

SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI GAYA HIDUP BARU
PADA KALANGAN MASYARAKAT GENERASI Z DI KOTA
PALEMBANG
(STUDI DI KEDAI KOPI YXG KOTA PALEMBANG)**



MERLY ARDENIA

07021181722008

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA PALEMBANG**

2024

SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI GAYA HIDUP BARU
PADA KALANGAN MASYARAKAT GENERASI Z DI KOTA
PALEMBANG
(STUDI DI KEDAI KOPI YXG KOTA PALEMBANG)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1

Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sriwijaya



MERLY ARDENIA

07021181722008

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA PALEMBANG**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**“PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI GAYA HIDUP
BARU PADA MASYARAKAT GENERASI Z
DI KOTA PALEMBANG”
(STUDI DI KEDAI KOPI YXG KOTA PALEMBANG)**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh
Derajat Sarjana S-1**

Oleh :

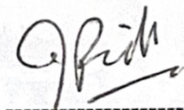
**MERLY ARDENIA
07021181722008**

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Ridhah Taqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018.



17/9-2024

Pembimbing II

Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003



17/9-2024



Mengetahui
Ketua Jurusan,

Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**“ PERILAKU KONSUMSI KOPI SEBAGAI GAYA HIDUP BARU PADA
KALANGAN MASYARAKAT GENERASI Z DI KOTA PALEMBANG “**

Oleh:

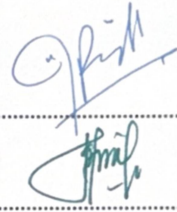
MERLY ARDENIA
07021181722008

Telah dipertahankan depan penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat pada
tanggal 31 Juli 2024

PEMBIMBING:

Dr. RIDHAH TAQWA
NIP. 19661231199303018

GITA ISYANAWULAN, S.SOS., MA
NIP. 198611272015042003



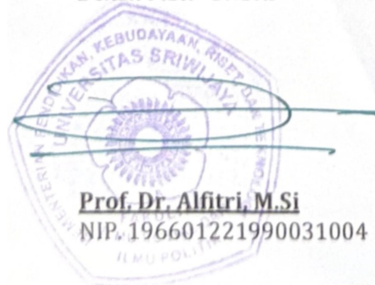
PENGUJI:

MERY YANTI, S.Sos., MA
NIP. 197705042000122001

RANDI, S.SOS., M.SOS
NIP. 199106172019031000



Mengetahui,
Dekan FISIP-UNSRI



Prof. Dr. Alfitri, M.Si
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan



Dr. Diana Dewi Sartika, M.Si
NIP. 198002112003122003



KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

.....
Jalan Palembang-Prabumulih, KM 32 Inderalaya Kabupaten Ogan Ilir 30662
Telepon (0711) 580572 ; Faksimile (0711) 580572

PERNYATAAN ORISIONALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Merly Ardenia
NIM : 07021181722008
Jurusan : Sosiologi
Konsentrasi : Perencanaan Sosial
Judul Skripsi : Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup Baru Pada Kalangan Masyarakat Generasi Z di Kota Palembang (Studi di Kedai Kopi YXG Kota Palembang)
Alamat : Jl. Talang Kerangga Lr. Lebak Malang rt/rw 23/08 30 ililir. Ilir barat 2 Palembang
No Hp : 0895383323956

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis diatas merupakan karya sendiri, disusun dari hasil penelitian berdasarkan kaidah-kaidah ilmiah yang berlaku. Apabila kelak terbukti bahwa skripsi saya diatas merupakan jiplakan kara orang lain (*plagiarisme*) saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.

Surat pernyataan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Palembang, 25 Juli 2024 Yang

menvatakan

METERAL
TEMPREL
CBALX353029773

Merly Ardenia
NIM.07021181722008

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

***“KEBERANIAN BUKAN BERARTI TIDAK TAKUT,
KEBERANIAN BERARTI MENAKLUKAN KETAKUTAN.”***

<<Mohammad Hatta>>

Persembahan:

