

**EKSISTENSI *COFFEE SHOP* DAN GAYA HIDUP ANAK
MUDA DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan Oleh:

RATNASARI

NIM: 18 0403 0046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2022

**EKSISTENSI *COFFEE SHOP* DAN GAYA HIDUP ANAK
MUDA DI KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Diajukan oleh:

RATNASARI

NIM: 18 0403 0046

Pembimbing:

ANDI TENRISANNA SYAM, S.Pd., M. Pd

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

2022

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ratnasari
NIM : 18 0403 0046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 01 Juli 2022

Yang Membuat Pernyataan


Ratnasari
NIM 18 0403 0046

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Eksistensi *Coffee Shop* dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo yang ditulis oleh Ratnasari, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 1804030046, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang di munaqasyakan pada hari Jumat, tanggal 18 November 2022 Miladiyah bertepatan dengan 23 Rabiul Akhir 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 02 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Arsyad L., S.Si., M.Si | Penguji II | () |
| 5. Andi Tenrisanna Syam. S.Pd., M.Pd | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Takdir, S.H., M.H.
NIP 197907242003121002

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah


Muzayyana Jabani, S.T., M.M.
NIP 197501042005012003

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ

سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَاصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Eksistensi *Coffee Shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat penyelesaian studi untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus untuk orang tua tercinta yang sangat luar biasa dalam memberi cinta, kasih sayang dan dukungan dalam keadaan apapun selama ini. Selanjutnya, Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Rektor IAIN Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag beserta para wakil rektor IAIN Palopo.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Takdir, S.H., M. H., beserta para wakil dekan FEBI IAIN Palopo
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Muzayyanah Jabani, ST., M.M., dan Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Nurdin Batjo, SPt. M.M., M.Si.
4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu terkhusus staf prodi Manajemen Bisnis Syariah.
5. Pembimbing, Andi Tenrisanna Syam, S.Pd., M.Pd yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen penguji, Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M., dan Arsyad L, S.Si., M.Si yang telah banyak memberi arahan serta masukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Penasehat akademik Manajemen Bisnis Syariah B Angkatan 2018, Dr. Mahadin Saleh, M.M.
8. Kepala perpustakaan IAIN Palopo, Madehang, S.Ag., M. Hum, beserta staf yang telah menyediakan buku-buku untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Pemilik usaha *Coffee shop* Solata Cafe, Bapak Syamsul, yang telah memberikan izin untuk meneliti di tempat usahanya.

10. Semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 khususnya kelas MBS B yang selama ini memberikan dukungan.

Dengan rasa haru dan bangga, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis (**Ayahanda Uddin Jaga** dan Ibunda Tercinta **Erna**), saudara-saudara penulis, serta orang yang saya sayangi, yang dengan penuh kesabaran, keikhlasan selalu memberikan dorongan, dukungan, motivasi dan doa yang tidak pernah putus serta tanpa pamrih, dan juga teman-teman saya yang selalu membantu saya hingga penulis bisa dengan kuat dan sabar untuk mencapai apa yang sudah menjadi tujuan penulis salah satunya mencapai pendidikan di kampus tercinta Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN Palopo).

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah Swt menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

Palopo, 06 Oktober 2022

Peneliti,

RATNASARI

NIM: 18 0403 0046

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 0.1 Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye

ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

1. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan ya	Ai	a dan u
َ...و	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

2. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

3. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

1) Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h". Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

6. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan,

maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT	= Subhanahu Wata'ala
SAW	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= SebelumMasehi
L	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS AliImran/3:4
HR	= Hadis Riwayat
MI	= Madrasah Ibtidaiyah
MTS	= Madrasah Tsanawiya H

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PRAKATA	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR KUTIPAN AYAT	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
ABSTRAK	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
B. Landasan Teori.....	14
1. <i>Coffee Shop</i>	14
2. Gaya Hidup	23
3. Anak Muda/Remaja	36
4. Perilaku Konsumen	39
C. Kerangka Berpikir.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Subjek Penelitian.....	49
C. Definisi Istilah.....	49
D. Waktu dan Lokasi Penelitian	50
E. Sumber Data.....	51
F. Instrument Penelitian	52

G. Teknik Pengumpulan Data.....	53
H. Keabsahan Data.....	57
I. Teknik Analisis Data.....	59

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

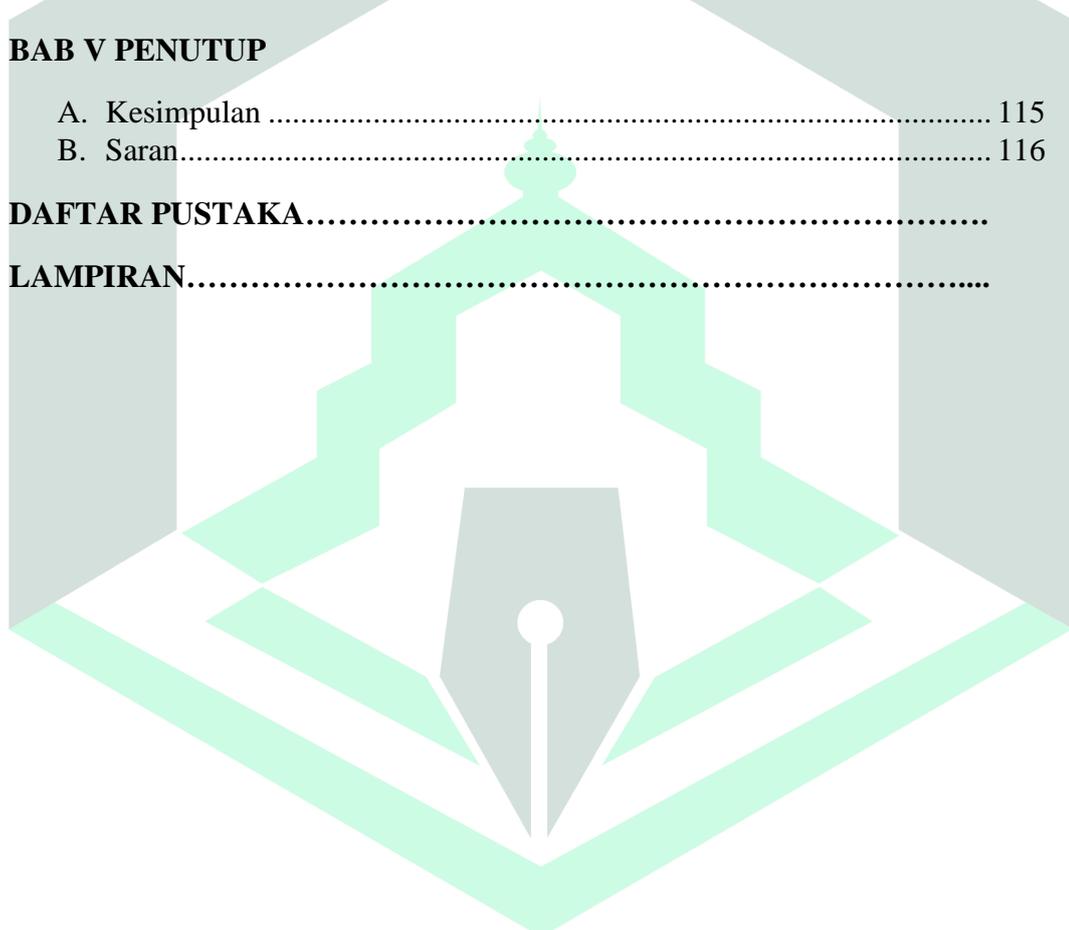
A. Gambaran Lokasi Penelitian	62
1. Sejarah singkat Objek Penelitian	62
2. Visi Misi.....	64
3. Struktur Organisasi	65
4. Strategi Objek Penelitian Dalam Menghadapi Persaingan	66
B. Deskripsi data Hasil Penelitian	67
1. Hasil Observasi.....	67
2. Hasil Wawancara	68
C. Hasil Pembahasan Penelitian	108

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	115
B. Saran.....	116

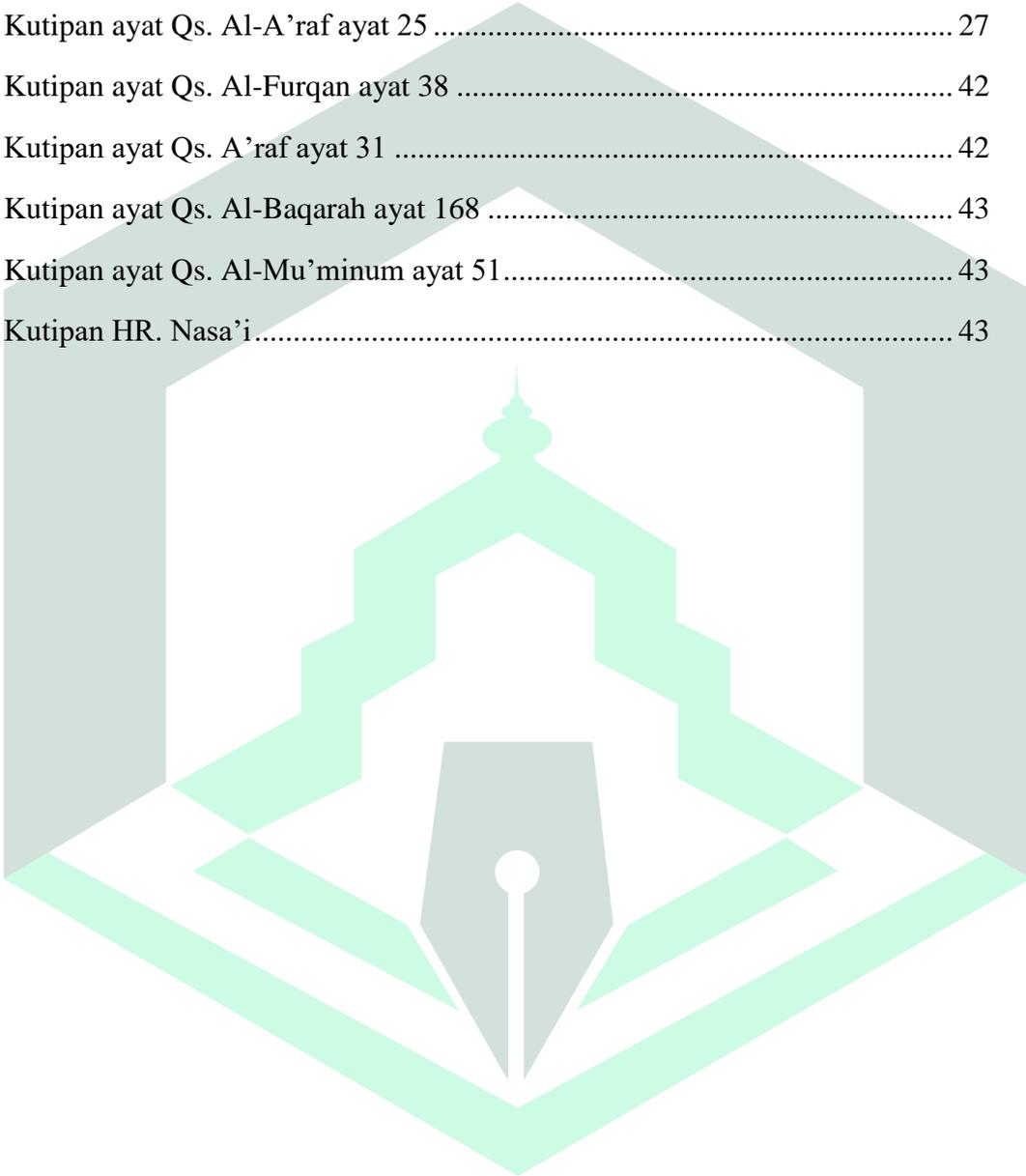
DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....



DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat Qs. Al-Falaq ayat 6-7.....	26
Kutipan ayat Qs. Asy-Syura ayat 27	26
Kutipan ayat Qs. Al-A'raf ayat 25	27
Kutipan ayat Qs. Al-Furqan ayat 38	42
Kutipan ayat Qs. A'raf ayat 31	42
Kutipan ayat Qs. Al-Baqarah ayat 168	43
Kutipan ayat Qs. Al-Mu'minum ayat 51.....	43
Kutipan HR. Nasa'i.....	43



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Beberapa <i>Coffee shop</i> Di Kota Palopo	6
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian	12
Tabel 3.1 Inventarisasi Gaya Hidup	27
Tabel 4.1 Pedoman Wawancara Pengunjung <i>Coffee shop</i>	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	46
Gambar 3.1 Triangulasi Teknik	58
Gambar 4.1 Triangulasi Sumber	59
Gambar 5.1 Struktur Organisasi.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	122
Lampiran 2 Kuesioner Wawancara.....	123
Lampiran 3 Dokumentasi.....	168
Lampiran 4 Riwayat Hidup.....	172



ABSTRAK

Ratnasari, 2022. “*Eksistensi Coffee Shop dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo*”. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Andi Tenrisanna Syam.

Skripsi ini membahas tentang eksistensi *coffee shop* dan gaya hidup anak muda di kota Palopo. Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana hubungan antara gaya hidup dengan eksistensi *coffee shop*. Hasil penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan timbal antara *coffee shop* dan gaya hidup.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Lokasi penelitian ini terletak di Jl. K.H. Moh. Hasyim, Kota Palopo. Sumber data dalam penelitian ini yaitu primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya data-data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan analisis pendekatan fenomenologi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup anak muda mempengaruhi keberadaan *coffee shop* dan begitupun sebaliknya keberadaan *coffee shop* mempengaruhi gaya hidup (timbal balik). Dimana gaya hidup sudah ada dan semakin berkembang hingga saat ini serta keinginan anak muda untuk memenuhi gaya hidup agar dianggap dan di hargai di masyarakat terutama dikalangan sesama anak muda, dari sinilah anak muda di Kota Palopo membutuhkan tempat untuk menuangkan hasrat mereka dan dari hal itu membuat keberadaan *coffee shop* semakin banyak. begitupun sebaliknya keberadaan *coffee shop* mampu menggeser secara signifikan gaya hidup anak muda karena berbagai aktivitas yang dilakukan di dalam *coffee shop*. *Coffee shop* memang mempengaruhi gaya hidup anak muda yang dimana dilihat dari segi penampilan, konsumsi yang tinggi, dan tujuannya selalu datang ke *coffee shop*. Adanya *coffee shop* membuat gaya hidup anak muda meningkat disebabkan banyaknya trend yang bisa mereka lihat di *coffee shop* serta *coffee shop* dipandang sebagai tempat untuk menaikkan prestise bagi sebagian kalangan anak muda.

Kata Kunci: *Coffee Shop*, Gaya Hidup, Anak Muda

ABSTRACT

Ratnasari, 2022. “*Eksistensi Coffee Shop dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo*”. Thesis of Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Andi Tenrisanna Syam.

This thesis discusses the existence of a coffee shop and the lifestyle of young people in the city of Palopo. The main problem in this study is how the relationship between lifestyle and the existence of a coffee shop is. The results of the study aim to determine how the relationship between coffee shop and lifestyle is.

This type of research is a qualitative research with a phenomenological approach. The location of this research is located on Jl. K.H. Moh. Hashim, Palopo City. Sources of data in this study are primary and secondary. Data collection techniques were obtained through observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Furthermore, the data obtained in this study were analyzed using a phenomenological approach.

The results of this study indicate that the lifestyle of young people affects the existence of a coffee shop and vice versa the existence of a coffee shop affects their lifestyle (reciprocity). Where the lifestyle already exists and is growing until now and the desire of young people to fulfill a lifestyle to be considered and appreciated in society, especially among young people, this is where young people in Palopo City need a place to express their desires and from that make there are more and more coffee shops. and vice versa, the existence of a coffee shop is able to significantly shift the lifestyle of young people because of the various activities carried out in the coffee shop. Coffee shops do affect the lifestyles of young people, which are seen in terms of appearance, high consumption, and the goal is to always come to the coffee shop. The existence of a coffee shop makes the lifestyle of young people increase due to the many trends they can see in coffee shops and coffee shops are seen as a place to increase prestige for some young people.

Keywords : *Coffee Shop, Lifestyle, Young Adult*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.

Modernisasi sudah banyak mengubah kehidupan pada zaman ini termasuk tingginya kebutuhan hidup manusia yang disebabkan karena adanya ilmu pengetahuan yang tinggi dan teknologi yang semakin maju disetiap zamannya. Inilah yang sangat mempengaruhi kehidupan manusia baik sosial, ekonomi, dan sosial budaya di tengah masyarakat (Muawana, 2019).

Semakin banyak kebutuhan hidup manusia, semakin besar pula terjadinya peningkatan pola gaya hidup yang tinggi.¹ Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di muka bumi yang bisa kita lihat dalam kegiatannya, ketertarikan, atau opininya. Gaya hidup menggambarkan interaksi atau hubungan “seseorang secara menyeluruh” dengan lingkungannya.² Gaya hidup suatu masyarakat berbeda-beda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak atau berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman.³

Gaya hidup memberikan banyak pengaruh salah satunya yaitu terciptanya inovasi baru yang mampu menarik perhatian anak muda. Seperti inovasi mendirikan *Coffee shop*. Seperti sekarang ini, *coffee shop* menyajikan hal-hal baru

¹ Imroatun Muawanah, “Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro” (Kota Metro Lampung: IAIN METRO, 2019), Hal. 11. (di akses pada tanggal 16 jui 2022)

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), hlm. 175

³ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2003), 148

nan menarik melalui fasilitasnya. Selain fasilitas menu yang ditawarkan juga beragam yang mampu menarik minat pelanggan baik yang berasal dari olahan kopi maupun non-kopi. Setelah merasakan kenyamanan, maka mereka akan datang lagi untuk melakukan berbagai aktivitas di *coffee shop* tersebut.

Antusias para kaum muda karena adanya *coffee shop* ini, menyebabkan berkembang dan munculnya berbagai macam industri baru termasuk dalam bidang bisnis, yang dimana ini timbul disebabkan oleh daya cipta maupun inovasi para pelakunya. Dalam mendirikan *coffee shop* tentunya para owner sudah melihat kondisi pemasaran yang baik untuk kemajuan *coffee shop*nya. Lokasi yang strategi juga dipilih oleh owner untuk menarik para pelanggan. Jika kita lihat dari segi lokasi, mendirikan *coffee shop* dengan lokasi yang tepat atau strategis. Dengan demikian, ini membuat *coffee shop* banyak digandrungi oleh anak muda, salah satunya untuk sekedar mengobati rasa bosan.⁴

Bukan hanya *Sturbucks* saja, maraknya *coffee shop* saat ini memang menarik untuk dibicarakan, dimana *coffee shop* atau bisa kita artikan sebagai kedai kopi sudah mengalami pergantian makna. tidak hanya sekedar aktivitas jual beli minuman dan makanan saja layaknya di warung kopi biasa, melainkan *coffee shop* (kedai kopi) pun memberikan sensasi yang berbeda dari segi fasilitas serta kenyamanan tempatnya. Bisa dikatakan kedai kopi menjadi tempat ketiga, maksudnya banyak orang yang lebih memilih *coffee shop* untuk bersantai dan juga menghilangkan stress, bahkan dijadikan sebagai tempat untuk berdiskusi

⁴ Cira Dewi Suryani dan Dian Novita Kristiyani, “*Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga*”, *Precious: Public Relations Jurnal*, Vol. 1 No. 2 (April 2021) <https://forms.gle/E4TELbCoMhwUeUJz8> (Diakses Pada Tanggal 16 Januari 2022)

untuk hal-hal penting seperti bertemu dosen atau rekan kerja, dan mengerjakan tugas bersama teman. Maka dari itu tidak heran jika kita banyak menjumpai sekumpulan anak muda di berbagai *coffee shop* baik di sekitar kampus, maupun kawasan kerja.⁵

Maraknya *coffee shop* sudah menjadi pemandangan kita sehari-hari. Dimana nama awalnya hanya disebut kedai kopi, sekarang muncul banyak istilah seperti warkop ataupun *coffee shop*. Bukan hanya dikalangan anak muda saja, akan tetapi *coffee shop* juga banyak digemari oleh berbagai kalangan baik itu anak muda sampai orang dewasa. Berbagai peluang yang ada kemudian dimanfaatkan pelaku bisnis untuk membuat usaha *coffee shop* yang dimana mengikuti gaya hidup masyarakat yang berubah-ubah dan semakin berkembang terutama di kota-kota besar dan salah satunya yaitu di Kota Palopo. Banyaknya *coffee shop* yang dibangun oleh para pebisnis mempunyai maksud dan tujuan didalamnya seperti membangun konsep interior yang mampu menarik para konsumen yang bisa dijadikan tempat estetik untuk berfoto ria, untuk menambah kesan menarik *coffee shop* diiringi musik, menawarkan harga yang relatif terjangkau untuk semua kalangan baik menengah bawah sampai menengah keatas, serta menyediakan menu yang bisa jadi daya tarik untuk konsumen terutama bagi anak muda.

