

DAFTAR PUSTAKA

- A, Ibrahim, M. 2015. Metode Penelitian Kualitatif. Alfabeta: Bandung.
- Afrizal. 2014. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajagrafindo.
- Ahmadi, Rulam. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-riz Media
- Amrihani, H. A., & Ritonga, R. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 4(02), 89–98
- Danta-admin.bekasikota.go.id. (2020). *Data Jumlah Penduduk Kota Bekasi Berdasarkan Kelompok Umur*. Danta-Admin.Bekasikota.Go.Id.
https://danta-admin.bekasikota.go.id/pt_PT/dataset/data-jumlah-penduduk-kota-bekasi-berdasarkan-kelompok-umur
- Databoks.katadata.co.id. (2021). *Jumlah Penduduk Kota Bekasi 2,54 Juta Jiwa pada 2020*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/09/jumlah-penduduk-kota-bekasi-254-juta-jiwa-pada-2020>
- 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/solagratia.v1i1.113>
- Elly Rasmikayati, Sintia Afriyanti, B. R. S. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala Pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor (Kasus pada *Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works*). *Jurnal Agribisnis & Teknologi Pangan*, 1(1), 26–45.
- Estika, I. (n.d.). Gaya Hidup Remaja Kota (Studi tentang Pengunjung Kafe di Pekanbaru). *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Fachrul Nurhadi, Z. (2017). Kajian Tentang Efektivitas Pesan Dalam Komunikasi. 1, 90–91. journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/235/295.
- Herlyana, E. (n.d.). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru

Kaum Muda. *Thaqafiyat*, 13(1).

Inews.id. (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>

Jabarprov.go.id. (2021). *Jumlah Penduduk Jawa Barat Mencapai 48,27 Juta Jiwa, Kab. Bogor Terbanyak*. Jabarprov.Go.Id. https://jabarprov.go.id/index.php/news/41024/Jumlah_Penduduk_Jawa_Barat_Mencapai_48_27_Juta_Jiwa_Kab_Bogor_Terbanyak

Jabar.bps.go.id. (2022). *Profil Pemuda Provinsi Jawa Barat 2021*. Jabar.Bps.Go.Id. <https://jabar.bps.go.id/publication/2022/03/30/9db17bb71f3018f705c3f66b/profil-pemuda-provinsi-jawa-barat-2021.html>

Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2021). Menjalankan Physical Distancing Selama Pandemi COVID-19 di Kota Bandung. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 60–71.

Maulana, F. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Nako Depok. 1–9.

mediaperkebunan.id. (2020). *UMKM KOTA BEKASI SAJIKAN KOPI KHAS*. Mediaperekebunan.Id. <https://mediaperkebunan.id/umkm-kota-bekasi-sajikan-kopi-khas/>

Mulyana, Dedy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Notoatmodjo S. 2007. *Promosi kesehatan dan ilmu perilaku*. Rineka cipta : Jakarta.

Ompusunggu, M. P., & Djawahir, A. H. (2014). *Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang*.

Pawerangi, S. (2019). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam*

- Memilih Coffee Shop di Kota Watampone. *Accounting, Accountability, and Organization System (AAOS) Journal*, 1(1).
<https://doi.org/10.47354/aaos.v1i1.101>
- Puspa, R., & Yani Hardiyanti, N. (2021). Coffee Culture di Indonesia : Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 2(1), 26.
<https://doi.org/10.20473/medkom.v2i1.26380>
- Puspasari, N. A., & Hermawati, T. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Massa*, 5(1), 1–8.
- Sahlatul, N. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop. *Jurnal UIN*.
- Sari, F. Y., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Grandfather Coffeeshop Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ...*, 19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3967>
- Simbolon, S., Khurniason, H., & Simbolon, T. (2021). Pengembangan Instrument Tes Berpikir Kritis Gen-Z Dalam Materi Manusia dan Cinta. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 607–622.
<https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1379>
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.
- Wicaksono, D. C. (2012). Hubungan Brand Drivers dan Social Dengan Pembentukan Loyalitas Merek (Studi Eksplanatif Pengaruh Tingkat Reputasi Merek dan Tingkat Rekomendasi Dalam Membentuk Loyalitas Merek Artemy Gelato Pada Pelajar Dan Mahasiswa Di Yogyakarta). *Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 5(3), 248–253.
- 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>

Zis, S. F., Effendi, N., &data Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
<https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