1. Penulis persembahkan kepada kedua orangtu kepada Ibunda dan Ayahanda yang senantiasa memberikan dukungan baik secara moril maupun materi serta memberikan kasih sayang yang tiada tara, bismillah semoga kelak penulis bisa membahagiakan dan membuat bangga ibunda dan ayahanda. Atas ridho dan doa kedua orangtualah penulis bisa berada di penghujung peroleh gelar sarjana ini.
2. Penulis mempersembahkan kepada Almamater kesayangan yang telah setia menjadi saksi selama proses masuk kuliah, Magang, sampai di akhir Ujian Sidang Studi. Almamater kebanggaannku dari Universitas Sriwijaya Palembang.
3. Penulis mempersembahkan kepada teman-teman seperjuangan sosiologi angkatan 2017, teman virtual dan teman nongkrong yang membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini; TAFT, KLB, GMT, Releri, Egak dan banyak nama yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu tapi ini khusus nama yang ingin saya ucapkan banyak terimakasih yaitu sahabat saya YOGITA karena banyak sekali jasanya yang membantu saya dalam melakukan pembuatan ujian penelitian skripsi ini dan
4. Terimakasih kepada diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan berkat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi. Banyak kendala yang di alami selama pembuatan skripsi ini, tetapi berkat semangat dan bimbingan yang diberikan oleh beberapa pihak, maka penyusunan skripsi ini mengenai **“Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Gaya Hidup Baru Pada Kalangan Masyarakat Gen Z di Kota Palembang (Studi Kasus di Kedai YXG Palembang).”** Penulisan skripsi ini tentu tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, dan do’a dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Dr. Ridho Taqwa, M.Si, selaku Pembimbing Skripsi I penulis yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing penulis.
5. Ibu Gita Isyana Wulan, MA selaku Pembimbing Skripsi II penulis yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar membimbing penulis serta selaku pembimbing akademik (PA) penulis yang telah membimbingku selama dibangku kuliah.
6. Seluruh Dosen FISIP UNSRI yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan dikampus FISIP UNSRI atas ilmu pengetahuan dan pembelajaran yang peneliti dapatkan dibangku kuliah.
7. Seluruh staff dan karyawan FISIP UNSRI yang telah banyak memberikan bantuan terutama dalam urusan administrasi

Penulis menyadari belum mendalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahan yang disebabkan keterbatasan penulis, untuk itu peneliti

mengharapkan kritik, dan saran dari pembaca yang membangun untuk memperbaiki skripsi ini. Akhirnya penulis berharap skripsi ini memberikan manfaat bagi kami semua.

Palembang, Juli 2024
Penulis,

Merly Ardenia
NIM. 07021181722008

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang “Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup Baru Pada Kalangan Masyarakat Gen Z di Kota Palembang”. Tujuan penelitian untuk mengetahui bentuk perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup baru pada Gen Z di kota Palembang dan untuk mengetahui faktor mempengaruhi perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup pada Gen Z. Peneliti lebih memfokuskan pengamatan pada Gen Z yang berkunjung ke di kedai kopi YXG Palembang. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode pengumpulan data terdiri dari observasi, wawancara mendalam kepada seluruh informan yang di tentukan secara purposive, serta dokumentasi. Penelitian ini dianalisis menggunakan teori masyarakat konsumsi dari Jean P Baudillard (1929-2007). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup di kalangan Gen Z memiliki beberapa bentuk utama: (1) Kedai kopi sebagai tempat berkumpul (2) Pengaruh media sosial dan tren terkini, dan (3) Penggunaan kedai kopi sebagai identitas sosial. Faktor mempengaruhi perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup pada kalangan Gen Z terbagi menjadi faktor internal dan eksternal, dimana faktor internal mencakup tentang preferensi pribadi Gen Z mengenai preferensi dan ambians pengalaman pribadi dari Gen Z itu sendiri seperti terhadap rasa dari kualitas kopi yang dia suka, harga yang sesuai dengan isi dompet, lokasi dan suasana, pelayanan barista terhadap pelanggan yaitu Gen Z dan adanya wifi sebagai fasilitas yang disukai Gen Z. Faktor eksternalnya mencakup tentang pengaruh dari sosial dan lingkungan seperti teman atau keluarga dan ketersediaan serta aksesibilitas dari banyaknya kedai-kedai kopi.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumsi Kopi, Masyarakat Konsumsi, Gaya Hidup Baru, Gen Z, Kedai Kopi YXG Palembang*

