

**FUNGSI SOSIAL KEDAI KOPI BAGI MASYARAKAT  
KOTA PEKANBARU (STUDI KASUS KEDAI KOPI KIM TENG  
PEKANBARU)**

**Oleh: Mega Ayulestari**

**Email:** [Megalstrayu@gmail.com](mailto:Megalstrayu@gmail.com)

**Pembimbing : Dra. Risdayani, M.Si**

**Email:** [risdayati@lecturer.unri.ac.id](mailto:risdayati@lecturer.unri.ac.id)

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau, Pekanbaru

Kampus Bina Widya Jl. H.R.Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

**ABSTRAK**

Kedai kopi merupakan sebuah tempat yang pada dasarnya menyediakan minuman kopi ataupun minuman panas lain. Kedai kopi Kim Teng Pekanbaru merupakan kedai kopi legendaris yang ada di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fungsi sosial kedai kopi di kalangan masyarakat Kota Pekanbaru khususnya di kedai kopi Kim Teng Pekanbaru. Data penelitian ini dikumpulkan melalui metode wawancara observasi dan dokumentasi. Analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Dari hasil analisa dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kedai kopi memiliki fungsi sosial ekonomi, politik dan budaya. Fungsi sosial utama kedai kopi adalah sebagai tempat berkumpulnya masyarakat dari berbagai golongan yang memanfaatkan kedai kopi sebagai wadah untuk melakukan kegiatan demi mencapai tujuan ataupun demi memenuhi kebutuhan akan kopi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengamatan langsung dan observasi penulis dapat simpulkan bahwakan bahwa isu-isu yang dibicarakan adalah masalah pekerjaan, ekonomi, sosial, maupun isu-isu politik yang sedang terjadi di masyarakat.

**Kata kunci: Kedai kopi, Fungsi sosial**

**SOCIAL FUNCTION OF COFFEE BEDS FOR COMMUNITIES  
KOTA PEKANBARU (CASE STUDY OF KIM TENG PEKANBARU COFFEE  
SHOP)**

**By: Mega Ayulestari**

**Email: megalstrayu@gmail.com**

**Advisor: Dra. Risdayani, M.Si.**

**Email: risdayati@lecturer.unri.ac.id**

*Sociology - Faculty - Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Riau  
Bina Widya Campus Jl. H.R. Soebrantas Km. 12.5 Simp. New Pekanbaru  
28293-Tel / Fax. 0761-63277*

**ABSTRACT**

*A coffee shop is a place that basically provides coffee drinks or other hot drinks. The Coffee Shop Kim Teng Pekanbaru is a legendary coffee shop in the city of Pekanbaru. This study aims to find out how the social functions of coffee shops in the city of Pekanbaru, especially in the Kim Teng Pekanbaru coffee shop. The data of this study were collected through interviews and documentation. Data analysis using qualitative descriptive analysis. From the results of the analysis in this study it can be concluded that coffee shops have socio-economic, political and cultural functions. The main social function of the coffee shop is as a gathering place for people from various groups who use coffee shops as a place to carry out activities to achieve their goals or to fulfill their coffee needs. Furthermore, based on the results of direct observation and observation, the writer can conclude that the issues discussed are work, economic, social, and political issues that are happening in the community.*

**Keywords: Coffee shop, social function**

## **PENDAHULUAN**

Kedai kopi merupakan hal yang tidak asing lagi di telinga masyarakat saat ini. Kedai kopi ini sering terlihat di pinggir-pinggir jalan raya. Banyak dari masyarakat yang lebih memilih menikmati kopi langsung di kedai kopi. Budaya minum kopi berawal dari minuman kopi yang berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Penikmat kopi dulunya itu adalah orang-orang tua. Namun kini mulai dari tua, muda, miskin, kaya, mahasiswa, pengusaha, laki-laki, perempuan, semua duduk di warung kopi. Selain untuk minum kopi, kedai kopi juga merupakan tempat bagi masyarakat untuk saling bertukar informasi. Mereka bertukar cerita mulai dari masalah ekonomi, budaya, politik, hingga masalah pribadi.

