

## DAFTAR PUSTAKA

### REFERENSI BUKU:

- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry & Research Design*. SAGE Publications, Inc.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education India.
- Lalaounis, S. T. (2020). *Strategic brand management and development: Creating and marketing successful brands*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2007). *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Solo: Cakra Books.
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tucker, C. M. (2011). *Coffee culture: local experiences, global connections*. Routledge.
- Widokarti, J. & Priansa, D. (2019). *Konsumen, Pemasaran, dan Komunikasi Kontemporer*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA

### REFERENSI JURNAL:

- Alfirahmi, A. (2019). Fenomena kopi kekinian di era 4.0 ditinjau dari marketing 4.0 dan teori uses and effect. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 3(1), 24-32.
- Andriyanti, R., & Wahab, D. (2019). Preferensi konsumen generasi Z terhadap konsumsi produk dalam negeri. *ETHOS: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 280-296.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96-107.

- Bakti, I. S., Nirzalin, N., & Alwi, A. (2019). Konsumerisme dalam Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, 13(2), 147-166.
- Bestari, V. J., & Fadlia, F. (2019). Perbandingan Warung Kopi Tradisional Versus Modern (Sebuah Analisis Terhadap Konsep Responsif Gender). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4(4).
- Cakranegara, P. A. (2020). Gerai Kopi di Jakarta dalam Adaptasi Kehidupan Baru. *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research*, 2(02), 83-89.
- Damis, M. (2018). Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado Suatu Tinjauan Antropologi. *HOLISTIK, Journal of Social and Culture*.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya nongkrong anak muda di Kafe (tinjauan gaya hidup anak muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 1(1).
- Fitriana, O. (2020). Membeli Status Melalui Konsumsi Nilai Simbolik (Studi Mengenai Konsumsi Pada Masyarakat Kelas Menengah Di Kabupaten Gresik) (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Gumulya, D., & Helmi, I. S. (2017). Kajian budaya minum kopi indonesia. *Jurnal Dimensi Seni Rupa dan Desain*, 13(2), 153-172.
- Hasbiansyah, O. (2008). Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penelitian dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of consumer research*, 9(2), 132-140.
- Imaduddi, S. D. (2020). Pemaknaan Konsumen Kafe Asing Dan Kafe Lokal Terhadap Kafe Sebagai “Tempat Ketiga” Studi Kasus Pada Konsumen Starbucks Dan Coffee Toffee (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Kiranantika, A., & Haryuni, T. D. (2020). Perempuan dan Warung Kopi: Persepsi, Simbol dan Eksistensi. *PALASTREN Jurnal Studi Gender*, 13(2), 237-258.
- Mandias, G. F. (2017). Analisis pengaruh pemanfaatan smartphone terhadap prestasi akademik mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Klabat. *Cogito Smart Journal*, 3(1), 83-90.
- Misnawati, D. (2016). Makna simbolik konsumsi dalam aktivitas komunikasi Masyarakat Kota Palembang. In *FORUM DOSEN INDONESIA (FDI) 2016*.
- Melkisedek, M. H. (2017). Kafe sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumerisme (Studi Kasus pada Starbucks). *Nirmana*, 17(1), 53-58.

