

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwinata, N. (2021). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Kopi Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilm. Ke & Kons.* 14(2): 190-202.
- Alfirahmi. (2019). Fenomena Kopi Kekinian di Era 4.0 Ditinjau dari Marketing 4.0 dan Teori Uses and Effect. *Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI.*
- Afrizal. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif.* Depok: Rajawali Pers.
- Asih, I. D. (2005). Fenomenologi Husserl: Sebuah Cara “Kembali Ke Fenomena”. *Jurnal Keperawatan Indonesia.* 9(2). 75-80
- Basuki, Sulisty. (2006). *Metode Penelitian.* Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Biroli, A. (2021). Perilaku Ngopi Mahasiswa Di Sekitar Kampus Trunojoyo Madura (UTM) Pada Masa Pandemic Covid-19. *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia.* 1(1): 125-130.
- Glints.com. 25 Juli 2021. *Pahami 7 Karakteristik Generasi Millennial yang Unik* (Geofanni Nerissa Arviana). Diakses pada 21 Juli 2022, dari <https://glints.com/id/lowongan/karakteristik-generasi-milennial/#.YtkR2YRBzIU>

Gramedia.com. 16 September 2022. Jenis Kopi Populer & Jenis Kopi di Indonesia. Diakses 4 September 2023, dari <https://www.gramedia.com/best-seller/jenis-kopi/>

Hafiza, N. (2023). Yuk Ketahui Arti Hangout dalam Bahasa Gaul Anak Muda. Diakses pada 05 Oktober 2023 dari <https://www.popbela.com/relationship/single/nurul-hafiza-rizalia-putri/arti-hangout?page=all>

[Herlyana, E. \(2012\). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. \*Thaqafiyat\*. 13\(1\): 188-204](#)

Hidayatullah, S. dkk. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. 6(2): 240-249.

Igiasi, T.S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*. 1(1): 20-28

Juliana, D. (2021). Warung Kopi Sebagai Ruang Publik Dari Masa Ke Masa Di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*. 13(1): 10-19

Igiasi, T. S. (2017). Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Pinang. *Jurnal Masyarakat Maritim*. 1(1): 19-28

Kotler, P. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Bandung. Erlangga

Lukitaningsih & Juliana, D. (2021). Warung Kopi Sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Ilmu- Ilmu Sosial*. 13(1):10-19.

Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nafisah, S. (2020). *5 Fakta Thai Tea, Minuman Populer Dari Thailand Yang Masih Digemari Banyak Orang (Rabu, 13 April 2022)*.  
[https://bobo.grid.id/amp/082037648/5-fakta-thai-tea-minuman-populer-dari-thailand-yang-masih-digemari-banyak-orang#aoh=16498506255154&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp\\_tf=Dari%20%251%24s](https://bobo.grid.id/amp/082037648/5-fakta-thai-tea-minuman-populer-dari-thailand-yang-masih-digemari-banyak-orang#aoh=16498506255154&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&amp_tf=Dari%20%251%24s)

Nasruddin, R. & Haq, I. (2020). Pembatasan Sosial Berkala Besar (PSBB) Dan Masyarakat Berpenghasilan Rendah. *Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. 7(7): 639-648.

Pramelani. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. 15(1): 121-129.

Putri, R. N. (2020). Indonesia Dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. 20(2): 705-709.

Raho, B. (2021). *Teori Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Ledalero.

Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*. 17(33): 81-95.

- Said, I. (2017). Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*. 3(1): 33- 47
- Sakti, L. dkk. (2021). Perubahan Sosial Masyarakat Pasca Pandemi Covid-19 Di Kota Malang. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*. 6(2): 217-230.
- Samodro. (2018). *Upaya Meningkatkan Daya Tarik Produk Makanan Dan Minuman Oleh-Oleh Di Tempat Destinasi Wisata Melalui Kajian Tanda Pada Desain Kemasan*. *Widyakala*, 5(1), 66–76. Retrieved from [http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal\\_widya/article/view/102/50](http://www.ojs.upj.ac.id/index.php/journal_widya/article/view/102/50).
- Sekaran. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Ghalia
- Solikaturun, dkk. (2015). Perilaku Konsumen Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 4(1): 60-74.
- Sudarsono, B. & Rahman, M. T. (2020). Dampak Corona Virus Diseases (Covid-19) Terhadap Perilaku Konsumen Penggemar Kopi Giras Di Jawa Timur. *Eco Entrepreneurship*. 6(1): 15-24.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, (1984). *Bentuk Penelitian Kualitatif Teori Dalam Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Mizan Pustaka

- Tinambunan, E. V. dkk. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba Vs Kopi di Kota Medan. *Jurnal of Business and Economics Research (JBE)* 1(2): 80- 86.
- Veronica, M.T. (2020). Minuman Kekinian Di Kalangan Mahasiswa Depok Dan Jakarta. *Indonesian Journal Of Health Development*. 2(2): 83-91.
- Widiyanti, D. & Harti. (2021). Pengaruh Self-Actualization dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Kopi Kekinian Pada Generasi Milenial Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 15(1): 50-59.
- Wijaya, L. (2021). Studi Brand Positioning Toko Kopi Kekinian Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. 8(1): 78-85.
- Yugantara, dkk. (2020). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Jurnal Agama Sosial dan Budaya*. 4(1): 127-137
- Yefita S. (2017). *Ngopi Sebuah Produksi Ruang Dalam Trend Hangout Mahasiswa di Kafe Kolong Mastrip Jember*. Jember: Universitas Jember.
- Yugantara, P. (2020). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Jurnal Agama Sosial dan Budaya*. 4(1): 126- 137.
- Din. *Mengenal Jenis Kopi Kelas Dunia*. 09/02/2010. Kompas. 06/12/2022.