

ABSTRAK

Persaingan antar kafe di Kota Semarang semakin ketat sehingga menuntut setiap penyedia layanan untuk tidak hanya berfokus pada kualitas fungsional, tetapi juga pada pengalaman emosional pelanggan. Area 91 sebagai salah satu kafe yang berkembang perlu memahami persepsi emosi pelanggan agar dapat meningkatkan daya saing melalui pelayanan yang lebih berkesan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Kansei Engineering* yang dimodifikasi dan digabungkan dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Identifikasi Kansei Words dilakukan menggunakan *AI Keyworder*, kemudian divalidasi oleh ahli. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Area 91 untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja atribut layanan, yang selanjutnya dianalisis menggunakan diagram kartesius IPA. Hasil penelitian menunjukkan beberapa atribut pelayanan yang masuk ke kuadran prioritas perbaikan, seperti responsivitas staf, kesiapan staf, serta kebersihan dan kenyamanan ruangan. Sementara itu, atribut desain interior, musik latar, dan penampilan staf termasuk ke prioritas rendah namun tetap berkontribusi terhadap pengalaman emosional pelanggan. Rekomendasi yang dihasilkan berfokus pada peningkatan layanan fungsional sekaligus penguatan nilai emosional untuk mendukung kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Importance Performance Analysis (IPA), Kansei Engineering, kepuasan pelanggan, persepsi emosional.*