Fungsi kedai kopi juga dapat sebagai tempat menemukan ide dan gagasan. Bahkan, bagi para penikmat kopi, kedai kopi adalah sumber informasi dan inspirasi. Menikmati kopi dengan racikan sendiri di rumah atau di tempat kerja akan terasa berbeda ketika mereka menikmati kopi di kedai kopi. Entah karena racikannya atau suasananya, kita tidak tahu. Tetapi kemungkinan, faktor kejadian ini adalah bagaimana situasi dan kondisi dalam menikmati kopi mempengaruhi rasa dalam ngopi itu sendiri. Dan yang aneh lagi adalah masing-masing kedai kopi memiliki kekhasan rasa tersendiri yang tidak bisa ditemukan di tempat lain. Berangkat dari realitas itulah, kebiasaan ngopi bukanlah menjadi sebuah realitas yang tidak bisa dipandang sebelah mata.

Kebiasaan masyarakat yang seiring waktu telah berubah menjadi kebutuhan masyarakat inilah yang nantinya bisa menjadi sebuah subkultur

tersendiri di masyarakat. Apalagi interaksi sosial yang terjadi di kedai kopimembuat suasana menjadi hidup dan malahan membuat betah meskipun terjadi konflik kecil yang mewarnai kegiatan yang ada. Dari obrolan kecil hingga obrolan yang memanas kerap terjadi di kedai kopi. Permainan kartu dan catur menjadi hiburan tersendiri bagi penikmat kopi untuk mengisi kekosongan. Bahkan tidak jarang orang yang baru pulang kerja menyempatkan waktunya terlebih dahulu di kedai kopi hanya sekedar minum kopi dan ngobrol sesama pengunjung yang ada di kedai kopi tersebut.

Di kota Pekanbaru, ada salah satu kedai kopi legendaris yang sering dikunjungi para pecinta kopi. Kedai kopi ini adalah Kedai Kopi Kim Teng Pekanbaru yang terletak di Jalan Senapelan. Banyak opini masyarakat lokal mengatakan, belum ke Pekanbaru kalau belum ke Kedai kopi Kim Teng. Kedai kopi ini telah berdiri selama 68 tahun lamanya dan sampai saat ini, eksistensi kedai kopi Kim Teng tidak pernah turun. Selalu berada pada posisi nomor satu di hati masyarakat baik lokal maupun masyarakat luar.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk merumuskan permasalahan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang menjadi latar belakang pengunjung datang ke kedai kopi Kim Teng?
2. Apa fungsi sosial kedai kopi Kim Teng bagi masyarakat kota Pekanbaru ?

## TINJAUAN PUSTAKA

1. Motivasi adalah kekuatan yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku, berpikir, dan merasa seperti yang mereka lakukan. Perilaku yang termotivasi untuk diberi kekuatan, diarahkan, dan dipertahankan. Motivasi pengunjung ini dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu sebagai berikut :

a) Motivasi Intrinstik

Motivasi instrinstik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena ada didalam diri setiap individu itu suatu dorongan untuk melakukan sesuatu.

b) Motivasi Ekstrinstik

Motivasi ekstrinstik adalah motif-motif aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar.

2. Fungsi sosial dari kedai kopi bertujuan untuk menjelaskan bagaimana manfaat dari keberadaan kedai kopi bagi para pengunjung kedai kopi. Fungsi kedai kopi juga dapat sebagai tempat menemukan ide dan gagasan. Bahkan, bagi para penikmat kopi, kedai kopi adalah sumber informasi dan inspirasi.

a. Fungsi sosial ekonomi berkaitan dengan suatu individu dengan individu atau individu dengan suatu kelompok melakukan interaksi yang berkaitan dengan transaksi ekonomi di kedai kopi.

b. Fungsi sosial politik berkaitan kedai kopi dan sosial politik mengkaji tentang bagaimana fungsi kedai kopi tersebut sebagai

medai sosial yang memiliki keterkaitan erat dengan dunia politik.

c. Fungsi sosial budaya adalah segala sesuatu atau tata nilai yang berlaku dalam sebuah masyarakat yang menjadi ciri khas dari masyarakat. Kedai kopi menjadi tempat masyarakat untuk berkumpul, hal ini merupakan bagian dari budaya karena didalam makna kebudayaan ada tata cara bagaimana manusia hidup.