Dosen Pembimbing I



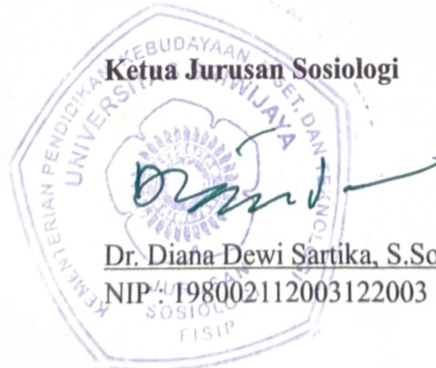
Dr. Ridhah Taqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018

Dosen Pembimbing II



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si
NIP. : 198002112003122003

ABSTRACT

This study discusses "Coffee Consumption Behavior as a New Lifestyle Among The Gen Z Community in Palembang". The purpose of this study is to determine the form of coffee consumption behavior as a new lifestyle among Gen Z in Palembang City and to determine the factors influencing coffee consumption behavior as a lifestyle among Gen Z. Researchers focus more on observations of Gen Z who visit the YXG Coffee Shop in Palembang. This study uses a qualitative method with a descriptive approach. Data collection methods consist of observation, in-depth interviews with all informants determined purposively, and documentation. This study was analyzed using the theory of consumer society from Jean P Baudillard (1929-2007). The results of this study indicate that the conclusion of consumption behavior as a lifestyle among Gen Z has several main forms: (1) Coffee shops as a gathering place (2) The influence of social media and current trends, and (3) Use of coffee shops as a social identity. Factors influencing coffee consumption behavior as a lifestyle among Gen Z are divided into internal and external factors, where internal factors include Gen Z's personal preferences regarding the preferences and ambience of Gen Z's personal experiences such as the taste of the quality of coffee they like, prices that fit their wallet, location and atmosphere, barista service to customers, namely Gen Z, and the availability of wifi as a facility that Gen Z likes. External factors include social and environmental influences such as friends or family and the availability and accessibility of many coffee shops.

Keywords: *Coffee Consumption Behavior, Consumer Society, New Lifestyle, Generation Z, Coffeshop YXG Palembang*

Dosen Pembimbing I



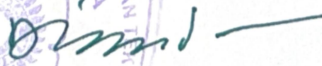
Dr. Ridhah Taqwa, M.Si
NIP. 196612311993031018

Dosen Pembimbing II



Gita Isyanawulan, S.Sos., MA
NIP. 198611272015042003

Ketua Jurusan Sosiologi



Dr. Diana Dewi Sartika, S.Sos., M.Si

NIP: 198002112003122003



DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN	iii
SURAT PENGESAHAN.....	iv
SURAT ORISINIL.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1. Manfaat Praktis.....	4
1.4.2. Manfaat Teoritis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Kerangka Pemikiran.....	14
2.2.1 Perilaku Konsumsi	14
2.2.2 Gaya Hidup.....	20
2.2.3 Gen Z.....	25
2.2.4 Teori Masyarakat Konsumsi.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Desain Penelitian	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Strategi Penelitian	36
3.4 Fokus Penelitian.....	36
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.5.1 Data Primer.....	36
3.5.2 Data Sekunder.....	37
3.6 Penentuan Informan	37

