FENOMENA COFFEE SHOP SEBAGAI GAYA HIDUP URBAN MAHASISWA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Syahdan Afnan Al Firdaus[1], Ivan Muhamad[2], Naerul Edwin Kiky Aprianto[3]

[1,2,3]*Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto*
E-mail : syahdanafnan983@gmail.com[1], emailivanmuhamad@gmail.com[2], naerul.edwin@uinsaizu.ac.id[3]

ABSTRAK

Fenomena coffee shop di perkotaan, khususnya di kalangan mahasiswa Purwokerto, telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup dan pola konsumsi sehari-hari, bukan sekadar tempat membeli kopi. Coffee shop kini berfungsi sebagai ruang ketiga (third place) yang mendukung aktivitas akademik, sosial, dan rekreatif mahasiswa. Penelitian ini bertujuan mengkaji fenomena tersebut dari perspektif ekonomi Islam, khususnya konsep maslahah, israf (pemborosan), serta keseimbangan antara kebutuhan (hajat) dan keinginan (raghbah) dalam konsumsi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap mahasiswa yang rutin mengunjungi coffee shop di sekitar kampus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kunjungan mahasiswa didorong oleh perpaduan motivasi instrumental, sosial, dan hedonis, dengan porsi keinginan (raghbah) yang masih dominan dibandingkan kebutuhan riil (hajat), karena keputusan berkunjung lebih banyak ditentukan oleh ketersediaan uang saku daripada kebutuhan aktual. Kebiasaan ini berpotensi mengarah pada israf apabila tidak diimbangi kesadaran maslahah yang konsisten. Penelitian ini diharapkan menjadi kontribusi bagi kajian gaya hidup konsumsi mahasiswa Muslim serta bahan refleksi penerapan prinsip konsumsi Islami dalam kehidupan sehari-hari.

Kata Kunci : *Coffee Shop; Gaya Hidup Urban; Mahasiswa; Ekonomi Islam; Maslahah; Israf*

ABSTRACT

The growing phenomenon of coffee shops in urban areas, particularly among university students in Purwokerto, has evolved into a lifestyle and consumption pattern rather than merely a place to buy coffee. Coffee shops now function as a "third place" supporting students' academic, social, and recreational activities. This study examines the phenomenon from an Islamic economic perspective, focusing on the concepts of maslahah (benefit), israf (extravagance), and the balance between needs (hajat) and wants (raghbah) in consumption. A descriptive qualitative approach was used, employing in-depth interviews, observation, and documentation studies among students who regularly visit coffee shops near campus. Findings show that students' visits are driven by a mix of instrumental, social, and hedonic motivations, with want-based (raghbah) consumption still dominating over actual needs (hajat), as visiting decisions depend more on available pocket money than genuine necessity. This habit risks leading to israf without consistent maslahah awareness. The study is expected to enrich research on Muslim students' consumption lifestyles and serve as a reflection for applying Islamic consumption principles in daily life.

Keywords : *Coffee Shop; Urban Lifestyle; Students; Islamic Economics; Maslahah; Israf*

PENDAHULUAN

Fenomena pertumbuhan *coffee shop* di kawasan sekitar kampus menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, keberadaan *coffee shop* telah bertransformasi dari sekadar tempat transaksi jual-beli minuman menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Tempat ini berfungsi sebagai ruang ketiga (*third place*) sebuah ruang sosial di luar lingkungan rumah dan kampus yang dimanfaatkan mahasiswa sebagai sarana menyelesaikan tugas akademik, berdiskusi kelompok, hingga melakukan aktivitas rekreatif.

Pergeseran fungsi tersebut didukung oleh penyediaan sarana dan prasarana seperti akses internet (*Wi-Fi* gratis), ketersediaan stopkontak di setiap area meja, suasana kondusif, serta desain interior yang memiliki daya tarik visual (*instagramable*) bagi anak muda. Fasilitas-fasilitas ini memberikan kenyamanan bagi mahasiswa untuk menghabiskan waktu dalam durasi yang cukup lama. (Pratiwi, 2022)

Maraknya kebiasan ini memunculkan perdebatan mengenai kesesuaian perilaku konsumsi mahasiswa dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, konsumsi tidak ditujukan semata-mata untuk pemenuhan kepuasan pribadi, melainkan untuk mencapai *maslahah* yakni kemanfaatan yang membawa kebaikan di dunia dan akhirat. Selain itu, Islam secara tegas melarang perilaku konsumtif yang berlebihan (*israf*) dan pemborosan harta tanpa manfaat (*tabzir*), sebagaimana disampaikan dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31 yang menekankan prinsip tidak berlebihan dalam makan dan minum.