## METODE PENELITIAN

Menurut Sonny Sumarsono (2004) metode adalah cara kerja untuk memahami objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Dengan demikian, masalah metode adalah masalah teknis. Pada suatu metode biasanya melekat suatu teknik yang bisa berupa alat maupun seni dari penggunaan alat tersebut. Sedangkan penelitian adalah suatu proses yang panjang, dimana setiap penelitian bertujuan untuk menemukan suatu pengetahuan baru untuk menjawab suatu pertanyaan, atau mencari pemecahan suatu permasalahan yang dihadapi. Jadi Metode Penelitian adalah satu alat pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mencari kebenaran atau untuk menemukan suatu pengetahuan yang baru, menguji teori atau menjawab suatu masalah yang dihadapi.

### Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan syarat utama untuk melakukan penelitian, karena tanpa lokasi penelitian maka penelitian ini tidak dapat dilaksanakan sebagaimana semestinya. Lokasi penelitian ini terdapat di Kedai Kopi

Kim yang diambil dari 3 lokasi penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Kedai Kopi Kim Teng Jalan Senapelan Pekanbaru
2. Kedai Kopi Kim Teng Mal SKA Pekanbaru
3. Kedai Kopi Kim Teng Mal Ciputra Pekanbaru

Alasan penulis melakukan penelitian disini karena kedai kopi ini karena kedai kopi Kim Teng ini merupakan kedai kopi legendaris yang telah lama berdiri di kota Pekanbaru.

### **Subyek Penelitian**

Subyek adalah penelitian yang menunjukkan kepada orang/individu atau kelompok yang dijadikan unit atau sasaran (kasus) yang diteliti atau informan. Informan merupakan orang yang memberikan informasi, dalam penelitian ini peneliti masih memilih informan melalui wawancara mendalam dengan informan yang menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* merupakan pengambilan sampel secara kebetulan dimana subyek penelitian dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan kepada peneliti. dan menetapkan informan penelitian sebanyak 15 orang.

### **Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data primer, Data prime adalah data yang diperoleh secara langsung dari narasumber (*informan*) melalui wawancara secara mendalam.
2. Data sekunder, Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang ada, guna mendukung informasi yang diperoleh dari lapangan. Data ini biasanya diperoleh

dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan maupun untuk mengamati kasus perceraian, penulis menggunakan cara sebagai berikut :

#### **1. Observasi**

Teknik ini dipergunakan dengan melakukan pengamatan tentang seluruh aspek yang berkenaan dengan obyek peneliti dengan melihat gejala-gejala social yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

#### **2. Wawancara**

Teknik pengumpulan data dengan melakukan upaya Tanya jawab secara langsung kepada responden tentang obyek penelitian dengan tujuan khusus untuk mendapatkan keterangan. Penulis melakukan wawancara dengan informan yang datang ke kedai kopi.

#### **3. Dokumentasi**

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi ialah pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen, (Husaini Usman, dan Purnomo Setiadi Akbar, 2009:6). Dokumen yang digunakan yaitu yang berhubungan dengan masalah penelitian peneliti dan mempunyai nilai ilmiah seperti referensi, buku perpustakaan, jurnal, koran, atau media internet.

## Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan pengumpulan data dengan mencari dan menata secara sistematis catatan yang diperoleh dari hasil observasi, interview, dokumentasi serta catatan lapangan, untuk pemahaman penelitian tentang obyek yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. Analisis data penelitian bersifat literatif (berkelanjutan) dan dikembangkan sepanjang program. Analisis data dilaksanakan mulai penetapan masalah penelitian, peneliti sudah melakukan analisis terhadap permasalahan tersebut dalam berbagai perspektif teori dan metode yang digunakan. Caranya pada waktu ke lokasi penelitian, peneliti langsung menganalisa secara intensif. Sesudah meninggalkan lapangan penelitian, setelah itu peneliti langsung menganalisa data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Latar Belakang Pengunjung Datang Ke Kedai Kopi

Latar belakang pengunjung datang ke kedai kopi dipengaruhi oleh peranan motivasi atau dorongan yang berasal dari dalam maupun luar individu tersebut. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkup semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri seseorang yang menyebabkan seseorang melakukan sesuatu. Apabila seseorang memiliki tujuan-tujuan tertentu, dalam mencapai tujuannya itu maka ia akan melakukan upaya-upaya dalam mencapai tujuannya.

