

DAFTAR PUSTAKA

- Anthonia, P. V, Zahar, I., & Nizar, D. Z. (2020). Rebranding Kopi Krampoel untuk Meningkatkan Popularitasnya di Kalangan Generasi Z. *Rupaka*.
<http://journal.untar.ac.id/index.php/Rupaka/article/view/9157>
- Anwar, S. (2019). Coffee Shop dan Roastery Kota Pontianak. *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*, 7(1), 406–421.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt*, 13(1), 188–204.
- Irfana, T. B., & Kusuma, W. H. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan Di PT. Nawakara Arta Kencana Jakarta. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 51-69.
- Irwanti, S. (2017). Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern. *Jurnal Al-Khitabah*, III(1), 33–47.
- Juanda, Y. A., & Alfiandi, B. (n.d.). Di Kecamatan Danau Kembar Alahan Panjang. 9(2), 41–42.
- Meutia, R. F., & Hasibuan, T. F. H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Killiney Coffee Shop di Kalangan Generasi Muda Kota Medan. *Journal of Management, Economic and Accounting (JMEA)*, 1(1), 17–23.
<https://www.pusdikra-publishing.com/index.php/jisc/article/view/860>
- Noneng R. Sukatmadiredja. (2016). Analisa Perubahan Perilaku Konsumen Terhadap Pertumbuhan Warung Kopi Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 11(1), 340–354.
- Noorjaya Nahan, Kristinae, V., & Syamsudin, A. (2022). Pendampingan Penerapan Strategi Bisnis pada Coffee Shop Tradisional di Kalimantan Tengah. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 1(1), 31–38. <https://doi.org/10.55927/jpp.v1i1.1347>
- Pramita, D. A., & Pinasti, I. S. (2016). Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Mato Kopi Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 1(1), 1–11.
- Pratiwi, R. W. (2022). Persepsi Anak Muda Di Surabaya Mengenai Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan. *Commercium*, 5(2), 238–248.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/47850/39945>
- Rahmadani, P., Roem, E. R., & Sarmiati. (2023). Komunikasi Promosi Word to Mouth Warung Kopi di Kota Padang (Studi Kasus pada Warung Kopi Tradisional dan Warung Kopi Modern). *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 413–420.

- Ritonga, Z. (2020). Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi). Deepublish.
- Siahaan, M. (2018). Meningkatkan Daya Saing Sektor Riel Di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 16(2), 275-286.
- Siahaan, M., & Sianturi, H. (2017). Pengaruh Pengalaman Kerja dan Motivasi Kerja Pegawai Pajak Terhadap Kualitas Pelayanan Pajak. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 17(3).
- Suryadi, Hamid, A. H., & Agussabti. (2013). Strategi Bertahan Hidup Petani Kopi Pasca Konflik (Studi Kasus di Kecamatan Kute Panang Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Agrisep*, 14(1), 44–53.
- Soehardi, S., & Thamrin, D. (2022). Model of Increasing Income and Customer Satisfaction Through Product Quality and Digital Marketing in the MSME of Baduy Community. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(3), 673-682.
- Utomo, K. P. (2020). HUBUNGAN PROMOSI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MOTIVASI PADA JASA KEUANGAN PT ASURANSI BANGUN ASKRIDA DI MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan (JIKA) Volume*, 10(1).