3.7	Peranan Penelitian.....	38
3.8	Unit Analisis Data	38
3.9	Teknik Pengumpulan Data	39
3.10	Teknik Analisis Data dan Keabsahan Data.....	40
3.11	Teknik Analisis Data	41
3.12	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN		43
4.1	Sejarah Singkat Kedai Kopi YXG	43
4.2	Identitas Kedai Kopi YXG	43
4.3	Menu di Kedai Kopi YXG.....	43
4.4	Gambaran Informan Penelitian.....	44
4.4.1	Informan Utama	44
4.4.2	Informan Pendukung.....	45
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		46
5.1	Bentuk Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup Baru Pada Gen Z di Kota Palembang	46
5.1.1	Kedai Kopi Sebagai Tempat Berkumpul.....	47
5.1.2	Pengaruh Media Sosial dan Tren Terkini	50
5.1.3	Penggunaan Kedai Kopi Sebagai Bagian Identitas Sosial	54
5.2	Faktor Mempengaruhi Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup Pada Gen Z di Kota Palembang	59
5.2.1	Faktor Internal	60
5.2.2	Faktor Eksternal.....	63
BAB VI PENUTUP.....		66
6.1	Kesimpulan.....	66
6.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68
Lampiran		70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian	12
Tabel 2.2 Inventarisasi Gaya Hidup.....	21
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	42
Tabel 4.1 Menu Minuman di Kedai Kopi YXG	44
Tabel 4.2 Nama Informan	45
Tabel 5.1 Bentuk Perilaku Kosumsi Kopi Seabagai Hidup Pada kalangan Generasi Z	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi merupakan perubahan global yang melanda seluruh dunia, keadaan dunia saat ini tentunya berbeda dengan keadaan sebelumnya. Perubahan tersebut sesungguhnya juga terjadi dengan pola hidup masyarakatnya di kemudian hari. Modernisasi telah banyak merubah kehidupan pada zaman ini perkembangan kebutuhan hidup manusia dipicu oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari zaman ke zaman. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga membawa pengaruh yang cukup besar terhadap perubahan sosial, ekonomi dan sosial budaya di tengah masyarakat. (Rosanti, Adelia, and Fitriyani 2022)

Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup sendiri merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa juga disebut modernisasi. Pola hidup yang dianggap mengkhawatirkan adalah pola hidup konsumsi yang meninggalkan pola produktif. Konsumsi biasanya digunakan untuk menunjukkan pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. (Nugroho Setiadi, 2019:132)

Perilaku konsumsi menunjukkan identitas diri yang didirikan atau disimpulkan oleh atribut-atribut tertentu membeli suatu produk misalnya secara tidak sadar dan akhirnya menciptakan pola-pola konsumerisme yang menjadi suatu kebiasaan dalam menentukan gaya hidup. Perilaku konsumsi yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar dapat terjadi seperti sifat kebiasaan yang menjadi pemborosan. (Ayuningtyas, 2022)

Kopi bukanlah kebutuhan pokok tetapi mengkonsumsi kopi dari *coffeshop* sudah menjadi gaya hidup yang melekat dalam aktivitas konsumsi pada saat ini sehingga sulit untuk dilepaskan. Perilaku konsumsi kopi yang meningkat

dikarenakan adanya pertumbuhan *caffeshop* atau kedai kopi, hal ini juga tentunya mempengaruhi perubahan gaya hidup generasi muda atau sering disebut Gen Z. Ada perbedaan yang mencolok antara gaya hidup Gen Z dengan generasi sebelumnya. Selain itu, perkembangan pesat tersebut juga mendorong munculnya berbagai tempat yang pusat pergaulan remaja. Pusat-pusat perbelanjaan, tempat hiburan seperti *café*, *club* malam, dan kedai kopi sekarang menjadi pilihan generasi muda/remaja untuk menghabiskan akhir pekan dan juga waktu luang mereka. (Rahhadiski 2020)

Berbicara mengenai *caffeshop* tidak akan lepas dari sajian-sajian kopi seperti *expreso*, *ristretto*, *Americano*, *café latte*, *cappuccino*, *plat white*, *macchiato*, *mocha*, *affogato* dan lain sebagainya. Gaya hidup dan tren *caffeshop* banyak dipelopori oleh generasi-generasi muda yang memiliki sejuta ide kreatif. Di Indonesia sendiri, penikmat kopi datang dari berbagai kalangan umur, ada yang mulai dari remaja, dewasa bahkan sampai ke lansia. Maraknya penikmat kopi saat ini, membuat pertumbuhan kedai kopi atau yang saat ini sering disebut masyarakat *caffeshop* juga mengalami peningkatan drastis, beberapa tahun yang lalu, masyarakat Indonesia hanya menikmati kopi seduhan buatan rumah atau hanya pada warung biasa, namun seiring berkembangannya zaman dan teknologi ini, kedai-kedai kopi telah berkembang dan disebut generasi muda sebagai sebuah *caffé* modern. (Pakan, 2022)