Kedai kopi adalah suatu tempat yang dapat menjadi relasi seseorang untuk memperluas pergaulannya guna memperlancar pekerjaan. Dengan demikian, orang yang bersangkutan dapat memiliki bermacam motif-motif

yang sekaligus memiliki peranan dibalik perbuatannya. Biasanya perbuatan itu terdorong dengan satu motif utama dan beberapa motif tambahan yang mungkin merupakan suatu rincian dari motif utama tersebut. Setelah melakukan penjelasan tentang karakteristik pengunjung yang datang ke kedai kopi Kim Teng, dari pemahaman mengenai riwayat dan struktur kepribadiannya, kondisi-kondisi lingkungannya dapatlah diketahui apa dorongan yang membuat pengunjung kedai kopi Kim Teng datang ke kedai kopi tersebut (Gerungan, 2010).

Menurut Fred Luthans motivasi terdiri dari kebutuhan (*needs*), dorongan (*drive*), dan tujuan (*goals*). Kebutuhan pada pengunjung kedai kopi untuk datang ke kedai kopi secara umum adalah untuk minum kopi, sarapan atau sekedar makan makanan cepat saji. Dorongan yang dimiliki oleh pengunjung untuk datang ke kedai kopi dapat berasal dari siapa saja yang memiliki pengaruh terhadap kedatangan pengunjung tersebut, baik keluarga, pengaruh ajakan teman, maupun dorongan pekerjaannya. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai oleh pengunjung tersebut adalah untuk mendapatkan kepuasan, kenyamanan dari suasana yang baru selain dari lingkungannya dan untuk menunjukkan identitas dirinya untuk berkomunikasi dan berekspresi agar memiliki pengaruh bagi pihak atau orang lain.

#### a. Dorongan Kebutuhan Dan Hobi

Kata hobi sering jadi sinonim untuk bermain atau bersenang-senang. Kata hobi juga dipandang sebagai kegiatan yang berhubungan dengan menghabiskan uang. Pengunjung yang datang ke kedai kopi, sudah pasti harus mengeluarkan uangnya untuk membayar apa yang ia pesan di kedai

kopi. Dengan kesimpulan lain dapat dikatakan seseorang yang memiliki kesenangan duduk di kedai kopi harus memiliki modal untuk melakukan hobinya tersebut. Dengan adanya kebutuhan yang berkembang dalam diri manusia menjadikannya dorongan untuk melakukan hal-hal yang ia senangi.

Seperti yang dikatakan oleh Maslow, dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu terdiri dari dasar-dasar kebutuhan yaitu kebutuhan untuk makan, minum, dan udara untuk bertahan hidup.

#### **b. Dorongan Pengaruh Teman**

Manusia sebagai makhluk sosial ia hidup dalam hubungannya dengan orang lain dan hidupnya bergantung pada orang lain. Manusia itu tidak bisa hidup sendiri, karena itu manusia tak mungkin hidup layak di luar dar suatu masyarakat. Dalam melakukan suatu tindakan tertentu, seorang sering kali dipengaruhi oleh orang lain atau yang biasa disebut dengan teman. Teman adalah orang yang paling berperan bagi seseorang dalam menentukan suatu keputusan dalam bertingkah laku di masyarakat.

Teman memiliki pengaruh yang sangat besar dalam memotivasi seseorang untuk datang berkunjung ke kedai kopi. Teman dapat dikategorikan sebagai teman sepermainan, teman kerja, teman organisasi dan sekelompok teman lainnya. Pertemanan membentuk perkembangan perilaku seorang individu. Dalam hal ini, pertemanan memiliki dampak yang ditimbulkan bagi seseorang terhadap motivasinya terhadap berkunjung ke kedai kopi. Dunia pertemanan akan membawa pengalaman yang dapat berpengaruh kepada tindakan seseorang dalam berperilaku dan beraktivitas.

#### **c. Dorongan Menu Dan Fasilitas Kedai Kopi**

Konsep kedai kopi saat ini bermacam-macam dengan berbagai keunikan dan ciri khas masing-masing sehingga membuat para pelanggan bisa memilih tempat yang sesuai dengan kebutuhannya, seperti menyediakan fasilitas dan tempat yang nyaman untuk berkumpul atau sekedar menikmati hidangan kopi. Seiring perkembangan zaman kedai kopi tidak hanya menyediakan berbagai macam menu kopi saja, namun banyak modifikasi yang di tambahkan seperti tampilan interior dan eksterior dari kedai kopi itu sendiri. Hal tersebut bertujuan untuk menarik minat dari konsumen, karena pengaruh dari kebutuhan masyarakat kota akan hiburan dan pelepas penat.

