

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, E. R., Pudyastuti, S. G., Maret, U. S., Insinyur, J., & No, S. (2024). Makna Ruang Publik Kedai Kopi Bagi Remaja Di Wilayah Solo. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah*, 8, 1153–1160.
- Agustina Saputri Dhaehasti, Lestari Budi Novia, & Firinanda Rolika. (2023). Representasi Image Anak Muda Dalam Budaya Ngopi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 122–135. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i2.162>
- Ahmadi, & Indah, D. P. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Perilaku Ngopi Masyarakat Kota Pontianak – Sebuah Studi Eksplorasi. *Competence : Journal of Management Studies*, 16(1), 64–79. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v16i1.14440>
- Al Fariz, M. R., Hamidah, H., & Manalullaili, M. (2024). Strategi Komunikasi Interpersonal Ketua dan Anggota dalam Menanamkan Nilai Kerukunan pada Paguyuban Sambirejo Rukun (PSR) di Desa Sambirejo, Kecamatan Selupu Rejang. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 1(2), 11. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v1i2.2297>
- Aldira, N. P. (2020). Motif Penggunaan Fitur Stories Highlight Instagram sebagai Memori Media bagi Generasi Milenial. *Avant Garde*, 8(2), 149. <https://doi.org/10.36080/ag.v8i2.1180>
- Amrihani, H. A., & Ritonga, R. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota. *Warta ISKI*, 4(2), 89–98. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>
- Ananda, F., Haris, S., & Erwansyah. (2023). Perilaku Konsumtif Remaja di Warung Kopi di Kota Muntok. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi (JISMA)*, 2(1), 875–880. <https://melatijournal.com/index.php/jisma/article/view/326>
- Anggraeni, F., & Palupi, P. (2022). Coffee Shop Culture: An Observation Study to Coffee Shop Patron. *Proceeding ISETH (International ...)*, 581–591. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/iseth/article/view/2979%0Ahttps://proceedings.ums.ac.id/index.php/iseth/article/download/2979/2939>
- Anjali, M., & Susantun, I. (2023). Analisis pengaruh modal, tenaga kerja, lama usaha dan jam kerja yang mempengaruhi pendapatan pada UMKM Coffee Shop di Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. *Jurnal Kebijakan Ekonomi Dan Keuangan*, 2(1), 58–63. <https://doi.org/10.20885/jkek.vol2.iss1.art7>
- Aristy, Y., & Rachman, M. E. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Indonesia atas penawaran khusus yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen . Sederhananya . *Ekonomika*45, 11(1).
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop Sebagai Salah Satu Peranan UMKM Di Kota Metro (Study Kasus Pada Coffee Shop Janji Jiwa Dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 2022.
- Azhar, D. A., Purba, V., & Ngare, F. (2022). Komunikasi Dalam Budaya Populer Kedai Kopi. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 13(2), 153. <https://doi.org/10.31506/jrk.v13i2.16490>
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493–506.

- <https://doi.org/10.37680/ssa.v1i2.3991>
- Budiyaniti, S. (2022). Memahami Makna Kopi Dalam Perilaku Keseharian: Studi Fenomenologi Kebiasaan Ngopi Pada Masyarakat Kaki Pegunungan Hyang Barat Di Kabupaten Probolinggo. *DIMENSI - Journal of Sociology*, 11(1). <https://doi.org/10.21107/djs.v11i1.14926>
- Chaffey, D., Ellis, F., & Chadwick. (2022). *Digital Marketing Strategi, Implementation, and Practice* (Eight). Pearson Education Limited.
- Creswell, J. W. (2017). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset* (SAGE (ed.); 4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Csáki, C. (2020). The Initiators of Our Everyday Life – Relationship between Coffee and Instagram. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 7(1), 137–150. <https://doi.org/10.2478/auscom-2020-0010>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (Fifth Edit). SAGE Publications India. Ltd.