- Nurhasanah, S., & Dewi, C. (2019). *The Emergence of Local Coffee Shops In Indonesia As A Counter To American Culture Hegemony. Rubikon: Journal of Transnational American Studies*, 6(1), 1-11.
- Pramelani, P. (2020). Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian Terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(1), 121-129.
- Prasodjo, A. (2016). Gaya Hidup Konsumen Warung Kopi di Wilayah Perkotaan Kabupaten Jember. *UNEJ e-Proceeding*, 133-143.
- Saefudin, B. R., Deanier, A. N., & Rasmikayati, E. (2020). Kajian Perbandingan Preferensi Konsumen pada Dua Kedai Kopi di Cibinong, Kabupaten Bogor. *AGROVITAL: Jurnal Ilmu Pertanian*, 5(1), 39-46.
- Salendra, S. (2014). Coffee Shop As a Media for Self-Actualization Today's Youth. *Jurnal The Messenger*, 6(2), 49-57.
- Santoso, L. S. (2017). Etnografi Warung Kopi: Politik Identitas Cangkrukan di Kota Surabaya dan Sidoarjo. *Mozaik Humaniora*, 17(1), 113.
- Setya, B. I., & Soni, H. (2018). *The effect of brand image and product on customer satisfaction and willingness to pay at coffee bean Surabaya. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 73(1).
- Sholihah, F. D. (2019). Analisis Persaingan Usaha Antara Warung Kopi Modern Versus Warung Kopi Tradisional Di Kabupaten Tulungagung.
- Silviana, P. (2019). *Consumption pratice in the Baudrillard perspective. Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 86(2).
- Solikatun, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60-74.
- Susanti, R. (2021). Judi online dan kontrol sosial masyarakat pedesaan. *ETNOREFLIKA: Jurnal Sosial Dan Budaya*, 10(1), 86-95.
- Tri, H. P. (2016). *Warung Kopi Sebagai Sarana Komunikasi Dan Sumber Informasi Bagi Profesi Wartawan di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- UNWIKU, D. F. E. (2009). ASPEK EKSPERIENTAL KONSUMEN DAN PENERAPANNYA BAGI PEMASAR Oleh: Andhi Johan S. *Jurnal Pro Bisnis Vol*, 2(2).
- Ulfa, N. S. (2012). Konsumsi Sebagai Penanda Kesejahteraan Dan Stratifikasi Sosial (Dalam Bingkai Pemikiran Jean Baudrillard). In *Forum* (pp. 34-41). Diponegoro University.

## REFERENSI INTERNET:

- 5 Lokasi Strategis Untuk Memulai Bisnis di Jakarta. voffice. <https://voffice.co.id/jakarta-virtual-office/business-tips/5-lokasi-strategis-untuk-memulai-bisnis-di-jakarta/>
- 137 Tahun Berdiri, Koffie Warung Tinggi Kian Diminati. (28 September 2015). Tempo.co. <https://bisnis.tempo.co/read/704545/137-tahun-berdiri-koffie-warung-tinggi-kian-diminati>
- [Kata Gaul] Arti Hidden Gem, Istilah Kekinian yang Kids Jaman Now Wajib Tau!. today.line.me. <https://today.line.me/id/v2/article/GgQYoBy>
- Asriyati. (2019). Inilah Kedai Kopi Pertama di Indonesia. goodnewsfromindonesia.co. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/10/01/inilah-kedai-kopi-pertama-di-indonesia>
- Awaliyah, G. & Dwinanda, R. (2019). Ada Tujuh Jenis Kedai Kopi, Mana yang Jadi Favorit Milenial?. REPUBLICA.co.id. <https://www.republika.co.id/berita/q2opvz414/ada-tujuh-jenis-kedai-kopi-mana-yang-jadi-favorit-milenial>
- Dahwilani, D. M. (2019). Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia. inews.id. <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>
- Esai Foto: Segelas Kopi Starling untuk Kebahagiaan Warga Jakarta. (2022). kumparanNEWS. <https://kumparan.com/kumparannews/esai-foto-segelas-kopi-starling-untuk-kebahagiaan-warga-jakarta-1y4RN8ifKWi>
- Festival Kopi Jakarta Coffee Week 2021 Digelar Offline di MOI, Kelapa Gading. (2021). kumparanfood. <https://kumparan.com/kumparanfood/festival-kopi-jakarta-coffee-week-2021-digelar-offline-di-moi-kelapa-gading-1wzI0Y5aOGK>
- Firmansyah, H. (2019). Omzet Bisnis Kedai Kopi di Indonesia Capai Rp 4,8 Triliun. rri.co.id. <https://m.rri.co.id/ekonomi/759684/omzet-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia-capai-rp-4-8-triliun>
- Fitri, A. & Winarto, Y. (2019). Toffin Indonesia membagi 7 jenis kedai kopi dan 4 gelombang industri kopi Indonesia. Kontan.co.id. <https://industri.kontan.co.id/news/toffin-indonesia-membagi-7-jenis-kedai-kopi-dan-4-gelombang-industri-kopi-indonesia>