Salah satu modifikasi yang dilakukan antarlain memberikan kesan bahwa kedai kopi tersebut memiliki daya tarik sehingga hal tersebut dilakukan selain untuk memberikan keunikan namun digunakan sebagai alat promo atau mencari pelanggan untuk mengenali keunikan dari sebuah kedai kopi itu. Para pelanggan sendiri akan memilih tempat dan fasilitas apa yang akan mereka gunakan sesuai dengan keperluan dan keperuntukan mereka, baik dilihat dari segi hiburan ataupun standart mereka untuk menikmati sebuah kopi dengan kondisi tempat yang mereka inginkan.

#### **Fungsi Sosial Kedai Kopi Bagi Masyarakat**

Pada bab ini akan membahas mengenai fungsi sosial kedai kopi bagi masyarakat. Penulis melakukan wawancara yang mana penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menjadikan permasalahan ini tidak terbatas. Penulis memberikan analisa sesuai dengan hasil

wawancara dan pengamatan yang penulis lakukan di kedai kopi Kim Teng Pekanbaru. Untuk itu penulis akan menguraikan fungsi sosial kedai kopi sebagai berikut:

#### **a. Fungsi Sosial Kedai Kopi**

Masyarakat merupakan salah satu sistem sosial atau kesatuan hidup manusia. Masyarakat juga dapat dikatakan sebagai kesatuan hidup manusia yang hidup berinteraksi menurut sistem adat istiadat tertentu yang bersifat continue yang memiliki rasa identitas bersama. Masyarakat suatu bentuk organisasi yang mencakup banyak kelompok dan mengikat secara resmi dalam satu kesatuan wilayah (Nasution, 2010:60).

Masyarakat terdapat kelompok yang mempunyai sub-kebudayaan atau subculture yang tersendiri. Setiap kelompok mempunyai norma-norma yang tersendiri, kegiatan-kegiatan sehingga menjadi kebiasaan yang sering dilakukan berulang-ulang dan mempunyai buah fikiran, ide-ide tersendiri pada kelompok mereka. Kebiasaan tersebut menunjuk pada suatu gejala bahwa seseorang didalam tindakannya selalu ingin melakukan hal hal yang teratur baginya. Kebiasaan yang sering dilakukan oleh masyarakat tersebut misalnya kebiasaan duduk di kedai kopi. Kebiasaan duduk di kedai kopi bukanlah menjadi sebuah realitas yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Kebiasaan masyarakat ini yang seiring waktu telah berubah menjadi kebutuhan masyarakat (Soelaeman, 2011).

Kedai kopi adalah suatu tempat yang menyediakan minuman kopi dan berbagai jenis minuman lainnya. Kedai kopi juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang untuk melakukan aktifitas seperti bersantai, berdiskusi, berbincang bersama teman-teman serta aktifitas lainnya.

Fungsi adalah suatu proses yang di dalamnya terdapat beberapa komponen komponen yang saling mempengaruhi dan bertujuan untuk menghasilkan suatu tujuan tertentu. Fungsi sosial dari kedai kopi bertujuan untuk menjelaskan bagaimana manfaat dari keberadaan kedai kopi bagi para pengunjung kedai kopi. Fungsi kedai kopi juga dapat sebagai tempat menemukan ide dan gagasan. Bahkan, bagi para penikmat kopi, kedai kopi adalah sumber informasi dan inspirasi.

#### **Kesimpulan**

1. Latar Belakang Pengunjung datang ke kedai kopi dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi merupakan dorongan seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian, yang mendorong informan untuk datang ke kedai kopi adalah dorongan kebutuhan dan hobi yang kedua dorongan pengaruh teman, dan yang ketiga dorongan menu dan fasilitas kedai kopi.
2. Fungsi kedai kopi merujuk pada sebuah tempat yang menyediakan kopi, berdasarkan perkembangan zaman kedai kopi bukan lagi tempat untuk minum kopi, tetapi memiliki banyak fungsi yaitu: fungsi sosial sebagai tempat bersilaturahmi, berdiskusi atau rapat, fungsi sosial ekonomi sebagai tempat lobi bisnis, sedangkan fungsi sosial politik sebagai tempat partisipasi politik dan fungsi sosial budaya sebagai sumber informasi dan tempat hiburan.