Fenomena kebiasaan nongkrong harian di *coffee shop* mengindikasikan adanya pergeseran orientasi konsumsi, apakah murni didasari oleh kebutuhan riil atau telah bergeser menjadi pemenuhan keinginan serta peningkatan gengsi sosial (Gunawan, 2023). Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tiga pokok permasalahan: pertama, pola perilaku dan motivasi mahasiswa dalam mengunjungi *coffee shop*; kedua, analisis kebiasaan tersebut ditinjau dari konsep *maslahah* dan *israf*; serta ketiga, Identifikasi proporsi antara dorongan kebutuhan aktual dibanding faktor keinginan semata.

Kajian mengenai *coffee shop* dan gaya hidup mahasiswa telah banyak dilakukan di berbagai kota, seperti Semarang, Sidoarjo, Yogyakarta, Salatiga, Bogor, Malang, hingga Pekanbaru. Adapun di Purwokerto, penelitian terdahulu mengenai *coffee shop* umumnya masih berfokus pada dimensi manajemen bisnis, seperti kalkulasi biaya produksi, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, maupun kajian ruang sosial. Sementara itu, penelitian mengenai gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa di Purwokerto lebih banyak menyoroti penggunaan layanan finansial digital.

Sejauh penelusuran yang dilakukan, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik menganalisis fenomena *coffee shop* sebagai gaya hidup mahasiswa di Purwokerto melalui perspektif ekonomi Islam, khususnya dengan analisis yang membahas *maslahah* dan *israf*. Padahal, Purwokerto merupakan salah satu kota yang cukup banyak perguruan tinggi, hal ini memperkuat urgensi dan kebaruan dari penelitian ini dalam memetakan bagaimana mahasiswa memaknai serta menerapkan prinsip konsumsi Islam di tengah maraknya tren gaya hidup modern.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan pola perilaku dan motivasi mahasiswa dalam mengunjungi coffee shop di Purwokerto; (2) menganalisis kebiasaan tersebut ditinjau dari konsep maslahah dan israf dalam ekonomi Islam;

serta (3) mengidentifikasi proporsi antara dorongan kebutuhan aktual (hajat) dan faktor keinginan semata (raghbah) dalam pola konsumsi mahasiswa di coffee shop.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas ruang lingkup kajian ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan penerapan konsep maslahah dan israf pada perilaku konsumsi generasi muda perkotaan. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan refleksi bagi mahasiswa dalam mengelola pola konsumsi sehari-hari agar lebih sesuai dengan prinsip ekonomi Islam, serta menjadi masukan bagi pengelola coffee shop dan pihak kampus dalam memahami kebutuhan sosial dan akademik mahasiswa.

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan memaknai secara mendalam fenomena coffee shop sebagai gaya hidup urban mahasiswa serta menganalisisnya melalui perspektif ekonomi Islam, khususnya konsep maslahah dan israf. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu mengungkap motivasi, makna, dan pengalaman subjektif informan dalam mengonsumsi layanan coffee shop, yang sulit diukur secara numerik melalui pendekatan kuantitatif.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di beberapa coffee shop yang berada di sekitar kawasan kampus di wilayah Purwokerto, Kabupaten Banyumas, yang menjadi lokasi favorit berkumpulnya mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya intensitas kunjungan mahasiswa serta ketersediaan fasilitas pendukung aktivitas akademik dan sosial yang menjadikan coffee shop sebagai ruang ketiga (third place) bagi kalangan mahasiswa.

Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dari berbagai perguruan tinggi di Purwokerto yang secara rutin mengunjungi coffee shop, minimal dua hingga tiga kali dalam seminggu. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, meliputi frekuensi kunjungan, durasi menghabiskan waktu di coffee shop, serta kesediaan untuk diwawancarai secara mendalam. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data, yakni pengumpulan data dihentikan ketika informasi yang diperoleh dari informan baru tidak lagi menunjukkan variasi yang berarti dibandingkan data sebelumnya.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada mahasiswa yang rutin mengunjungi coffee shop untuk menggali motivasi, kebiasaan, serta pemaknaan mereka terhadap aktivitas tersebut. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas dan perilaku konsumsi mahasiswa selama berada di coffee shop guna memperoleh gambaran nyata di lapangan. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung berupa foto aktivitas mahasiswa di coffee shop, struk/nota pembelian, serta catatan lapangan untuk memperkuat dan melengkapi data hasil wawancara dan observasi.

Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri atas tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal pokok, serta memfokuskan data pada pola perilaku konsumsi mahasiswa yang relevan dengan konsep maslahah dan israf. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan pemahaman terhadap pola dan kecenderungan yang muncul. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap dan bersifat sementara, yang terus diverifikasi seiring bertambahnya data hingga diperoleh kesimpulan yang kredibel dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan dan kredibilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali data yang diperoleh dari beberapa informan yang berbeda. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan studi dokumentasi untuk melihat konsistensi informasi yang diperoleh. Selain itu, dilakukan pula member checking, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sesuai dengan maksud dan pengalaman informan yang sebenarnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Profil dan Kebiasaan Umum Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif yang mulai terbiasa mengunjungi *coffee shop* sejak menjalani masa perkuliahan, dengan intensitas yang jauh lebih tinggi dibandingkan sebelum menjadi mahasiswa. Dalam satu minggu, informan mengunjungi *coffee shop* paling banyak dua kali, dengan kisaran pengeluaran sekitar Rp50.000,00 pada setiap kunjungan. *Coffee shop* yang dipilih umumnya berlokasi di sekitar kawasan kampus dan memiliki fasilitas penunjang yang memadai, seperti Wi-Fi, stopkontak, dan variasi menu yang menarik. Pola ini menegaskan bahwa *coffee shop* di sekitar kampus telah bertransformasi menjadi ruang ketiga (*third place*) yang mendukung aktivitas akademik maupun sosial mahasiswa, sebagaimana telah diuraikan pada bagian pendahuluan. (Tiarafica Rizki Friorita, 2016)

Pola Perilaku dan Motivasi Mahasiswa dalam Mengunjungi Coffee Shop (Menjawab Tujuan Penelitian Pertama)

Tujuan utama informan mengunjungi *coffee shop* adalah untuk mengerjakan tugas kuliah, meskipun aktivitas tersebut kerap kali dibarengi dengan kegiatan bertemu teman dan sekadar nongkrong. Hal ini memperlihatkan bahwa fungsi *coffee shop* bagi mahasiswa tidak tunggal, melainkan menyatu antara kebutuhan akademik dan kebutuhan sosial dalam satu ruang yang sama. (Geofanny, Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kopi (Studi kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga), 2020)

Faktor yang paling mendorong informan memilih *coffee shop* dibandingkan tempat lain seperti kos atau perpustakaan adalah ketersediaan Wi-Fi yang stabil, stopkontak di setiap meja, suasana yang tidak terlalu formal, interior yang *instagramable*, serta adanya ruang sosial untuk bertemu teman. Suasana dan desain interior yang *instagramable* turut memengaruhi keputusan

berkunjung, meskipun informan menegaskan bahwa hal tersebut bukan alasan utama, melainkan faktor pelengkap dari kenyamanan fungsional yang ditawarkan tempat tersebut. (Arisanti, 2021)

Selain faktor fasilitas, terdapat pula dorongan sosial dalam kebiasaan ini. Informan mengakui bahwa terkadang kunjungan ke *coffee shop* dilakukan karena mengikuti ajakan teman untuk mengobrol atau mengerjakan tugas bersama, di samping adanya keinginan pribadi untuk mencari suasana yang nyaman (Suci Dwi Pangestu, 2016). Temuan ini menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa mengunjungi *coffee shop* merupakan perpaduan antara dorongan instrumental (menyelesaikan tugas), dorongan sosial (relasi pertemanan), dan dorongan hedonis (kenyamanan serta estetika ruang). (Herlyana, 2014)

Proporsi antara Kebutuhan (Hajat) dan Keinginan (Raghbah) dalam Konsumsi Coffee Shop (Menjawab Tujuan Penelitian Ketiga)

Ditinjau dari perspektif *hajat* dan *raghbah*, informan menyatakan bahwa kunjungannya ke *coffee shop* terkadang didasari kebutuhan riil untuk mendapatkan tempat mengerjakan tugas, namun pada saat lain lebih didorong oleh keinginan untuk bersantai. Informan bahkan mengakui pernah mengunjungi *coffee shop* tanpa kebutuhan yang mendesak, semata-mata karena merasa gabut dan ingin mengobrol di tempat yang nyaman. Kondisi ini menegaskan adanya kecenderungan pergeseran sebagian orientasi konsumsi dari *hajat* menuju *raghbah*. (Wahyu Eko Pujianto, 2024)