- Destri Aulia Wulandari, Nazala Zaikumar Elfa Rizqi, & Netti Mahdalena Siregar. (2024). Dampak modernitas Budaya Ngopi Terhadap Pembangunan Ekonomi Lokal di Jember. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(4), 234–243. <https://doi.org/10.62383/risoma.v2i4.167>
- Djami, M. B. (2020). Ngopi: Memaknai Aktivitas Minum Kopi Dalam Konteks Budaya Populer. *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika*, 1(1), 82–98. <https://doi.org/10.47596/solagrati.v1i1.113>
- Emanuel Omedetho Jermias, & Abdul Rahman. (2022). Interaksionisme Simbolik Pada Komunitas Cinema Appreciator Makassar Di Kota Makassar. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan (JURDIKBUD)*, 2(3), 253–262. <https://doi.org/10.55606/jurdikbud.v2i3.596>
- Farez, J. S. (2021). *Kopi Indonesia: Dari Budaya “Ngopi” Menjadi Bisnis G0-International*. BEMFEBUGM. <https://bem.feb.ugm.ac.id/kopi-indonesia-dari-budaya-ngopi-menjadi-bisnis-go-international/>
- Farizi Hagi, Mayasari, & Kusumaningrum Rastri. (2023). Kontruksi Makna Dan Perilaku Budaya Ngopi Di Starbucks. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 320–328. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.8307527>
- Ferreira, J., Ferreira, C., & Bos, E. (2021). Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives. *Geoforum*, 119(December 2020), 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.12.024>
- Firjatulloh, M. I., & Sinduwiatmo, K. (2024). Mengungkap Tren Remaja dan Motivasi Konsumen dalam Budaya Hemat. *CONVERSE: Journal ...*, 2, 16–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.47134/converse.v1i2.2983>
- Fitriani, D. (2023). Eksistensi budaya minum kopi dari era kolonial hingga era modern. *Daya Nasional: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 114–119. <https://doi.org/10.26418/jdn.v1i3.70369>
- Frundika, B. A. (2024). *Survei: 66% Gen Z Mengaku Minum Kopi Setiap Hari, Sudah Jadi Gaya Hidup?* Suara.Com. <https://amp.suara.com/lifestyle/2024/04/17/115000/survei-66-gen-z-mengaku-minum-kopi-setiap-hari-sudah-jadi-gaya-hidup>
- Hidayat, W., & Hasbi. (2022). Coffee Shop as Symbol Lifestyle of the Urban Community (Case Study on Customers of Coffee Shop in Makassar City). *Legal Brief*, 11(2),

- 575–582. <https://legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/177/143>
- Husna, I., Ramadhani, S., & Ilhamy, M. L. (2023). Analisis Fenomena Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millenial (Studi Kasus pada Coffee Shop Pasco Bagan Batu Riau). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2), 267–277. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1105>
- Karina, S. (2023, February 27). *Peran Coffee Shop di Bandung sebagai Wadah Menyalurkan Kreativitas dan Ruang Publik*. Opaper. <https://www.opaper.app/blog/coffee-shop-bandung-sebagai-wadah-kreativitas-dan-ruang-publik>
- Kebudayaan, D. P. dan. (2022). Jumlah Cafe Berdasarkan Kabupaten/ Kota di Jawa Barat. *Open Data Jabar*. <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>
- Krisnayana, R. (2020). Realitas Budaya Ngopi Di Cafe Pada Remaja. *Dialektika*, 7(1), 51–64. <https://doi.org/10.32816/dialektika.v7i1.1423>
- Kustiawan, W., Fadillah, U., Sinaga, F. K., Hattaradzani, S., Hermawan, E., Juanda, M. D., Suryadi, A., & Fahmi, R. R. (2022). Komunikasi Intrapersonal. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.30829/jai.v11i1.11930>
- Littlejohn, S. W., A.Foss, K., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories Of Human Communication* (11th ed.). Waveland Press.
- Ludviah, I. P., Wahyuningsih, E., & Hidayat, M. N. (2022). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Budaya Populer Remaja (Studi di Conv o Coffee Jombang)*. 6(1).
- Maharani, R. (2023). *Lebih dari Sekadar Kopi: Mengapa Coffee Shop Menjadi Destinasi Favorit Mahasiswa*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/raisya-maharani-1681111688689733187/lebih-dari-sekadar-kopi-mengapa-coffee-shop-menjadi-destinasi-favorit-mahasiswa-21QiSQvQYop>
- Malik, M. A. (2024). *Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Perempuan (Studi Fenomenologi Pada Pengunjung Perempuan di Gula Padi Coffee Shop Kota Garut)*. [http://repository.unpas.ac.id/69027/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/69027/1/Mugiyaya Aljandi Malik_MIK.doc](http://repository.unpas.ac.id/69027/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/69027/1/Mugiyaya%20Aljandi%20Malik_MIK.doc)
- Marbawani, G., & Hendrastomo, G. (2021). Pemaknaan Nongkrong bagi Masyarakat Yogyakarta. *Jurnal Kajian Sosiologi*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21831/dimensia.v9i1.38866>
- Maspul, K. A. (2023). Exploring the Relationship Between Coffee Shop Visitors' Coping Strategies and Well-Being. *Jurnal Psikologi*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i2.2028>
- McIntosh, J. (2023, May 29). Fenomena Maraknya Bisnis Kedai Kopi di Bandung dan Peluangnya. *Opaper*. <https://www.opaper.app/blog/fenomena-bisnis-kedai-kopi-di-bandung>
- Mead, G. H. (1962). *Mind, Self, and Society From The Standpoint Of A Social Behaviorist* (C. W. Morris (ed.)). The University Of Chicago Press.