## Saran

1. Untuk pemilik kedai kopi Kim Teng agar menjaga dan mengawasi masyarakat yang duduk di kedai kopi agar tidak melakukan hal-hal negatif
2. Untuk masyarakat agar yang duduk di kedai kopi agar selalu menjaga sikap dan etika sehingga tidak melanggar norma yang berlaku

## DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas
- Adlin, A. 2006. *Resistensi Gaya Hidup*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra
- Citra, Gelora. 2015. Skripsi: *Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat Di Kota Bagansiapiapi*. Universitas Riau. Pekanbaru
- Damsar, P. D, 2011. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Departement Pendidikan dan Kebudayaan, 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Eko Handoyo, M. 2013. *Sosiologi Politik*. Yogyakarta: Ombak
- Erman, Erwiza. 2014. Jurnal: *Dinamika Komunitas Warung Kopi Dan Politik Resistensi Di Pulau Belitung*. Pulau Belitung: Peneliti pada Pusat Sumber Daya Regional - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (PSDR-LIPI)
- Gerungan, D. P. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- H. Assael, 1992. *Consumer Behavior an marketing*. Boston: PWS-KENT
- H. Susianto, 1993. "Studi Gaya Hidup Sebagai Upaya Mengenal Kebutuhan Anak Muda". Dalam Jurnal Psikologi dan Masyarakat, Jakarta: Grasindo, vol. I, no. 1 hlm. 55—76.
- Hidayat, Medhy Aginta. 2012 dalam jurnal "Menggugat Modernisme" hlm. 59
- Kasali, Renald. 2010. *Change*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Kompas Media Cyber. 2005.
- Lazuardi, Agung. 2016. Skripsi: "Pola Interaksi Sosial Pelanggan Warkop Daeng Sija Beverly Hills Kota Makassar". Makassar
- M.R, Solomon, 2002. *Consumer Behavior and Marketing*. New Jersey: Prentice
- M.R, Solomon, 2002. Op. Cit.
- Majalah Swasembada, 1995. *Menyingkap Segmentasi Psikografis*, Edisi Khusus II, no. 3
- Majalah Swasembada. 1995. "Galeria di Yogyakarta", Edisi No. 1, tahun XII
- Marijan, P. D. 2010. *Sistem Politik Indonesia*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya

- Nyoto, 2002. *Kim Teng: Dari Pejuang Hingga Kedai Kopi, Seutas Bigrafi*. Pekanbaru: UNRI Press
- Patilima, Hamid, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Alfabeta
- Plummer, J. 1974. The Concept and Application of Lifestyle Segmentation dalam *Journal of Marketing*, 38 (January) hal33–37.
- Putri, Widya A.K. 2006. Skripsi: *Kehampaan Perilaku Konsumen (Studi Pada Konsumen Breadtalk Delta Plaza Surabaya)*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Posmodern*. Terjemahan Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Robbin, Sthepen P. 2003. *Prilaku Organisasi*, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Rohidi, Tjetjep R. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universiti press
- Rusmin Tumanggor, M. K. 2010. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana
- Sadirman, M. A. 2016. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Santoso, Ainun nadrah. 2015. Jurnal: *Fungsi Coffee Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi (Studi Deskriptif Di Coffee Shop Hoomee Surabaya )*. Universitas Airlangga. Surabaya
- Sarwono, P. D. 2015. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali
- Siregar, L. G. “*Menyingkap Subyektivitas Fenomena*”. Universitas Indonesia: Jakarta, 2005.
- Slamet Santoso, M. 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama
- Soelaeman, D. M. 2011. *Imu Sosial Dasar*. Bandung: Refika Aditama
- Solikatun, Drajat Tri Kartono, Argyo Demartoto, 2015. Jurnal: *Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang*. Semarang
- Sugiyono, 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sumardi Suryabrata, 1984. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Erlangga. Hlm : 70
- Teggia, Gabriella & Mark Hanusz, 2003. *A Cup of Java*. Jakarta: Equinox Publishing (Asia) PTE.LTD.
- Ukers, William H, 2012. *All About Coffee*. Adams Media.
- Wirawan. 2012. *Teori-Teori Sosial Dalam Tiga Paradikma*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.