Selain desainnya yang menarik, alasan anak muda suka mengunjungi *coffee shop* adalah karena mereka bisa membagikan foto di media sosial. Dapat kita lihat banyaknya anak muda sekarang yang memposting dan membagikan foto mereka dengan latar belakang *coffee shop* atau nongkrong di kafe atau *coffee shop*. *Coffee*

⁵ Nadiya Sahlatul Kholik, Skripsi: "Kajian Gaya Hidup Anak Muda Penggemar *Coffee Shop* (Studi Kasus Pada *Coffee Shop* "Sturbucks" Di Mall Botani Square Bogor)" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), Hal. 4 (Di akses pada tanggal 16 Januari 2022)

shop atau kafe identik dengan gaya hidup anak muda, dimana antusias dan penggemar *coffee shop* paling banyak di kunjungi oleh anak muda karena sering kali kita lihat berkumpul atau nongkrong. Melihat banyaknya *coffee shop* sekarang ini, anak muda sepertinya menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk melakukan berbagai hal atau aktivitas seperti menjejakan tugas bersama teman, atau sekedar nongkrong saja. Melalui hal tersebut, banyaknya *coffee shop* yang di kunjungi oleh anak muda, itu menimbulkan banyak hal mengenai anak muda memilih *coffee shop* sebagai salah satu tempat untuk menghabiskan waktunya. Akan tetapi perlu juga di ketahui, *coffee shop* memiliki dampak positif maupun negatif di dalamnya.

Jika dilihat dari segi dampak positifnya, banyaknya *coffee shop* dapat menjadi tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas, melakukan interaksi sosial, bersilaturahmi, dan lain sebagainya. Akan tetapi apabila dilihat dari dampak negatifnya, banyaknya *coffee shop* juga yang memberikan kenyamanan serta fasilitas membuat anak muda yang notabennya lebih banyak menghabiskan waktunya di *coffee shop* membuat anak muda tersebut lupa akan kewajiban yang perlu dijalankan selain bersantai di *coffee shop*, seperti berkumpul dengan keluarga, belajar, dan lain sebagainya.

Anak muda di Kota Palopo mengekspresikan citra diri mereka dengan salah satunya dengan mengunjungi *coffee shop*, karena sebagian anak muda menganggap bahwa mengunjungi yang namanya *coffee shop* membuat kita berbeda dengan orang lain dan mampu membuat status sosial kita berbeda. Tidak

hanya itu anak muda selalu mempunyai keinginan untuk menunjukkan perannya dilingkungan sekitar.

Dengan perkembangan *coffee shop* di kota palopo ini, membuat anak muda memiliki banyak hal motivasi/motif untuk mereka datang ke *coffee shop*. Adapun motivasi mereka yaitu ingin memenuhi kebutuhan-kebutuhannya sehingga menimbulkan rasa puas salah satunya gaya hidup mereka yang selalu ingin dipenuhi seperti bagaimana mereka berpakaian pada saat di *coffee shop* dan bagaimana mereka melakukan aktivitas didalamnya.

Keberadaan *coffee shop* tersebut di Kota Palopo membuat gaya hidup anak muda lebih konsumtif dari sebelumnya karena pengaruh yang ada di *coffee shop* dan dari gaya hidup itu sendiri yang dimana pengaruh hal-hal yang trend sekarang ini. Banyaknya anak muda yang menghabiskan waktu di *coffee shop* bukan hanya untuk minum kopi maupun minum, melainkan anak muda membutuhkan ruang untuk berinteraksi dan bersosialisasi dengan tempat dan suasana yang nyaman dengan berbagai fasilitas yang diberikan sehingga anak muda lebih betah berlama-lama di *coffee shop*.

Anak muda memang rentan akan suatu hal yang berbau yang baru sehingga mereka mampu terpengaruh dengan cepat apalagi dari segi gaya hidup mereka sehingga *Coffee shop* sudah menjadi pilihan utama bagi para anak muda terutama anak muda di kota Palopo. Keberadaannya pun sangat diminati anak muda. Hal ini bisa dilihat banyaknya *coffee shop* di Kota Palopo.

Berdasarkan data yang telah diperoleh mengenai *coffee shop* yang berada di Kota Palopo, di antara 20 *Coffee shop*, hanya ada beberapa *coffee shop* saja yang

ramai dikunjungi oleh anak muda di Kota Palopo. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan survei pada Kafe atau *coffee shop* yang banyak dikunjungi oleh anak muda, yakni Solata Kafe (Jl. K.H. Moh. Hasyim). Dimana Solata Cafe merupakan *coffee shop* yang banyak dikunjungi oleh para anak muda di Kota Palopo dikarenakan tempatnya yang membuat kita nyaman dengan nuansa yang modern dan menyatu dengan alam di bagian *outdoornya*. Kemudian fasilitas yang disediakan juga mampu menarik para anak muda untuk betah berlama-lama, serta harga yang ditawarkan terjangkau sehingga Solata Cafe dijadikan tempat untuk melakukan segala aktivitas seperti menuangkan gaya hidup yang mereka punya.

Adapun data *Coffee shop* yang berada di Kota Palopo sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data beberapa *Coffee Shop* di Kota Palopo

NO	COFFEE SHOP	ALAMAT
1	Banana Yolo and Coffee	Jl. Dr. Ratulangi, Balandai, Bara, Kota Palopo
2	Sudut Kopi	Jl. Kartini No.48, Batupasi, Wara Utara, Kota Palopo
3	Kata kopi	Jl. Durian No. 100, Lagaligo, Wara, Kota Palopo
4	Solata Cafe	Jl. K.H. Moh. Hasyim, Tompotika, wara selatan, Kota Palopo
5	New Up Street	Jl. K.H. Moh. Hasyim No.3, Tompotika, wara selatan, Kota Palopo
6	Numeric Coffee	Jl. Anggrek No.B2, Tompotika, Wara, Kota Palopo
7	Warkop Pojok	Jl. Sultan Hasanuddin No. 22
8	FINARE	Jl. Andi Djemma No. 103, Tompotika, Wara, Kota Palopo

9	La Vecchia Cafe	Jl. Andi Djemma No.5, Amasangan, Wara, Kota Palopo
10	The Icon Cafe	Jl. Andi Djemma No.105, Tompotika, Wara, Kota Palopo
11	Enzyme Eatery	Tompotikka, Wara, Kota Palopo
12	Rabbids Coffee & Breakfast	Jl. Andi Djemma No.108, Tompotika, Wara, Kota Palopo
13	Hill N Tiff Cafe	Tompotika, Wara, Kota Palopo
14	Kopi Bisang	Jl. Andi Djemma, Tompotika, Wara, Kota Palopo
15	Faithly Coffee & Tea	Jl. Jend Sudirman No.2, Binturu, Wara selatan
16	Kopi galung	Jl. Pongsimpin, mungkajang, Kota Palopo
17	Ot coffe	Jl. Jendral Sudirman, Binturu, Kota Palopo.
18	Sisilain	Jl. Andi Kambo No. 139, Salekoe, Kota Palopo
19	Delicate society	Jl. Diponegoro No. 25, Batupasi, Kec. Wara utara, Kota Palopo
20	Warkop Kampis 88	Jl. Andi Mas Jaya, Kota Palopo

Gaya hidup yang akan di tinjau oleh peneliti adalah gaya hidup anak muda di Kota Palopo yang lebih banyak menghabiskan waktunya di *coffee shop*. Dan bagaimana hubungan antara gaya hidup anak muda dengan eksistensi *coffee shop* di Kota Palopo. Maka dari itu berdasarkan hal yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Eksistensi Coffee Shop dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian yang akan dijalankan ini adalah:

“Bagaimana hubungan antara gaya hidup anak muda dengan eksistensi *coffee shop* di Kota Palopo?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana hubungan antara gaya hidup anak muda dengan eksistensi *coffee shop* di Kota Palopo?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman pembaca dan juga menambah wawasan bagi pembaca mengenai bagaimana hubungan antara gaya hidup anak muda dengan Eksistensi *coffee shop* di Kota Palopo.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi anak muda di Kota Palopo, hasil penelitian ini menjadi inspirasi untuk lebih meningkatkan inovasi-inovasi mengenai *coffee shop* serta merealisasikannya dalam kehidupan nyata dan juga mampu melihat peluang yang ada sehingga terinspirasi untuk mendirikan usaha *coffee shop*.

b. Bagi peneliti diharapkan dapat menjadi sumber rujukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian terdahulu yang relevan

Penelitian tentang fenomena *coffee shop* sebagai gejala anak muda telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Hasil penelitian mereka diuraikan di bawah ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Kholik (2018) dalam skripsinya dengan judul “*Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop “Starbucks” di Mall Botani Square Bogor)*”. Peneliti membahas adanya perubahan budaya yang dapat berakibat pada gaya hidup kaum muda dan juga dampak dari globalisasi memberikan efek pada gaya hidup yang terlalu berlebihan, sehingga antusias kaum muda dalam mengunjungi *coffee shop* bisa dibidang tinggi, penggunaan waktu luang kaum muda yang tidak efektif yang terjadi karena *coffee shop* serta adanya pergantian makna *coffee shop* yang melahirkan gaya hidup baru. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dilakukan dengan cara pengamatan dan pengumpulan data dilakukan dalam latar alami (tanpa manipulasi terhadap subjek yang di teliti). Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *Starbucks* sudah mejadi bagian dari gaya hidup kaum muda pada saat ini, serta *Starbucks* mampu memberikan fasilitas bagi kaum muda untuk melakukan berbagai kegiatan dan menimbulkan kesan untuk kaum muda yang akhirnya menciptakan gaya hidup kaum muda seperti saat

ini.⁶ Perbedaan dalam penelitian ini adalah dimana penelitian ini berfokus pada kajian gaya hidup yang disebabkan perubahan budaya dan pergeseran makna *coffee shop Starbucks*, sedangkan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu membahas mengenai Apakah banyaknya *coffee shop* itu mempengaruhi gaya hidup anak muda ataukah gaya hidup anak muda di kota palopo yang mempengaruhi banyaknya *coffee shop*.