- Muhtar. (2023, May 22). Mengenal 6 Macam Generasi di Indonesia Sesuai Tahun Lahir, Kamu Termasuk yang Mana? *UICI*. <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Muzaki, M. F., Mulyani, I. D., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada

- Luang Waktu Coffee). *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 44–57. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.24>
- Novinka, K., & Rinawati, R. (2022). Bandung Conference Series: Communication Management Konstruksi Makna Budaya Ngopi sebagai Sarana Komunikasi Antarpribadi Remaja. *Bandung Conference Series : Communication Management*, 2(2), 799–805. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i2.4459>
- Novita, N., & Liekardo, K. (2020). Grab-and-Go Coffee : Ketika Konsumen Menganggap Minum Kopi Tidak Lagi Harus “Nongkrong.” *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 38–49. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1098>
- Nur Adli, F., & Syukron Anshori, M. (2021). Interaksi Simbolik the Jakmania Petukangan Dalam Memaknai Kehadirannya Ditengah Masyarakat. *Jurnal TAMBORA*, 5(3), 8–14. <https://doi.org/10.36761/jt.v5i3.1308>
- Olifia, S. (2022). Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi 2022, XXVII*(3), 251–266.
- Priyanti, W. G., Sulismadi, & Kumalasari, L. D. (2022). Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 8(2), 265–278. <https://doi.org/https://doi.org/10.33369/jsn.8.2.265-278>
- Putri, R. N. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Okui Kopi 3.0 Surabaya. *Syntax Idea*, 3(5), 1167. <https://jurnal.syntax-idea.co.id/index.php/syntax-idea/article/view/1199>
- Qothrunnada, K. (2024). *Gen Z Itu Tahun Berapa? Ini Rentang Tahun Kelahiran dan Karakteristiknya*. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7436833/gen-z-itu-tahun-berapa-ini-rentang-tahun-kelahiran-dan-karakteristiknya>
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi komunikasi* (T. Surjaman (ed.)). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Ramayanti, A. R., Narti, S., & Yanto, Y. (2023). Motif Pengguna Aplikasi Tempo Di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 2(3), 551–566. <https://doi.org/10.37676/mude.v2i3.4458>
- Rapiadi, R., & Kasrah, R. (2024). Pengaruh Komunikasi Intrapersonal Terhadap Konsep Diri Pemuda Karang Taruna. *PAEDAGOGY: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 3(4), 210–217. <https://doi.org/10.51878/paedagogy.v3i4.2723>
- RI, K. (2024). *Fakta Menarik Bandung, Kota Kembang yang Penuh Kreativitas*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/fakta-menarik-bandung-kota-kembang-yang-penuh-kreativitas>
- Ridaryanthi, M., Ahmad, A. L., & Dwityas, N. A. (2022). Coffee Culture in Indonesia: A Symbolic Interactionism Point of View. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 38(2), 215–230. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2022-3802-13>
- Rouf, H. A., Ahid, N., & Sutrisno. (2022). Penerapan Teori Interaksi Simbolik dan Perubahan Sosial di Era Digital. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Mu'amalah*, 10, 633–634.