Keputusan berkunjung sendiri banyak ditentukan oleh kondisi keuangan, bukan oleh tingkat kebutuhan riil. Informan cenderung lebih sering berkunjung pada akhir pekan dan menahan diri menjelang akhir bulan ketika uang saku menipis. Informan bahkan mengakui bahwa pengeluaran untuk *coffee shop* pernah mengganggu keuangan pokoknya sebagai mahasiswa kos, karena nominal yang dikeluarkan pada setiap kunjungan tergolong cukup besar bagi standar anak kos (Hidup, 2020). Pola pengambilan keputusan yang berbasis ketersediaan dana, dan bukan pada pertimbangan kebutuhan riil, mengindikasikan bahwa unsur *raghbah* (keinginan/gaya hidup) memiliki porsi yang cukup dominan dibandingkan *hajat* (kebutuhan) yang sesungguhnya. (Augusta, 2018)

Kajian Maslahah dan Israf dalam Kebiasaan Mengunjungi Coffee Shop (Menjawab Tujuan Penelitian Kedua)

Dari sisi pertimbangan *maslahah*, informan mengaku terkadang mempertimbangkan manfaat sebelum berkunjung, terutama ketika tujuannya untuk mengerjakan tugas, namun pada kesempatan lain kunjungan dilakukan murni karena keinginan tanpa pertimbangan manfaat yang jelas. Ketika ditanya mengenai potensi *israf*, informan secara terbuka mengakui bahwa kebiasaan nongkrong yang terlalu sering di *coffee shop* dapat tergolong pemborosan, sebab uang saku akan cepat habis apabila kebiasaan ini dilakukan tanpa kendali. Pengakuan ini menunjukkan adanya kesadaran praktis terhadap risiko *israf*, meskipun tidak disertai dengan pemahaman konseptual yang memadai, sebab informan menyatakan tidak terlalu mengenal konsep *israf/tabzir* dalam Islam dan memandang kebiasaan tersebut sekadar sebagai gaya hidup semata. (Azela, 2023)

Kesenjangan antara kesadaran praktis dan pemahaman konseptual ini turut berdampak pada minimnya upaya nyata untuk menyeimbangkan gaya hidup *coffee shop* dengan prinsip konsumsi yang tidak berlebihan. Informan mengakui belum memiliki strategi khusus untuk membatasi diri, dan frekuensi kunjungan pada praktiknya lebih banyak ditentukan oleh kondisi uang saku ketimbang oleh prinsip menahan diri dari *israf*. Kondisi ini relevan dengan peringatan dalam Al-Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31 yang melarang sikap berlebih-lebihan dalam makan dan minum, sebagaimana telah disinggung pada bagian pendahuluan. Dengan demikian, kebiasaan

konsumsi informan di *coffee shop* berpotensi mengarah pada *israf* apabila tidak diimbangi dengan kesadaran *maslahah* yang lebih konsisten, bukan sekadar kesadaran situasional yang muncul ketika uang saku menipis. (Suci Puspita Sari, 2025)

Refleksi

Ketika dihadapkan pada pilihan untuk mengurangi frekuensi kunjungan demi menghemat pengeluaran, informan menyatakan kesediaannya bergantung pada kondisi uang saku, bukan atas dasar prinsip konsumsi yang telah dipertimbangkan secara mandiri. Meski demikian, informan berharap agar pola konsumsi mahasiswa di *coffee shop* ke depan tidak berlebihan, dan kunjungan sebaiknya dilakukan hanya ketika benar-benar dibutuhkan, bukan sekadar mengikuti ajakan teman yang kurang bermanfaat. Harapan ini secara implisit mencerminkan kesadaran informan bahwa keseimbangan antara *hajat* dan *raghbah*, serta kesadaran *maslahah* dalam berkonsumsi, merupakan hal yang penting untuk diterapkan meskipun belum sepenuhnya terwujud dalam praktik sehari-hari.