Kedai kopi atau *caffeshop* selalu identic dengan fasilitas tempat yang keren, nyaman dan dilengkapi dengan *AC*, *WI-FI*, interior yang unik dan menarik, beragam *snack* sampai makanan berat, bahkan *caffeshop* zaman sekarang memberikan kenyamanan dengan adanya ruang yang terpisah bagi pelanggan yang ingin merokok atau sekedar nongkrong dengan pelanggan yang ingin belajar atau bekerja. Area khusus Gen Z yang ingin belajar atau bekerja, area khusus disebut *working space*. (Suryani & Kristiyani 2021)

Menurut Willam Strauss dan Neili menyatakan bahwa teori mengenai generasi ini sering dipautkan dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan kebiasaan dan pekerjaan. Generasi-generasi tersebut menjadi aksi perubahan zaman. Generasi yang terjadi secara alami membuat terjadinya pergantian pada

aturan-aturan, sikap dan perilaku dari masing-masing generasi tersebut. (Harries Madiistriyatno, 2019:17)

Gen Z adalah generasi yang tumbuh dengan perkembangan teknologi, sangat optimis terhadap masa depan, tidak takut bertanya, memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap pekerjaan, memiliki harga diri dan kepercayaan diri yang tinggi. Gen Z merupakan kelahiran diantara tahun 1997 sampai 2010-an. Keunikan generasi ini dibandingkan generasi sebelumnya terdapat dalam hal budaya dan pemanfaatan teknologi. Sebagian besar dari Gen Z telah memasuki masa produktif artinya generasi aktif melakukan berbagai kegiatan perkuliahan, bekerja atau menyalurkan minat dan bakat. Dengan aktivitas yang padat, Gen Z kerap kali harus tetap terjaga bahkan sampai tengah malam. Kebiasaan ini juga menurun ke generasi-generasi, yang membuatnya menjadi generasi yang gemar nongkrong di *caff e*, baik itu untuk mengerjakan tugas atau sekedar *hangout* bersama teman. (Faiza & Firda 2018)

Saat ini di sekitar kita terdapat semacam kenyataan yang luar biasa tentang konsumsi dan kelimpahan yang dibentuk oleh melimpahnya objek, jasa, barang-barang-barang material yang kemudian membentuk sejenis mutasi fundamental dalam ekologi kemanusiaan. Makna yang sebenarnya dengan jujur dapat dikatakan bahwa orang-orang kaya tidak lagi dikelilingi oleh orang lain tetapi dikelilingi oleh objek (Harries, 2019:17)

Permasalahan yang terjadi saat ini dimana konsumsi kopi bagi kalangan Gen Z tidak hanya sebagai pemenuhan manfaat dari meminum kopi itu sendiri melainkan kopi sudah menjadi gaya hidup kebiasaan bagi mereka yang berasumsi pada keidentikan pelanggan dengan cara bergaul (Sirajul dkk, 2021).

Sadar atau tidak sadar, masyarakat saat ini memiliki kecenderungan kearah masyarakat konsumsi. Fenomena masyarakat konsumsi dalam hal ngopi terjadi karena adanya perubahan mendasar berkaitan dengan cara Gen Z atau kelompok individu lainnya mengekspresikan diri dalam gaya hidupnya. hal ini berlandaskan logika konsumsi masyarakat terlebih bagi Gen Z yang telah berubah, yang mana logika yang mendasarinya bukan lagi logika kebutuhan (*need*) melainkan logika hasrat (*desire*). Sehingga berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik

melakukan penelitian dengan judul “**Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup Baru pada Kalangan Masyarakat Gen Z di Kota Palembang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa bentuk perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup baru pada Gen Z di kota Palembang?
2. Apa faktor mempengaruhi perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup pada Gen Z di kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup baru pada Gen Z di kota Palembang
2. Untuk mengetahui faktor mempengaruhi perilaku konsumsi kopi sebagai hidup pada Gen Z di kota Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberi manfaat sebesar-besarnya kepada pembaca baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi ilmu sosiologi dalam menyikapi fenomena sosial dan penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dasar informasi dan menambahkan pengetahuan mengenai referensi perilaku konsumsi kopi sebagai gaya hidup masyarakat Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, M. R. (2023). Memahami Perilaku Generasi Z di Kedai Kopi Bogor Timur. *Riset Public Relation (JRPR)*, 1-6.
- Asti Nurlaela. (2019). Peranan Lingkungan Sebagai Sumber Pembelajaran Geografis dalam. *Jurnal Gea*, Vol. 14 No.1.
- Azwar, S. (2019:81). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Citra Dewi Suryani. (2021). Studi Fenomenologi pada Gaya Hidup Baru Anak Muda sebagai Pengunjung Coffe Shop di Kota Salatiga. *PREcious: Public Relations Journal* , 276-296.
- Baudillard, Jean. (2004). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kencana Kreasi
- David Stillman dan Jonah Stillman. (2018 : 18). *Generasi Z Memahami Karakter Generasi Baru*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dede Nurohman. (2012). *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Teras.
- Edwin Zusrony. (2019: 28). *Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Elizabeth T. Santosa. (2015:20). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo,.
- Elly Herlyana. (2019). Fenomena Coffe Shop sebagai Gejala Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfiyyāt, Vol. 13, No. 1*, 188.
- Gunawan, R. (2021). *Perilaku Konsumsi Kopi sebagai Budaya Masyarakat Urban (Studi terhadap Pelanggan Toko Kopi Tuku BSD)*". . Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Harries Madiistriyatno. (2019:17). *Generasi Milenial (Tantangan Membangun Komitmen Kerja/Bisnis dan Adversity Quotient (AQ))*. Sukosari: In.
- Imamudin Yuliadi. (2019). *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: : Pustaka Pelajar.
- Irawan, D. (2020). Kontruksi Budaya Ngopi bagi Generasi Milenial di Kota Kediri. *Ekonomi dan Bisnis*.
- J. Setiadi, N. (2018: 148). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana.
- James F. Engel, e. a. (2019: 38). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Jhon C Mowen, Michael Mino. (2020: 82). *Perilaku Konsumsi Jilid 1 Edisi ke 5*. Jakarta: Erlangga .
- KBBI. (2021). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online. <https://kbbi.web.id/karakteristik>, 121.

- Keller, K. d. (2020:192). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Maleong, L. (2018:12). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Meriena Putri Ajiwibawani. (2019). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembeli (Studi Konsumen D.Goda Caffe Pazkul Sidoarjo). *Jurnal UNESA*.
- Novie Nostalgia Adiwinata, dkk. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen di Era Pandemi Covid-19. *Jur. Ilm. Kel. & Kons*, p : 189-202.
- Nugraheni, W. N. (2018: 18). *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi*. Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS.
- Nugroho Setiadi. (2019:132). *Perilaku Konsumen (Kepribadian dan Gaya Hidup*. Jakarta: Prenada Media.
- Razak, M. (2016:4). *Perilaku Konsumen*. Makasar: Alauddin University Pres.
- Saefi, N. (2022:23). *Analisis Perilaku Konsumen Generasi Z pada Keputusan Pembeli di Kedai Camp Area Umbul Bengkok (CAUB)*. Purwokerto: Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri.
- Santosa, I. T. (2019: 12). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Santoso, I. H. (2019). Fomsumerism: mengembangkan Perilaku Conformity Consumption dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen. *Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Volume 15 No.2 hlm. 159-171.
- Siregar, N. S. (2011). Kajian tentang Interaksionalisme Simbolik. *Ilmu Sosial Fakultas Isipol UMA*.
- Sudarsono. (2023). *Kamus Hukum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sudraja, A. (n.d.). Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan”, dikutip dari <https://akhmadsudrajat.wordpress.com/2012/10/05/generasi-z-dan-implikasinya-terhadap->. Diakses 29 Juli 2023.
- Sukma Ayu Hanipradja. (2022). Perilaku Konsumen Kopi di Masa Pandemi Covid-19 (Suatu Kasus pada Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran). *Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 136.
- Sumarwan, U. (2020: 45). *Perilaku Konsumen*. Bogor : PT Ghalia Indonesia.
- Susanto, P. K. (2019: 23). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tri Lestari . (Volume 7, Nomor 2 (2023): 505-517). Pengaruh gaya hidup dan cafe atmosphere terhadap keputusan pembelian generasi Z pada kedai kopi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)* .

Wardani, R. P. (2022). Sikap Generasi Z terhadap Eksistensi Kedai Kopi Lokal dan International: Riset Perilaku Konsumen Berbasis Visual. *Vol. 17. No. 1. 28 Februari* , 1-7.