Herlyana (2012) dengan judul “*Fenomena Coffee shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*”. menemukan bahwa gaya hidup sebagian anak muda lebih cenderung mengarah pada nilai kebendaan dan status (kedudukan) mereka. Segala sesuatu yang memberikan kesan modern dan menaikkan kedudukan cenderung diminati oleh remaja. Gaya hidup yang mengarah pada kesenangan dan hura-hura tanpa memikirkan dampak yang akan terjadi kedepannya lebih jauh itu disebut dengan gaya hidup hedonis. Gaya hidup ini menganggap bahwa kita harus menikmati apa yang ada di muka bumi dengan sepuas-puasnya selagi kita masih hidup. Adapun Pertanyaan dalam kajian ini adalah (1) Bagaimana gejala-gejala umum fenomena *coffee shop* sebagai gaya hidup hedonis kaum muda dan penjelasan apa yang bisa diajukan untuk menjelaskan fakta tersebut?. Berdasarkan hasil kajian dari teori perkembangan dan akhlak Islam, menunjukkan bahwa ciri-ciri remaja cenderung selalu berperilaku emosional, susah mengendalikan diri, senang menjadi pusat perhatian, selalu ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru, inilah jadi pendukung adanya gaya hidup hedonis. Gaya hidup seperti ini mempunyai tujuan dari

⁶ Nadiya Sahlatul Kholik, Skripsi: “*Kajian Gaya Hidup Anak Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop “Starbucks” Di Mall Botani Square Bogor)*”(Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018)

perilaku percobaan yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu yang baru. Perilaku percobaan tersebut masih dipandang wajar apabila tidak menimbulkan perilaku yang lebih dominan mengarah pada kesenangan hidup daripada kegiatan belajar. Islam menunjukkan bahwa hidup mengarah kepada “daging” dan mengabaikan energi atau semangat adalah suatu kekeliruan.⁷ Adapun perbedaan dari penelitian ini adalah pada penelitian ini lebih mengutamakan pada ketertarikan anak muda mengunjungi kafe.

Penelitian yang dilakukan oleh Muawanah (2019) yang berjudul “*Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)*”. Masalah penelitian ini berkaitan dengan fenomena banyaknya (menjamurnya) kafe di Kota Metro. Di Kota Metro keberadaan kafe mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa sehingga menuntut pula gaya hidup yang tidak disadari gaya hidup konsumtif berdampak kurang baik kesehatan finansial, serta kurangnya waktu luang sehingga masyarakat butuh hiburan seperti *coffee shop*. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dimana peneliti berupaya mengumpulkan fakta yang ada dan berfokus mengungkapkan suatu masalah dengan real. Hasil penelitian ini menunjukkan fenomena budaya nongkrong dan berbagai aktivitas gaya hidup yang dilakukan mahasiswa IAIN Metro yang senang nongkrong di kafe, hal tersebut merupakan bukti adanya ketertarikan tidak hanya makanan maupun minuman, tapi hal seperti fasilitas dan sebagainya. Adapun

⁷ Elly Herlyana, “Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”, *Thaqafiyat*, Vol. 13, No. 1 (Juni 2014)

kesamaan dalam penelitian ini berfokus pada gaya hidup anak muda dikarenakan maraknya *coffee Shop*. Namun tempat penelitiannya berbeda.⁸

Adapun tabel perbedaan Penelitian Kholik, Herlyana, Muawanah dan penelitian yang akan peneliti lakukan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian

No	Kholik (2018)	Herlyana (2012)
	“Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar <i>Coffee shop</i> (Studi Kasus Pada <i>Coffee shop</i> “ <i>Sturbucks</i> ” di Mall Botani Square Bogor)	“Fenomena <i>Coffee shop</i> sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”
1	Jenis dan teknik penelitian: Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.	Jenis dan teknik penelitian: Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif
2	Fokus Penelitian: Penelitian berfokus pada kajian gaya hidup disebabkan perubahan budaya dan pergeseran makna.	Fokus Penelitian: Penelitian berfokus pada gaya hidup anak muda cenderung pada nilai kebendaan, prestise, gaya hidup hedonis karena <i>coffee shop</i> .

⁸ Imroatun Muawanah, Skripsi: “*Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN METRO)*” (Kota Metro Lampung: IAIN METRO, 2019)

3	<p>Hasil Penelitian:</p> <p>Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa <i>Sturbucks</i> sudah mejadi bagian dari gaya hidup kaum muda pada saat ini, serta <i>Sturbuck</i> memberikan fasilitas bagi kaum muda untuk melakukan berbagai kegiatan dan menimbulkan kesan untuk kaum muda yang akhirnya menciptakan gaya hidup kaum muda seperti saat ini.</p>	<p>Hasil Penelitian:</p> <p>menunjukkan bahwa ciri-ciri remaja cenderung selalu berperilaku emosional, susah mengendalikan diri, senang menjadi pusat perhatian, selalu ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru, inilah jadi pendukung adanya gaya hidup hedonis. Gaya hidup seperti ini mempunyai tujuan dari perilaku percobaan yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu yang baru.</p>
No	<p>Muawanah (2019)</p> <p>“Fenomena Maraknya <i>Coffee shop</i> Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro”</p>	<p>Peneliti (2022)</p> <p>“Eksistensi <i>Coffee shop</i> dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo”</p>
1	<p>Jenis dan teknik penelitian:</p> <p>Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif.</p>	<p>Jenis dan teknik penelitian:</p> <p>Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan</p>
2	<p>Fokus Penelitian:</p>	<p>kualitatif dengan pendekatan</p>

	Fokus penelitian ini berkaitan dengan fenomena banyaknya (menjamurnya) kafe di Kota Metro.	fenomenologi. Fokus Penelitian ini yaitu mengenai hubungan gaya hidup anak muda dengan eksistensi <i>coffee shop</i> di Kota Palopo
3.	Hasil penelitian: menunjukkan fenomena budaya nongkrong dan berbagai aktivitas gaya hidup yang dilakukan mahasiswa IAIN Metro yang senang nongkrong di kafe, hal tersebut merupakan bukti adanya ketertarikan tidak hanya makanan maupun minuman, tapi hal seperti fasilitas dan sebagainya.	

B. Landasan Teori.

1. *Coffee Shop* atau Kafe

A. Sejarah *Coffee Shop* atau Kafe

Sebelum Indonesia merdeka, usaha bisnis bernama kafe atau *coffee shop* sudah sangat banyak di wilayah bumi di bagian barat, terutama di bagian Eropa. Kafe berasal dari bahasa Perancis, yaitu *Cafe* yang berarti *Coffee* atau kopi dalam bahasa Indonesia. Kata kafe bisa diartikan sebagai

kedai kopi. Munculnya kafe bermula pada saat para penjelajah dan juga pedagang dunia dan mengenalkan kopi ke Inggris, sekitar abad ke-18 Masehi. Sementara itu pada tahun 1669 utusan Sultan Mohammed IV juga telah membawa beberapa karung biji asing ke Perancis, kemudian dikenal sebagai *Coffee*. Awalnya usaha-usaha kafe di Inggris sering kali disebut "*Penny University*" atau penghasil uang. Pada tahun 1672, ada seorang pemuda berasal dari Armenia bernama Pascal menjual secara menyeluruh kepada orang-orang, sehingga semua orang dapat menikmati kopi. Seiring berjalannya waktu kafe berkembang sangat pesat dan tahun 1714 hampir seluruh kota menjeruk arah Jardin des Plantes memiliki kafe.

Penyebaran kafe di Eropa, terjadi melalui jalur perdagangan ke Italia tetapi dengan sedikit perbedaan penulisan yaitu dikenal dengan sebutan *Caffe*. Lalu pada masa kolonialisme Amerika, kafe menyebar disana sampai sekitar tahun 1839 muncullah istilah *Cafeteria* dari bahasa Amerika dan Inggris lalu diambil dari bahasa Jerman dan Spanyol.

Sementara itu di Indonesia, kafe pertama kalinya dibuka sekitar tahun 1878. Kafe paling tertua di Indonesia bernama Tek Sun Ho, didirikan oleh Liaw Tek Soen. Baru kemudian berdirilah kafe-kafe lain. Meskipun kafe berdiri tahun 1878, kedai kopi diketahui sudah banyak berdiri di Indonesia sejak 4 abad lalu. Adapun tahun 1696, India mengirimkan benih kopi Arabika kepada Pemerintah Belanda di Batavia (Jakarta) untuk ditanam pertama kali dan gagal akibat banjir pada saat itu. Dan kopi kedua berhasil tumbuh di Indonesia. (Tahun 1711) biji kopi mulai dikirim oleh para pemerintah

Belanda di Indonesia menuju ke Eropa dan mengalami peningkatan sampai 60 ton dalam waktu kurang dari 10 Tahun, Sehingga Indonesia saat ini dikenal sebagai daerah penghasil kopi selain dari Arab dan Ethiopia.⁹

B. Definisi *Coffee Shop*

Berdasarkan kutipan didalam sejarah *Coffee Shop* di atas bahwa “Kafe berasal dari bahasa Prancis, yaitu *Cafe* berarti *Coffee* atau kopi dalam Bahasa Indonesia. kata kafe bisa dimaknakan sebagai kedai kopi. *Coffee Shop* atau kafe berfungsi sebagai ruang ideal untuk berbicara bebas mengenai masalah politik dan sosial.¹⁰

Kafe yang ada sekarang, kebanyakan merupakan tempat nongkrong dimana sudah banyak mengalami banyak perubahan dan fungsi. Jika saat ini kafe adalah tempat nongkrong yang menyediakan berbagai macam menu mulai dari minuman, makanan kecil, sampai dengan makanan besar. Dahulu, awal mula kafe berkembang hanyalah sebagai tempat untuk minum kopi, akan tetapi seiring perkembangan jaman, kafe telah memilih banyak konsep (rancangan) seperti dijadikan sebagai tempat nongkrong, pertemuan hingga menikmati hidangan. Sebab saat ini sudah banyak kafe di Indonesia yang menyediakan makanan berat seperti mie goreng ataupun rebus, nasi goreng, dan lain sebagainya. Hal tersebut disebabkan karena untuk menyesuaikan

⁹ Damayana Ardian, *Kafepedia* (Yogyakarta: Laksana, 2019), 12-13.

