untuk meningkatkan konsentrasi..	Kafe menyediakan lingkungan pendukung (pencahayaan hangat, musik lembut) yang membentuk kebiasaan belajar mandiri..
<b>Pemilihan Area Indoor vs Outdoor</b>	Putu Nadya Iswaridewi, dkk. (2024)	Kuantitatif Deskriptif	Faktor pemilihan area duduk berdasarkan kenyamanan aktivitas (WFA/Hustle Culture)..	Area <i>indoor</i> dipilih karena suhu (AC) dan fasilitas listrik; area <i>outdoor</i> populer untuk kebutuhan merokok..
<b>Layout Furnitur Kafe</b>	Annanda Muhammad A. S. & Ronim Azizah (2024)	Kualitatif (Observasi & Wawancara)	Pengaruh tata letak furnitur terhadap kenyamanan pengunjung di Lavana Kafe.	Meja besar dengan kursi empuk dan privasi yang terjaga paling digemari pengunjung..
<b>Makna Budaya "Kopag"</b>	Ahmad Faizin, dkk. (2025)	Kualitatif (Representasi)	Konstruksi makna budaya ngopi pagi (Kopag) di Kota Malang..	Kopag merepresentasikan "tombol mulai" hari yang memberikan energi segar bagi pelaku budaya..
<b>Midnight Culture &amp; Identitas</b>	Bambang Sukma Wijaya (2014)	Etnografi Kritis	Makna gaya hidup tengah malam anak muda di kafe 24 jam..	Begadang mencerminkan aspirasi <i>social pleasure</i> , hasrat sukses, dan konstruksi identitas <i>workaholic</i> ..
<b>Minat Pembelian Ulang</b>	Nikita Elia H. A. & Irra C. D. (2025)	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)	Pengaruh atmosfer, kualitas produk, dan pengalaman terhadap niat beli ulang.	Pengalaman pelanggan ( <i>customer experience</i> ) adalah faktor paling dominan dalam memicu niat beli ulang..
<b>Keputusan Pembelian Konsumen</b>	Veny Dwi Apriliani, dkk. (2022)	Kuantitatif ( <i>Explanatory</i> )	Pengaruh <i>store atmosphere</i> dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian..	Keragaman produk berkontribusi lebih besar (52,5%) dibanding atmosfer (39,8%) dalam keputusan pembelian..
<b>Minat Kunjung di Era Pandemi</b>	Grace Amalia Tondang, dkk.	Kuantitatif (Survei)	Pengaruh suasana, harga, dan variasi	Suasana dan harga berpengaruh signifikan,

	(2023)		menu terhadap minat kunjung di Dbest Cafe,.	namun variasi menu tidak terlalu memengaruhi kunjungan,.
<b>Perubahan Third Place Digital</b>	Firmansyah Bachtiar & Robert R. W. (2023)	Studi Literatur Komparatif	Persandingan penelitian studi kasus terkait pergeseran <i>third place</i> di era digital,.	Terjadi transformasi perilaku dari interaksi fisik murni menuju komunikasi virtual dan bekerja jarak jauh di kafe,.
<b>Karakteristik Perilaku Lokal</b>	Hafidz Hanafiah, dkk. (2025)	Kualitatif Deskriptif	Karakteristik perilaku konsumen kafe di Kota Serang untuk usulan pemasaran,.	Mayoritas pengunjung (71,3%) datang malam hari, didominasi pelajar dan mahasiswa pencari suasana,.
<b>Ruang Sosialisasi Urban</b>	Sabam Syahputra Manurung (2022)	Kualitatif (Observasi)	Preferensi ruang bersosialisasi kaum urban di Kota Matsum, Medan,.	Terjadi pergeseran ke tempat yang menawarkan hedonisme simpel (seperti warung TST) yang membentuk nilai ekonomi baru,.
<b>Coworking Space Hybrid</b>	Nur Syamsiyah (2025)	Etnografi Digital	Peran kafe dan Discord sebagai pusat komunitas terpadu bagi pekerja jarak jauh,.	Integrasi ruang fisik (kafe) dan digital (Discord) memberikan energi sosial dan dukungan emosional bagi pekerja,.
<b>State of the Art &amp; Gaps</b>	Penulis (2025)	Kajian Literatur	Membedah perkembangan terkini dan celah penelitian berbasis segmentasi waktu.	Belum banyak kajian yang secara sistematis membandingkan preferensi siang (produktif) vs malam (sosial) secara komparatif.
<b>Atmosfer, Harga, dan Menu</b>	Nadira Awalia Putri, dkk. (2024)	Kuantitatif (Regresi Linear Berganda)	Pengaruh atmosfer, harga, dan variasi menu terhadap minat kunjung di SA.TUANG Coffee Shop,.	Atmosfer (26%), variasi menu (23%), dan harga (16,7%) berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjung,.
<b>Preferensi Produk Kopi</b>	Isabel Divya G. W., dkk. (2022)	Kuantitatif ( <i>Conjoint Analysis</i> )	Karakteristik produk kopi (latte, cappuccino, dll.) dan metode penyajian di Cafe Nectar Bali,.	Konsumen lokal memilih latte panas, sedangkan turis asing memilih latte dingin,.
<b>Kenyamanan Area Outdoor</b>	Devin Anugrah R. & Ade Syoufa (2023)	Kuantitatif Deskriptif	Faktor kenyamanan (termal, audio, visual) pada kafe bertema <i>outdoor</i> ,.	Area <i>outdoor</i> memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk beraktivitas (skor kategori "Baik"),.