Secara keseluruhan, temuan wawancara menunjukkan bahwa kebiasaan mengunjungi *coffee shop* pada informan didorong oleh perpaduan motivasi akademik, sosial, dan hedonis (menjawab tujuan penelitian pertama); porsi keinginan (*raghbah*) yang berbentuk pencarian kenyamanan dan gaya hidup masih cukup dominan dibandingkan kebutuhan riil (*hajat*), dengan keputusan berkunjung lebih banyak ditentukan oleh ketersediaan dana ketimbang oleh pertimbangan kebutuhan (menjawab tujuan penelitian ketiga); serta kebiasaan ini berpotensi mengarah pada *israf* apabila tidak diimbangi kesadaran *maslahah* yang konsisten, mengingat pemahaman informan terhadap konsep *israf/tabzir* dalam ekonomi Islam masih terbatas dan belum diikuti dengan upaya konkret untuk menyeimbangkan gaya hidup dengan prinsip konsumsi yang tidak berlebihan (menjawab tujuan penelitian kedua).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa fenomena coffee shop di kalangan mahasiswa Purwokerto telah bertransformasi menjadi bagian dari gaya hidup urban yang tidak terpisahkan dari rutinitas akademik maupun sosial. Pertama, pola perilaku dan motivasi mahasiswa dalam mengunjungi coffee shop merupakan perpaduan antara dorongan instrumental (menyelesaikan tugas kuliah), dorongan sosial (relasi pertemanan), dan dorongan hedonis (kenyamanan serta daya tarik estetika ruang), dengan fasilitas seperti Wi-Fi, stopkontak, dan suasana instagramable menjadi faktor penarik utama. Kedua, ditinjau dari konsep maslahah dan israf, kebiasaan mahasiswa mengunjungi coffee shop berpotensi mengarah pada perilaku israf apabila tidak diimbangi dengan kesadaran maslahah yang konsisten, mengingat pemahaman informan terhadap konsep israf/tabzir dalam ekonomi Islam masih bersifat praktis dan situasional, bukan konseptual. Ketiga, proporsi antara kebutuhan (hajat) dan keinginan (raghbah) dalam pola konsumsi mahasiswa masih condong pada raghbah, sebab keputusan berkunjung lebih banyak ditentukan oleh ketersediaan uang saku daripada oleh pertimbangan kebutuhan riil, sehingga pengeluaran untuk coffee shop kerap mengganggu keuangan pokok mahasiswa kos. Dengan demikian, perilaku konsumsi mahasiswa terhadap coffee shop di Purwokerto belum sepenuhnya mencerminkan prinsip keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam.

Saran

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan beberapa hal. Bagi mahasiswa, diperlukan peningkatan pemahaman terhadap konsep maslahah dan israf/tabzir dalam ekonomi Islam serta penerapan skala prioritas dalam mengatur pengeluaran, sehingga kunjungan ke coffee shop didasarkan pada kebutuhan (hajat) yang jelas, bukan semata-mata mengikuti keinginan (raghbah) atau ajakan teman. Bagi pengelola coffee shop, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk tetap menjaga kualitas fasilitas sebagai ruang ketiga (third place) yang mendukung aktivitas akademik mahasiswa. Bagi pihak kampus, diperlukan upaya edukasi mengenai literasi keuangan dan pola konsumsi Islami agar mahasiswa lebih bijak dalam mengelola uang saku. Adapun bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan informan serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed method guna mengukur secara lebih terukur proporsi hajat dan raghbah dalam pola konsumsi mahasiswa di berbagai kota.

DAFTAR PUSTAKA

Pratiwi, R. W. (2022). Persepsi anak muda di Surabaya mengenai coffee shop sebagai gaya hidup masyarakat perkotaan. Commercium, 5(2), 238-248.

Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam, 13(1), 187-204.

Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop. Jurnal Manajemen Bisnis, 18(4), 579-590.

Pujianto, W. E., Pebrianggara, A., Yulianto, M. R., & Widyasmara, B. A. (2024). Coffee Shop dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Muslim di Sidoarjo. Journal of Economics and Economic Policy, 1(1), 1-9.

Friorita, T. R., & Jalil, A. (2016). Coffee Shop di Kota Pekanbaru (Kajian Kasus) (Doctoral dissertation, Riau University).

Gunawan, I. (2023). Kajian Gaya Hidup Sosial Anak Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop "UD MITRA" di Sleman, Yogyakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Augusta, C. D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Coffeeshop (Studi Pada Konsumen Coffee Toffee Kota Malang). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 6(2).

Geofanny, E. (2020). Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kopi (Studi kasus: Bumi Kayom Langit Senja Coffee Salatiga). Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH, 7(2), 441-454.

Hidup, G. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor.

Azela, Y. (2023). TREN COFFEE SHOP DI KALANGAN KONSUMEN REMAJA PADA NICK COFFEE KOTA BENGKULU DALAM EKONOMI ISLAM (Doctoral dissertation, UIN FATMAWATI SUKARNO BENGKULU).

Sari, S. P., & Gafur, A. (2025, April). Gaya hidup Islami remaja Muslim di coffee shop. In Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (Vol. 27, No. 2, pp. 291-296).

Pangestu, SD, & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). Jurnal Administrasi Bisnis, 5 (1), 63-70. https://doi.org/10.14710/jab.v5i1.12725