¹⁰ Ainun Nadrah Santoso, “*Fungsi Coffee Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi (Studi Deskriptif Di Coffee Shop Hoomee Surabaya)*”, *AntroUnairdotNet*, Vol. VI, No. 1 (Februari 2017) : 2.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-aun936d8f538bfull.pdf&ved=2ahUKEwj4rum2jMr1AhXyQ3wKHVt_BP0QFnoECAQQBg&usq=AOvVaw0IgL09zGi8kr3sCFN_KYyO (Diakses pada tanggal 24 Januari 2022)

kebiasaan orang Indonesia yang tidak merasa kenyang jika belum menyantap nasi, maka tak heran jika kafe atau *coffee shop* yang ada di Indonesia menyajikan berbagai menu berat. Tak jarang juga kafe menggabungkan konsep seperti kafe & resto, dan lain sebagainya.¹¹

Pengertian *coffee shop* lebih spesifik adalah dimana *coffee shop* memiliki tempat yang lebih luas dengan nuansa yang lebih modern lagi dibandingkan kedai atau warkop biasa dan serta menyediakan berbagai fasilitas yang tidak kita dapatkan di kedai atau warkop biasa (seperti *live music*), serta jam operasional *coffee shop* hanya sampai pada pukul 23.00 malam saja. *Coffee shop* adalah tempat yang menyediakan minuman kopi maupun non kopi dan berbagai makanan ringan atau sebagian menyediakan makanan berat didalamnya serta menyediakan tempat yang bukan sekedar minum kopi saja akan tetapi menyediakan tempat untuk melakukan berbagai aktivitas dengan fasilitas yang diberikan.

Jadi dapat kita simpulkan bahwa *coffee shop* atau kafe merupakan suatu tempat yang digunakan oleh semua kalangan masyarakat terutama para anak muda untuk berkumpul bersama teman untuk sekedar nongkrong, ngobrol, serta dijadikan pula tempat untuk bertemu rekan kerja, bersosialisasi, mengerjakan tugas dengan berbagai fasilitas yang ada seperti adanya wifi gratis, desain interior yang estetik untuk dijadikan tempat berfoto dan juga membuat para pengunjung nyaman dengan interior *coffee shop* yang

¹¹ Damayana Ardian, *Kafepedia* (Yogyakarta: Laksana, 2019), 11.

disuguhkan serta berbagai macam menu minuman dan makanan yang mampu menjadi daya tarik tersendiri untuk para pengunjung *coffee shop*.

C. Perbedaan *Coffee Shop* atau Kafe dan tempat lain.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa *Coffee shop* atau Kafe saat ini telah banyak mengalami perubahan (modifikasi). Bisa dibilang bahwa fungsi *coffee shop* hampir sama dengan tempat seperti restoran, bistro dan lain sebagainya. Meskipun terlihat sama, tetapi sejatinya memiliki perbedaan masing-masing. Dimana *coffee shop* atau kafe lebih fokus untuk menyediakan tempat mengobrol dan nongkrong, sehingga pelanggan kafe lebih betah berlama-lama. Disamping itu menu yang ditawarkan selalu sama tiap harinya, dan jarang sekali menunya mengalami perubahan. Kalaupun ada penambahan menu baru, itu akan terjadi dalam waktu tertentu.

Pada dasarnya, *coffee shop* atau kafe bisa dibilang salah satu jenis restoran. Hanya saja fokus kafe biasanya hanya pada kopi maupun non-kopi, dan makanan ringan saja. Meskipun banyak pula *coffee shop* menyediakan makanan berat. Oleh sebab itu, tak jarang para pelaku bisnis menggabungkan keduanya dalam satu tempat yaitu kafe dan resto. Berbeda pula dengan bistro, *coffee shop* atau kafe menampilkan suasana yang beragam tergantung dari konsep yang dibuat pemiliknya. Adapun beberapa kafe memilih tema tertentu supaya lebih fokus pada tema tersebut. Sedangkan bistro lebih mencerminkan pada makanan yang disajikan dan biasanya menu yang disajikan berganti-ganti tiap hari ataukah menu siang dan malam berbeda.¹² Perbedaan *coffee*

¹² Damayana Ardian, *Kafepedia* (Yogyakarta: Laksana, 2019), 15-17.

shop dengan tempat lain seperti kedai juga dilihat dari jam operasionalnya yang rata-rata buka hanya sampai jam 11 malam saja. Berbeda dengan kedai atau warkop biasa yang buka sampai di atas jam 12 malam.

D. Peluang Bisnis *Coffee Shop* atau Kafe.

Kafe selalu identik dengan tempat nongkrong kekinian dan sangat populer, terlebih dikalangan anak muda. Tak heran jika usaha atau bisnis kafe dilirik dan diminati banyak kalangan, karena konsumen dari bisnis ini tidak pernah surut. Sebab dengan adanya cafe tentunya menjadi tempat yang sangat efektif untuk berbagai fungsi seperti mengerjakan tugas.

banyaknya peminat bisnis *coffee shop* dari tahun ke tahun membuat persaingan semakin ketat. Pelanggan tentu akan memilih untuk berkunjung ke *coffee shop* sesuai dengan keinginannya, misalnya dari segi konsep, pelayanan, menu, harga, dan lain sebagainya. Oleh karena itu semua hal tersebut memang harus menjadi perhatian para pemilik bisnis *coffee shop*, bahkan hingga hal yang paling detail sekalipun harus benar-benar dilakukan *quality control*.

Banyak hal yang menjadi alasan untuk membuka bisnis atau usaha *Coffee Shop* atau kafe, diantaranya seperti:

a) Bisnis kafe tak ada matinya.

Dari waktu ke waktu, kafe memang menjadi salah satu tempat nongkrong favorit di tambah dengan sekarang ini kafe/*coffee shop* bukan lagi tempat eksklusif yang di jamah oleh kaum elit dikarenakan berbagai menu yang ditawarkan harganya sangat mahal. Akan tetapi, *coffee shop*

yang ada sekarang ini sudah menawarkan harga yang terjangkau untuk semua kalangan. Itulah jadi penyebab *coffee shop* tidak ada matinya. Selalu ramai pengunjung, bisnis *coffee shop* sudah ada dari berabad-abad lalu masih tetap eksis sampai sekarang dan banyak para pelaku bisnis berlomba-lomba mendirikan *coffee shop*.

b) Keuntungan yang menjanjikan.

Berbeda dengan bisnis lain, bisnis kafe memungkinkan kita mendapatkan keuntungan (omset) yang banyak apalagi di saat hari libur, malam minggu

c) Nilai jual kembali yang lumayan tinggi.

Salah satu contoh investasi jangka panjang yaitu dengan membuka *coffee shop*, kecil kemungkinan untuk rugi dalam bisnis ini. Sebab, jika sewaktu-waktu ingin menjual bisnis ini ke investor, dapat ditawarkan dengan harga yang lumayan tinggi apalagi segmentasi pasar yang sangat strategis.

d) Modal awal tak selalu besar.

Ada berbagai macam tipe *coffee shop*, ada yang minimalis, unik, sampai dengan *coffee shop* yang fasilitas yang disediakan sangat mewah. Apabila jumlah modal yang ingin digunakan tidak terlalu besar, kita bisa membangun konsep *coffee shop* yang *low budget* untuk menghemat biaya operasional.

e) Menu sederhana.

Menu yang ditawarkan kafe biasanya sederhana dengan konsep yang unik dan modern. Biasanya menu yang ditawarkan adalah menu siap saji ataupun menu yang penyajiannya tidak memakan waktu yang lama. Misalnya milk shake, capucino, dan menu berbahan dasar kopi, mie instan/goreng, kentang goreng, dan juga makanan berat seperti nasi goreng yang identik dengan Indonesia.

f) Tempat tak harus mewah asalkan nyaman.

Tidak perlu menyediakan fasilitas yang sangat mewah asalkan coffee shop tersebut memberikan kenyamanan, karena kenyamanan nomor satu dan kebanyakan orang menyukai hal-hal yang unik. Penunjang kenyamanan konsumen yaitu menyediakan fasilitas seperti wifi, stop kontak, dan lain sebagainya.

g) Yang paling penting kafe adalah tempat yang multifungsi.