- Ruliana, P., & Puji Lestari. (2019). *Teori Komunikasi* (Cetakan ke). PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Ruparelias, R. Y., & Kumari, D. N. (2024). Brewing Connections Coffee, Personality and Perceived Social Support. *Internastional Juournal of Interdisciplinary Approaches in Psychology (IJIAP)*, 2. <https://doi.org/2584-0142>

- Safira, R. Z., & Mariasa, I. N. (2021). Interaksi Simbolik Pada Pertunjukan Jaranan Jawa Turonggo Budoyo Desa Rejoagung Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 10(1), 204–217. <https://doi.org/10.20961/jas.v10i1.46550>
- Safitri, D., Nurikhsan, F., Indrianie, W. S., & Indrianie, W. S. (2019). Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.20884/1.wk.2019.9.2.1962>
- Saoqillah, A. (2022). Peranan Komunikasi Intrapersonal Dalam Proses Pembentukan Konsep Diri Mahasiswa Kpi Iuqi. *At-Tawasul Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.51192/ja.v1i2.210>
- Seksiti, R. T. (2023, November 8). Perubahan Pemaknaan “Ngopi” Dari Old Style Menjadi Kebutuhan Lifestyle Masyarakat Modern. *Formadiksi Universitas Negeri Malang*. <https://formadiksi.um.ac.id/perubahan-pemaknaan-ngopi-dari-old-style-menjadi-kebutuhan-lifestyle-masyarakat-modern/>
- Sosial, J., Humaniora, D., Pambudi, M. R., Komunikasi, S. I., Komunikasi, F. I., Bhayangkara, U., & Raya, J. (2024). *Menjelajahi Coffee Shop dan Berbagai Pengalaman Komunikasi Ala Gen-Z Jakarta Selatan di Media Sosial*. 2(2), 2020–2024. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/arima>
- Sucitra, I. D., Tasik, F. C. M. T., & Kandowangko, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Di Kelurahan Wenang Selatan Kecamatan Wenang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara (Studi Di Warung Kopi Van Omen). *Jurnal Holistik*, 13(1), 1–13.
- Sugiyono, P. D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif* (S. Y. Suryandari (ed.); 3rd ed.). ALFABETA.
- Suryani, N., & Pratama, F. M. (2020). Perubahan Makna Interaksi Sosial pada Kedai Fore Coffee. *Lakar: Jurnal Arsitektur*, 2(2), 133–139. <https://doi.org/10.30998/lja.v2i2.5415>
- Valentino, R. A., Rusmana, A., & Damayani, N. A. (2023). Motif disabilitas netra berprofesi sebagai pustakawan. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 19(2), 240–254. <https://doi.org/10.22146/bip.v19i2.3585>
- Wahyuni, W. (2022). *Motif dan Niat dalam Tindak Pidana*. Hukumonline.Com. <https://www.hukumonline.com/berita/a/motif-dan-niat-dalam-tindak-pidana-lt6368c05bb7e1c/>
- Wahyuningsih, E., Akbar, B. W., & Pasifiqi, D. A. (2024). *Makna Praja Wibawa Anggota Satuan Polisi Pamong Praja Kabupaten Jombang*. 1, 1–14. <https://doi.org/https://doi.org/10.32492/dzekpp65>
- Wanda, I. (2023, May 29). Budaya Ngopi di Indonesia dan Sejarahnya. *Opaper*. <https://www.opaper.app/blog/budaya-ngopi-di-indonesia>
- West, R., & Lynn H. Turner. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi* (D. E. Irawan (ed.); 5th ed.). Salemba Humanika.
- Wibowo, R. M., Alie, A., & Elanda, Y. (2022). Café dan Identitas Sosial Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal ENTITAS SOSIOLOGI*, 11(2), 106. <https://doi.org/10.19184/jes.v11i2.33789>
- Wicaksono, B., Nursanti, S., Utamidewi, W., Singaperbangsa, U., Jalan, K., Ronggowaluyo Teluk, H. S., Timur, J., & Karawang, K. (2022). Motif dan Makna Penggunaan Bahasa “Jaksel” di Kalangan Mahasiswa Pengguna Bahasa “Jaksel”

- Dalam Kehidupan Sehari-hari. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(21), 388–396. <https://doi.org/10.5281/zenodo.727534>.
- Widjayanto, D. R., & Nugroho, C. (2020). Budaya Nongkrong di Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kozi Coffee 2.0 Bandung). *E-Proceeding of Management*, 7(2), 7017–7027.
- Yogiswandani, I. (2024). *Pengaruh Media Sosial terhadap Budaya Populer*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/officialaccountfy126806/667ac88ec925c4455d1fc163/pengaruh-media-sosial-terhadap-budaya-populer>
- Yugantara, P., Dwi Susilo, R. K., & Sulismadi, S. (2021). Gaya Hidup Ngopi Sebagai Perilaku Konsumsi. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 4(1), 126–137. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i1.1096>
- Zanki, H. A. (2020). Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik). *Scolae: Journal of Pedagogy*, 3(2). <https://doi.org/10.56488/scolae.v3i2.82>
- Zulfahmi, N. (2024). 7 Macam Nama Generasi dan Tahunnya, serta Perbedaan Karakteristiknya. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7349623/7-macam-nama-generasi-dan-tahunnya-serta-perbedaan-karakteristiknya>