

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, A. N. (2018). *Persepsi Pengunjung Liberica Coffee Shop Terhadap Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat*. 1-96.
- Coffee, S. (n.d.). *Kopi Excelsa Wonosalam*. Retrieved Juni 1, 2021, from <https://www.youtube.com/watch?v=17kjQxu0b0A>
- Diana. (20 21, Maret 19). Republik Coffee Wonosalam. Jombang. Retrieved from https://www.instagram.com/p/COy30WXrbnm/?utm_medium=copy_link
- Dharma, W. S. (n.d.). *Fakor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih D'Jombang Cafe (Studi Kasus Pada D'Jombang Cafe)*. 1-2.
- Faisal, M. (2019). *Perilaku Hangout Generasi Milenial Dalam Membuka Peluang Kerja Di Kota Medan*. 1-148.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (n.d.). *Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)*. *Jurnal Politek Udayana*, 1-13.
- Guide, J. C. (2018, Oktober 01). Republik Coffe. Retrieved Juni 1, 2021, from *Republik Coffee : Jujugan Pecinta Kopi di Wonosalam*: <http://jombangcityguide.blogspot.com/2018/08/republik-coffee-jujugan-pecinta-kopi-di.html?m=1>
- Hamzah, A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Malang: Literasi Nusantara.
- Imamah, N. R. (2018). *Perilaku Komunikasi Konsumen Coffee Toffee Jatim Expo Surabaya*. 1-130.
- Kholik, N. S. (2018). *Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop Starbucks Di Mall Botani Square Bogor)*. 1-148.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip; Amstrong, Gary. (2011). *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Muawanah, I. (2019). *Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)*. 1-91.
- Pratiwi, R. R. (2016). *Hambatan Dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Kopi Dalam Upaya Peningkatan Produksi Di Kecamatan Candirotro Kabupaten Temanggung*. 1-145.
- Prayoga, H. (2018). *Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Bisnis Coffee Shop (Studi Deskriptif Kualitatif Dengan Tema Kopi Tidak Pahit Di Gending Kopi Nusantara Yogyakarta)*. 1-57.

- Rachmanda, G. P. (2019). *Strategi Viral Marketing Oleh UMKM Jokopi Melalui Instagram Dalam Membangun Brand Awareness. 1-163.*
- Rofiah C. & Bungin B. (2018). *Qualitative Methods : Simple Research With Triangulation Theory Design.* Jombang : Universitas STIE PGRI Dewantara Jombang.
- Sartika, R. (2017). *Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang. Tanjungpinang: Universitas Maritim Raja Ali Haji.*
- Sugiyono, Op. Cit. hlm. 334. 18Milles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992, hlm. 16.)*
- Titik Sumarti (2017). *Strategi Pemberdayaan Petani Mudah Kopi Wirausaha di Kabupaten Simalungun. 1-37*
- Vika S. N. (2020). *Online Bisnis Marketing Strategy Student Enterpreneur (A Study On Members Pengusaha Muda Dewantara Comunity)*
- Wardah, R. M. (2019). *Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial. 1-99.*