Coffee shop merupakan tempat yang sangat pas digunakan untuk melakukan segala aktivitas seperti bertemu rekan kerja, bersantai, berfoto riaa, kerja tugas, bertemu rekan kerja, dan lain sebagainya.¹³

E. Elemen-elemen Penting dalam Bisnis *Coffee shop*/Kafe

a) Menentukan tempat/lokasi Bisnis

Penentuan lokasi strategis harus dipertimbangkan secara matang agar dapat memberikan keuntungan untuk pelaku bisnis dan memperlancar jalannya bisnis kedepan. Lokasi strategis adalah salah satu faktor

¹³ Damayana Ardian, *Kafepedia* (Yogyakarta: Laksana,2019), 17-22.

keberhasilan suatu bisnis. Adapun untuk menentukan lokasi yang strategis perlu di pertimbangkan hal-hal yaitu:

- a. karakteristik demografi (pendapatan, ras, jenis kelamin, dan lain-lain) konsumen. Apabila lokasi yang akan dipilih sesuai demografi yang dibutuhkan oleh bisnis coffee shop, kemungkinan besar bisnis ini akan meningkat, dapat memuaskan konsumen, dan meraih keuntungan (omset) yang besar.
 - b. kondisi ekonomi setempat, ini perlu dilihat agar bisnis kafe yang dibangun mampu bertahan untk masa yang akan datang.
 - c. kondisi lingkungan, antara lain keberadaan dari kegiatan-kegiatan pendukung untuk kegiatan coffee shop, ketersediaan prasarana lingkungan yang memadai, tingkat keamanan lokasi coffee shop.
 - d. Persaingan, dimana ini juga menjadi hal penting sebelum menetapkan lokasi, perlu di lihat apakah sudah banyak bisnis kafe di lokasi tersebut atau tidak sehingga nantinya ini menetralsir persangaingan yang ketat.
- b) Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia berkaitan erat dengan tenaga kerja yang sangat membantu kelancaran dan kelangsungan proses produksi. Kegiatan perencanaan sumber daya manusia perlu dilakukan untuk menetapkan jumlah tenaga kerja yang nantinya akan dibutuhkan dalam coffee shop. Sistem perekrutan dalam Bisnis *Coffee shop* harusnya sesuai dengan skill yang mereka miliki misalnya di bidang meracik minuman baik kopi maupun non

kopi, membuat makanan, skill SDM yang memang bisa di tempatkan di kasir misalnya, dan *waiters*.

c) Laporan Keuangan

Keuangan yaitu salah satu penunjang dan pendukung keberhasilan suatu bisnis. Peran keuangan juga sangat penting sebab apabila tidak ada uang maka sesuatu tidak akan berjalan. Besarnya dana yang dimiliki tidak menjamin suksesnya suatu usaha, melainkan bagaimana cara kita mampu mengelola keuangan yang ada. Apabila dalam mengelola keuangan tidak baik, maka itu akan berdampak pada *coffee shop* karena pemborosan dalam mengelola keuangan. Kunci utama dalam mengelola keuangan yaitu administrasi yang tepat, teliti, dan juga rapi.¹⁴

2. Gaya hidup.

a. *Grand Theory* Gaya Hidup

Sebuah teori yang dikembangkan oleh Kennedy dan Forde (1990) menunjukkan bahwa latar belakang dan karakteristik dari aktivitas sehari-hari berpengaruh pada waktu yang diluangkan dalam gaya hidup yang beresiko dimana gaya hidup tersebut akan membawa orang kejalan yang lebih berbahaya lagi.¹⁵ Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenaikannya dan menggambarkannya seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat diskitarnya. Gaya hidup adalah suatu seni yang

¹⁴ Damayana Ardian, *Kafepedia* (Yogyakarta: Laksana,2019), 96-111.

¹⁵ Kennedy dan forde, “*Gaya Hidup Yang Beresiko dan Hasil Berbahaya: Kegiatan Rutin dan Paparan Kejahatan*”, sebuah *International Journal*, Vol. 74, No. 4. Hal. 208
<http://sociologyindex.com>

dibudayakan orang. Semakin bertambahnya zaman maka semakin luas pula penerapan gaya hidup manusia, atau dengan kata lain gaya hidup memberikan dampak positif dan negatif tergantung bagaimana seseorang menjalankannya (Grand theory Mugawati:2016).¹⁶.

b. Teori *Life Style*

Menurut teori gaya hidup (*life style theory*) merupakan teori yang menyebutkan bahwa tidak semua orang memiliki gaya hidup yang sama, setiap orang memiliki gaya hidup yang berbeda diantara berapa gaya hidup itu menjelaskan bahwa banyak orang yang memiliki resiko daripada gaya hidup lainnya.

Gaya hidup adalah bagian dari faktor kepribadian. kedua variabel tersebut saling berkaitan satu sama lain. Gaya hidup berpengaruh pada perilaku seseorang dan akhirnya menentukan alternatif produk masing-masing individu.¹⁷ Gaya hidup secara luas diartikan sebagai cara hidup untuk menemukan atau mencari bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang di anggap penting bagi mereka dalam lingkungannya (ketertarikan), dan juga apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri, serta apa yang dipikirkan mengenai dunia di sekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan selalu berbeda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa kemasa gaya hidup suatu individu, kelompok masyarakat tertentu akan selalu bergerak dinamis (berubah-ubah). Akan tetapi, gaya

¹⁶ Mugawati Aisya, Skripsi: “*Hubungan Gaya Hidup Dengan Kejadian Menarche Di SMA Negeri 1 Driyorejo Kabupaten Gresik*” (Surabaya: Universitas Airlangga,2016), Hal. 11 (Di akses pada tanggal 22 september 2022)

¹⁷ Friska Artaria Sitanggung dan Prayetno Agustinus Sitanggung, *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Pekalongan: PT Nasya Expanding Managemen/NEM, 2019) , 71.

hidup suatu individu maupun masyarakat tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidupnya relatif permanen.¹⁸

Kotler & Keller (2016) mengemukakan, gaya hidup adalah pola hidup individu maupun masyarakat dalam menjalani kehidupan diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan pendapatnya. Sedangkan menurut Minow dan Mowen (2002) mengatakan gaya hidup adalah bagaimana cara seseorang untuk hidup, bagaimana ia membelanjakan dan mengatur keuangannya, serta bagaimana membagi waktunya. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola penggunaan (konsumsi) yang mencerminkan pilihan seseorang dalam rangka bagaimana menggunakan uang dan waktunya (Solomon, 2011).

Gaya hidup menunjukkan bagaimana individu menjalani kehidupannya. Gaya hidup individu bisa berubah-ubah, akan tetapi perubahan itu bukan disebabkan karena berubahnya kebutuhan.¹⁹

Berdasarkan beberapa pendapat sudah dijelaskan di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa gaya hidup adalah cara individu untuk mengekspresikan dirinya bagaimana ia menghabiskan waktu, uang, memanfaatkan energi yang ada pada dirinya, memuaskan segala kebutuhannya baik jasmani dan rohani.

Gaya hidup lebih merujuk mengenai bagaimana individu menjalankan kehidupannya serta bagaimana mereka membelanjakan dan mengatur keuangan, serta bagaimana mereka memanfaatkan waktunya dengan baik.

Akan tetapi terkadang tanpa disadari gaya hidup membawa kita untuk

¹⁸ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Kencana, 2003), 148.

¹⁹ Purboyo dkk, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 133-134.

melakukan sesuatu secara berlebihan untuk semata-mata mencapai kepuasan, seperti mengkonsumsi barang secara berlebihan. Gaya hidup tidak akan terlepas didalam kehidupan sehari-hari. setiap individu memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Akan tetapi apabila gaya hidup sudah berlebihan, maka itu dikatakan sebagai gaya hidup yang sudah menyimpang.

Quraish Shihab mengatakan bahwa penggalan terakhir ayat ini yang menegaskan jangan berleboh-lebihan diletakkan menjadi prinsip agama menyangkut gaya hidup manusia, dimana kepuasan dan kebahagiaan berbanding lurus dengan kepemilikan, semakin banyak memiliki harta semakin tinggi tingkat kepuasan hidup.

كَلَّا إِنَّ الْإِنْسَانَ لَيْطَغِيَ^٧

أَنْ رَّاهُ اسْتَغْنَى^٨

Terjemahan: *Ketahuilah, sesungguhnya manusia benar-benar melampau batas, karena dia melihat dirinya serba cukup.* (QS. Al-Alaq: 6-7)²⁰

Al-Qur'an juga menjelaskan watak manusia adalah, menghamburkan uang dan berfoya-foya saat memiliki banyak harta, dan selalu menghindari gaya hidup sederhana dan seimbang.

Allah SWT berfirman:

وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنَزِّلُ بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ^{٢٠}

إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ

²⁰ Abdu l Gani Isa dkk, "Suara Khatib Baiturrahman Edisi 16", (Banda Aceh: Lembaga Penerbit Naskah Aceh), 217.

Terjemahan: *dan Jikalau Allah melampangkan rezeki kepada hamba-hambanya tentulah mereka akan melampaui batas di muka bumi, tetapi Allah menurunkan apa yang dikehendakinya dengan ukuran. Sesungguhnya Dia Maha Mengetahui (keadaan) hamba-hambanya lagi Maha melihat.* (QS. Asy Syura: 27).

Agar terciptanya mental yang baik berhubungan dengan gaya hidup, Allah SWT memerintahkan manusia agar memenuhi kebutuhannya secara sederhana, dan tidak boros dalam pengeluaran.

Allah SWT berfirman:

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

Terjemahan: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.* (QS. Al-A'raf: 31).

c. Dimensi Gaya Hidup

Gaya Hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi (Kegiatan/aktivitas, ketertarikan/minat, Pendapatan) seperti telah dikenalkan oleh Plummer dalam Assael (tahun 1992) sebagai berikut:

Tabel 3.1 Inventarisasi Gaya Hidup

Kegiatan	Ketertarikan	Pendapat
Bekerja	<i>Family</i>	Diri sendiri

Hobi	Rumah	Tentang masalah sosial
Peristiwa kemasyarakatan	Tentang kerjaan	Masalah Politik
Liburan	Organisasi	Usaha
Hiburan	<i>Traveling</i>	Ekonomi
Anggota aliansi	Pakaian	Pendidikan
Organisasi	Makanan	Produk
<i>Shopping</i>	Sosial media	Masa depan
<i>Sport</i>	Prestasi	Adat istiadat

Gaya hidup bisa merupakan tanda pengenal suatu kelompok atau masyarakat, serta individu. Gaya hidup setiap kelompok mempunyai ciri-ciri unit tersendiri.²¹ Gaya hidup pada 3 dimenesi yang terdiri dari Kegiatan, ketertarikan (minat), dan pendapat.

1) Kegiatan atau Aktivitas.

Manusia adalah makhluk hidup yang melakukan pergerakan sosial. Kegiatan sehari-hari selalu berpindah dari satu tempat ke tempat lain. Aktivitas biasanya dilakukan sesuai dengan gaya hidup individu. Aktivitas pula berkaitan dengan pola hidup yang dijalani sehingga terjadinya gaya hidup pada seseorang.²² Karena dimana aktivitas adalah suatu kegiatan yang

²¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2003), 149.

²² Nadia Sahlatul Kholik, Skripsi: "*Kajian Gaya Hidup Anak Muda Penggemar Coffee Shop (Studi Kasus Pada Coffee Shop "Sturbucks" Di Mall Botani Square Bogor)*" (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), Hal. 29.

dilakukan seseorang di kehidupan sehari-hari baik dari segi fisik maupun nonfisik.