- Franedy, R. (2019). Viral! HP Bisa Disadap Saat Pakai Wifi Cafe, Bahayakah?. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190828194906-37-95496/viral-hp-bisa-disadap-saat-pakai-wifi-cafe-bahayakah>
- Fundrika, B. & Rachmawati, D. (2022). BRImo Jakarta Coffee Experience (JCE) 2022, Event Seru Bagi Para Pecinta Kopi. suara.com. <https://www.suara.com/lifestyle/2022/03/25/120123/brimo-jakarta-coffee-experience-jce-2022-event-seru-bagi-para-pecinta-kopi?page=2>
- Generasi X-Y-Z. (2018). BINUS. <https://parent.binus.ac.id/wp-content/uploads/2018/11/Generasi-X-Y-Z.pdf>
- Jakarta Jadi Kota dengan Biaya Hidup Termahal di Indonesia. (2022). Metrotvnews.com <https://www.metrotvnews.com/play/K5nC0d1a-jakarta-jadi-kota-dengan-biaya-hidup-termahal-di-indonesia>
- Joshua, E. (2019). Inilah 7 kedai kopi tertua di Indonesia, pencinta kopi wajib tahu nih. Brilio.net. <https://m.brilio.net/creator/inilah-7-kedai-kopi-tertua-di-indonesia-pencinta-kopi-wajib-tahu-nih-bfa4da.html>
- Livin' Jakarta Coffee Week 2021 Digelar Secara Offline Mulai Hari Ini. (2021). MEDIA INDONESIA. <https://mediaindonesia.com/humaniora/449711/livin-jakarta-coffee-week-2021-digelar-secara-offline-mulai-hari-ini>
- Muzakir, I. (2022). Pasca IKN Pindah, Begini Kondisi Jakarta Menurut Planner. INVESTOR.ID. <https://investor.id/business/291044/pasca-ikn-pindah-begini-kondisi-kota-jakarta-menurut-planner>
- Nurhayati-Wolff, H. (2021). *Coffee market in Indonesia- statistics & facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/6546/coffee-market-in-indonesia/>
- Putri, C. A. (2020). Indonesia 'Banjir' Kelas Menengah Sampai 2030. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200701102431-4-169311/indonesia-banjir-kelas-menengah-sampai-2030>
- Pratama, S. (2021). Kenapa Anak Muda Betah Nongkrong di Cafe?. Kompas TV. <https://www.kompas.tv/article/226402/kenapa-anak-muda-betah-nongkrong-di-cafe>
- Prihadi, S. D. (19 September 2019). Survei: Siapa Penikmat Kopi di Indonesia?. uzone.id. <https://uzone.id/survei-siapa-penikmat-kopi-di-indonesia->
- Rachmahyanti, S. (2022). Termahal di Indonesia, Simak Rincian Biaya Hidup di Jakarta. iNews.id. <https://www.inews.id/finance/bisnis/termahal-di-indonesia-simak-rincian-biaya-hidup-di-jakarta>

- Riandani, D. (2020). Worklife Balance Sebagai Gaya Hidup. Kementerian Keuangan. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-palangkaraya/baca-artikel/13616/Worklife-Balance-Sebagai-Gaya-Hidup.html>
- Rizaty, M. A. & Mutia, A. (2021). Starbucks Miliki 32,8 Ribu Gerai Resmi di Seluruh Dunia, Terbanyak di AS. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/starbucks-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as>
- Rosyadi, D. (2016). Jakarta tak pernah tidur. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jakarta/jakarta-tak-pernah-tidur.html>
- Simanjuntak, A. (2022). Nusantara Jadi IKN, Jakarta Pusat Bisnis. JawaPos.com. <https://www.jawapos.com/opini/16/03/2022/nusantara-jadi-ikn-jakarta-pusat-bisnis/>
- Starbucks in Indonesia*. Starbucks.co.id. <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>
- Syafina, D. C. (2019). Pasar Bisnis Kedai Kopi di Indonesia Sudah Tembus Rp4,8 triliun. Tirto.id. <https://tirto.id/pasar-bisnis-kedai-kopi-di-indonesia-sudah-tembus-rp48-triliun-enBQ>
- Syukra, R. (2021). SYL: 2021, Kopi Indonesia Harus Jadi Ikon di Pasar Internasional. Investor.id. <https://investor.id/business/232684/syl-2021-kopi-indonesia-harus-jadi-ikon-di-pasar-internasional>
- Yuliandri, M. T. (2015). Evolusi Kedai Kopi. Otten Coffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-kedai-kopi>
- Zatnika, I. (2022). Para Pemilik Kedai Kopi Di Cipete Berkolaborasi Gelar BRImo Jakarta Coffee Experience. MEDIA INDONESIA. <https://mediaindonesia.com/megapolitan/480249/para-pemilik-kedai-kopi-di-cipete-berkolaborasi-gelar-brimo-jakarta-coffee-experience>