Dalam kehidupan sehari-hari banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh seseorang entah itu melakukan hobinya, liburan, bekerja, belanja dan sebagainya. Ada beberapa bagian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang:

- a) Liburan, merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang hanya untuk sekedar melepas lelah setelah berbagai aktivitas yang telah dilakukan.
- b) Bekerja, adalah aktivitas yang dilakukan agar supaya memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai apa yang sudah menjadi target sebelumnya. Bekerja juga menjadi bagian yang penting dalam hidup untuk mensejahterakan diri sendiri dan juga orang-orang terdekat.
- c) Belanja, merupakan aktivitas yang semua orang sudah pasti melakukannya. Belanja juga menjadi kebahagiaan tersendiri bagi individu terutama para anak muda. Belanja sangat berkaitan dengan keuangan. Belanja juga sudah bagian dari gaya hidup seseorang.

2) *Interest* (minat)

Witherington (1986), *Interest* dalam bahasa Indonesia yang berarti minat, adalah kesadaran seseorang pada sesuatu, seseorang, permasalahan atau situasi yang bersangkutan dengan dirinya. Tanpa adanya kesadaran seseorang pada suatu objek, maka seorang individu tidak akan pernah mempunyai ketertarikan terhadap apapun. Sedangkan menurut Guilford (1956), *Interest* adalah kecenderungan seseorang untuk mengamati objek-

objek tertentu, dan perhatian terhadap objek tersebut cenderung bisa berpengaruh terhadap perilaku individu dalam segala aktivitasnya.

Adapun faktor timbulnya *Interest* menurut Crow and Crow (1882), terdiri atas 3 faktor yaitu:

- a) dorongan dari dalam diri, adalah rasa ingin tahu yang besar akibat dorongan dalam diri kita sehingga bisa menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda.
 - b) Motif sosial, adalah ketertarikan kita dalam upaya mengembangkan diri dan mengembangkan ilmu pengetahuan.
 - c) Faktor emosional, berkaitan dengan perasaan contohnya keberhasilan menimbulkan rasa puas yang bisa memicu individu lebih meningkatkan minat.²³
- 3) Opini

Opini adalah pendapat seseorang atau hasil pemikiran seseorang terhadap suatu hal yang dimana belum diketahui dengan jelas apakah itu suatu kebenaran atau bukan.

d. Macam-macam Gaya Hidup

Adapun macam-macam Gaya Hidup yaitu sebagai berikut:

1) Gaya Hidup Mandiri

Gaya hidup mandiri merupakan kemampuan hidup tanpa bergantung penuh kepada orang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan mengenali

²³ Uden, Skripsi: “*Pengaruh Pendapat, Minat, Aktivitas, Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A-Mild*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010), Hal. 24 -30.

kelebihan dan kekurangan diri sendiri dan menjadikan acuan untuk mencapai tujuan yang ingin di capai.

2) Gaya Hidup Modern

Gaya hidup modern adalah kata yang kerap kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup seperti di era globalisasi sekarang ini menggunakan teknologi yang canggih. Teknologi mempunyai peran penting untuk memaksimalkan segala sesuatu yang kita lakukan baik dimasa kini maupun di masa akan datang, dengan tujuan untuk mencapai keefektifan dan mendapatkan hasil yang maksimum. Dizaman yang serba modern ini, masyarakat dituntut agar tidak ketinggalan dalam segala hal.

3) Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat merupakan pilihan tepat untuk dilakukan, hidup dengan pola pikir, makan, minum, dan kebiasaan, serta lingkungan yang sehat (dalam artian segala sesuatu memberikan dampak baik dan positif).

4) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis dimana kegiatannya hanya mencari kesenangan hidup, lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, bersenang-senang, menginginkan lalu membeli segala sesuatunya dengan harga yang mahal, dan terus menerus ingin menjadi pusat perhatian. Gaya hidup seperti ini sudah menjadi kebiasaan dalam lingkup kehidupan anak muda.

5) Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup bebas merupakan gaya hidup dimana dilakukan sesuai dengan keinginan sendiri yang tidak terikat oleh aturan yang berlaku di masyarakat.

6) Gaya Hidup Hemat

Gaya hidup hemat adalah gaya hidup dimana seseorang mampu mengatur (*manage*) keuangannya, dan mampu membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan.

e. Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Ada banyak faktor yang mempengaruhi gaya hidup. Menurut Amstrong (dalam Nugraheni, 2003), menyatakan terdapat 2 faktor yang mempengaruhi gaya hidup yakni faktor dari dalam diri (Internal) dan faktor dari luar diri (Eksternal).

1) Faktor Internal

a) Sikap

Sikap berarti keadaan jiwa juga keadaan mempersiapkan diri memberikan tanggapan terhadap sesuatu. Melalui sikap, seseorang dapat memberikan respon negatif maupun positif terhadap gaya hidup.

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman memberikan pengaruh dalam melihat situasi sosial dan perilaku. pengalaman didapatkan melalui tindakan yang dilakukan pada masa lampau. Hasil dari pengalaman sosial membentuk pandangan terhadap suatu objek. Seseorang tertarik dengan gaya hidup tertentu melalui pengetahuan dan pengamatan.

c) Kepribadian

Kepribadian merupakan karakteristik dari tiap individu. cara berperilaku individu menentukan perbedaan tingkah laku tiap orang. Kepribadian bisa mempengaruhi selera yang akan dipilih seseorang, akibatnya mempengaruhi gaya hidup seseorang tersebut.

d) Konsep Diri

Konsep diri memperlihatkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan citra merek. Seseorang memandang dirinya akan mempengaruhi minatnya terhadap sesuatu. Konsep diri menjadi inti dari pola kepribadian, dimana akan menentukan perilaku seseorang bagaimana menghadapi masalah hidup yang dialami.

e) Motif

Perilaku individu muncul disebabkan adanya dorongan kebutuhan terhadap suatu barang, jika dorongan seseorang terhadap kebutuhan yang bisa dikatakan besar maka itu akan membentuk gaya hidup cenderung mengarah ke gaya hidup hura-hura (hedonis).

f) Persepsi

Persepsi yaitu proses dimana seseorang dapat memilih, mengatur, dan merumuskan informasi untuk memberikan pemahaman mengenai lingkungan sekitar kita.

2) Faktor Eksternal

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang dapat memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan juga perilaku seseorang. Pengaruh tersebut mengarahkan individu kepada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b) Keluarga

Keluarga memegang peran paling besar dan terlama dalam pembentukan karakter dan perilaku seseorang. Hal ini dikarenakan didikan orangtua yang menimbulkan kebiasaan dan berpengaruh pada pola hidupnya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial sangat berdampak terhadap gaya hidup yaitu dimana dampaknya ada 2 (kedudukan dan peran). Kedudukan kelas sosial (perbedaan tingkatan) dalam masyarakat menentukan gaya hidup seperti apa yang akan dipilih.

d) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, adab, adat, aturan, dan kebiasaan yang diperoleh seseorang dengan status sebagai masyarakat. Kebudayaan terdiri dari semua yang dipelajari baik pola perilaku berdasarkan aturan, meliputi ciri-ciri cara berpikir.²⁴

f. Cara Menilai Gaya Hidup.

²⁴ Debby Ingan Malem Tarigan, "Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado", e-journal "Acta Diurna", Vol. IV, No. 4 (2015): 7. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/8495> (di akses pada tanggal 25 Januari 2022)

Gaya hidup mencerminkan mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia mempergunakan uang dan waktu. Gaya hidup konsumen merupakan ekspresi yang keluar dari nilai-nilai dan kebutuhan-kebutuhan konsumen. Dapat kita gambarkan gaya hidup konsumen dapat dilihat bagaimana ia hidup dan mengekspresikan nilai-nilai yang dianut untuk memuaskan kebutuhannya sendiri. Gaya hidup konsumen bisa berubah bukan karena kebutuhan, karena berbicara soal kebutuhan itu pada umumnya bersifat seumur hidup. Perubahan gaya hidup melainkan karena pemahaman dan nilai yang di anut para konsumen sehingga dapat akibat pengaruh lingkungan.²⁵

g. Hubungan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.

Gaya hidup adalah bagian dari perilaku konsumen yang bisa mempengaruhi tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang selalu ingin membeli produk yang bermanfaat dan memiliki kualitas baik. Keanekaragaman konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka diakibatkan oleh berbagai macam gaya hidup yang diukur berdasarkan aktivitas dimana seseorang melakukan berbagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhannya, seperti bekerja, belanja, hobi, sport, dan ketertarikan seseorang mendasar pada keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan individu terhadap produk yang akan dibeli sehingga dapat berpengaruh pada perilaku keputusan konsumen.

²⁵ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 56.

Kemudian, gaya hidup memiliki peran penting dalam keputusan pembelian konsumen. Dimana mereka sangat termotivasi untuk membeli sesuatu disebabkan untuk mempertahankan gaya hidupnya atau mengejar gaya hidup tertentu sehingga mereka bisa memamerkan dan memperlihatkan bahwa gaya hidup mereka berbeda dengan gaya hidup yang lainnya. Banyak pula yang menganggap bahwa apabila gaya hidup mereka yang berbeda, maka prestise sosial ia lebih tinggi dibanding yang lain.

3. Anak Muda/remaja.

Masa remaja merupakan masa yang paling rentan. Masa remaja juga menjadi awal perkembangan individu untuk menjadi dewasa dan mengenal berbagai hal dan melakukan sesuatu hal yang baru. Masa ini, dimana anak muda mengalami banyak perubahan salah satunya yaitu perubahan fisik (contohnya tinggi badan).

a. *Grand Theory* anak muda (Lingkup Psikologi)

Menurut Piaget secara Psikologi, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok.²⁶

²⁶ Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 206.

Hal yang sama dikemukakan oleh Jhon W. Santrock, masa remaja (*adolescence*) ialah periode perkembangan transisi dari masa kanak-kanak hingga masa dewasa yang mencakup perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional.²⁷

Psikolog G. Stanley Hall mengatakan *adolescence is a time of "storm and stres"* artinya remaja merupakan masa yang penuh "badai dan tekanan jiwa". maksudnya masa dimana terjadi perubahan besar pada seseorang baik segi fisik, cara berpikir, dan emosional yang menyebabkan rasa sedih dan bimbang (konflik batin) pada yang bersangkutan, serta menimbulkan konflik dalam lingkungannya. Perubahan fisik merupakan salah satu tanda perkembangan seks sekunder, perubahan perilaku, maupun hubungan sosial di lingkungan tempat tinggalnya.²⁸

Selanjutnya menurut Monks, dkk (1999:262) membatasi bahwa masa anak muda/remaja berkisar dari usia 12-21 tahun yaitu sampai selesai pertumbuhan fisik saja. Dimana fase ini selain pertumbuhan fisik juga terjadi perkembangan-perkembangan fungsi psikologis yang meliputi menyal, kemampuan berpikir, memahami, dan kemampuan mengingat. Dengan begitu remaja mempunyai perhatian terhadap lingkungan sosial maupun intelektual.²⁹

b. *Grand Theory* Anak Muda/Remaja (lingkup SDM)

Anak muda/ remaja selalu identik dengan rentannya mereka terhadap suatu hal, maka dari itu anak muda harus mengalami perkembangan dalam hal

²⁷ Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002), 23.

²⁸ Miftahul Jannah, "Remaja dan Tugas-tugas Perkembangannya Dalam Islam", *Psikoislamedia*, Vol. 1, No. 1 (2016): 245. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislamedia/article/view/1493> (diakses pada tanggal 26 Januari 2022)

²⁹ Monks dkk, *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press), 100.

baru termasuk potensi yang ada dalam diri mereka yang perlu dikembangkan seperti kreativitas yang mereka miliki dan melibatkan mereka pada usaha-usaha yang mengandung resiko agar mereka lebih berani menghadapi masalah-masalah yang akan di hadapi kedepannya.

Anak muda juga harus dilatih untuk mampu bersosialisasi dan berinteraksi dalam masyarakat dan dilingkungannya agar mereka tidak menjadi remaja yang minim akan berpikir nantinya. Anak muda harus selalu menanamkan semangat pada dirinya agar mereka mampu menghadapi persaingan baik ilmu pengetahuan, teknologi, pekerjaan. Anak muda harus mengalami perkembangan yang semakin baik dari waktu ke waktu sehingga mampu menciptakan hal-hal yang berguna di era sekarang dan yang akan datang terlebih dalam bidang ekonomi, mereka harus mampu menciptakan komoditas baru untuk memperkuat perekonomian (Yusep Mulyana).³⁰

c. Anak Muda/Remaja menurut UU Kepemudaan

Sedangkan menurut Undang-Undang tentang Kepemudaan Pasal 1 No. 40 Tahun 2009 bahwa Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun dan Kepemudaan adalah berbagai hal yang berkaitan dengan potensi, tanggung jawab, hak, karakter, kapasitas, aktualisasi diri, dan cita-cita pemuda.³¹

Tidak hanya perubahan sikap dan perilaku, akan tetapi remaja atau anak muda mengalami perubahan gaya hidup dari masa kemasa mengikuti

³⁰ Yusep Mulyana, "Peran Sumber Daya Manusia (SDM)/Generasi Muda Dalam Menyongsong Revolusi Industri 4.0", Prismakom, Vol. 16, No. 1 (2020). Di akses 23 Spetember 2022

³¹ Undang-Undang No. 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, diakses melalui situs <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-40-2009-kepemudaan> pada tanggal 26 Januari 2022

perkembangan zaman dan teknologi. gaya hidup pada anak muda tidak akan terlepas.

Jadi dapat disimpulkan bahwa remaja atau anak muda merupakan fase awal perkembangan dan pertumbuhan mengarah ke dewasa ditandai dengan adanya perubahan fisik maupun mental. kategori anak muda yaitu di mulai dari umur 16-21 (Menurut Monks dkk) dan umur 16-30 (Menurut UU Kepemudaan). Kemudian anak muda atau remaja juga sudah mampu mengekspresikan dirinya serta mempunyai hak dan tanggungjawab terhadap apa yang akan dilakukan nantinya. Adapun pembentukan karakter anak muda di pengaruhi oleh aturan, nilai dan adat istiadat yang berlaku di lingkungan dimana seseorang tumbuh dan berkembang.

4. Perilaku Konsumen.

a. Grand Theory Perilaku Konsumen.

Ada beberapa penjelasan mengenai perilaku konsumen menurut *Grand Theory*.

Perilaku konsumen itu sendiri adalah segala aktivitas yang melibatkan konsumen untuk melakukan penyeleksian, membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa sebagai bentuk pemuas kebutuhan mapun keinginannya (Nur Chasanah:2010).³² Menurut Kotler, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, memberi,

³² Nur Chasanah, Skripsi: “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Susu Instan Di Pasar Modern Kota Surakarta*” (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2010), Hal. 26 (Diakses pada tanggal 22 september 2022)

menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Peter & Olson (grand teori 2013) perilaku konsumen sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), menjelaskan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam memperoleh, menggunakan, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mendampingi tindakan tersebut.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk untuk memuaskan mereka.³³

b. Perilaku Konsumen Menurut Ahli

Menurut pendapat ahli yang lain dalam bukunya Anwar P.M. (1998), yaitu: David L. Loudon dan Albert J. Dela Bitta (1984), berpendapat bahwa perilaku konsumen dapat diartikan sebagai proses pengambilan keputusan dan kegiatan individu secara fisik yang melibatkan dalam menilai, mendapatkan, menggunakan atau dapat digunakan barang dan jasa. Sedangkan Gerald Zalman dan Melanie Walendorf mengatakan bahwasanya, perilaku konsumen adalah gerakan, proses, dan hubungan sosial yang telah dilakukan oleh individu, masyarakat, dan organisasi maupun kelompok dalam memperoleh, memakai suatu produk atau lainnya sebagai dampak dari

³³ Etta Mamang Sungadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen, hal. 9

pengalamannya menggunakan produk, pelayanan, dan sumber-sumber lainnya.³⁴

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwasanya perilaku konsumen merupakan suatu langkah yang dilakukan oleh seseorang, golongan maupun masyarakat dalam menentukan keputusan atau tindakan yang seharusnya diambil agar memenuhi kebutuhan (primer dan sekunder) dan keinginannya.

c. Perilaku Konsumsi Dalam Islam

Dalam Islam perilaku konsumsi harus berdasarkan petunjuk Al-Qur'an dan hadist. Perilaku konsumen islami terbentuk dari pola pikir yang berbeda dengan perilaku konsumsi biasanya. Perilaku konsumsi yang di atur dalam islam sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti bagaimana menggunakan segala sesuatunya hanya untuk kebutuhan saja akan tetapi tidak secara berlebihan berlebihan. Konsumsi dalam islam tidak hanya diperuntukkan kemaslahatan dunia saja, tapi juga kemaslahatan akhirat. Perilaku konsumsi juga mengajarkan kita untuk selalu berhemat dan juga hidup sederhana, karena apabila perilaku konsumsi dilakukan secara berlebihan akan menimbulkan kecemburuan di tengah masyarakat dan menjadi sumber konflik atau masalah.

³⁴ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen dan Pemasaran* (Jakarta: CAPS/Center of Academic Publishing Service, 2015), 1-4.

Dengan demikian perilaku konsumen dalam islam digunakan dengan maksud memenuhi kebutuhan diri sendiri, keluarga dan sebagainya diperuntukkan di jalan Allah SWT. Batasan mengkonsumsi di dalam islam tidak hanya memperhatikan aspek halal dan haramnya saja tetapi juga memperhatikan dari segi halal dan baik (*Halalan Toyyiban*), bersih, tidak menjijikkan, serta tidak bermewah-mewah. Batasan mengkonsumsi juga bukan hanya pada makanan dan minuman saja, akan tetapi berkaitan hal-hal lain. Larangan dalam perilaku konsumsi tidak hanya semata-mata dilarang dalam islam, akan tetapi mengajarkan kita untuk melakukan konsumsi secara tidak berlebihan.

Allah SWT berfirman:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahan : *Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.* (QS. Al Furqan: 67)

Lalu, Allah SWT juga berfirman:

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

Terjemahan: *Hai Adam Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.* (QS. Al-A'raf: 31)

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Terjemahan: *Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah Syaitan, karena sesungguhnya itu adalah musuh yang nyata bagimu.* (QS. Al-Baqarah:168).

Dalam Firman Allah SWT:

أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ
عَلِيمٌ ٥١

Terjemahan: *makanlah dari makanan yang baik-baik dan kerjakanlah amal shaleh.* (QS. Al-Mu'minun: 51)

Dalam hadist pula di jelaskan mengenai perilaku konsumen, dimana manusia di ingatkan untuk selalu tidak berlebihan dalam hal konsumsi dan juga berlebih-lebihan dalam berperilaku.

Terdapat banyak hadist yang mengatur perilaku konsumsi, hal ini menandakan betapa penting Rasulullah Aaw memperhatikan hal ini. Hadist perilaku konsumsi tersebut salah satunya:

Dari Amr bin Syaib dari ayahnya dari kakeknya berkata, Rasulullah Saw bersabda : *“makan dan minumlah, bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan tidak sombong”* (HR. Nasa’i)

Maksud dari hadist tersebut adalah Allah SWT menghalalkan bagi hambanya seluruh perkara dan rezeki yang baik dari segi makanan dan lain sebagainya yang terdapat di bumi dan itu halal hukumnya. Allah SWT tidak

akan mengharamkan sesuatu kecuali suatu hal itu mendatangkan mudharat (Kerugian). Hadist ini juga mengatakan bahwa segala urusan atau perkara dan kesenangan itu dihalalkan oleh Allah SWT selagi tidak berlebihan.

C. Kerangka Berfikir.

Di zaman serba modern yang berkembang sangat cepat memberikan banyak pengaruh untuk menimbulkan berbagai inovasi baru dalam berbisnis sehingga mampu menarik perhatian masyarakat terutama bagi anak muda. Sekarang ini yang paling banyak menarik perhatian adalah *coffee shop*, dimana perkembangan *coffee shop* sangat meningkat. Terbukti dengan banyaknya para pelaku bisnis yang berlomba-lomba mendirikan *coffee shop* dengan berbagai inovasi yang tentunya menarik. Terlebih lagi inovasi *coffee shop* dan berbagai fasilitas yang disediakan memberikan nilai plus.

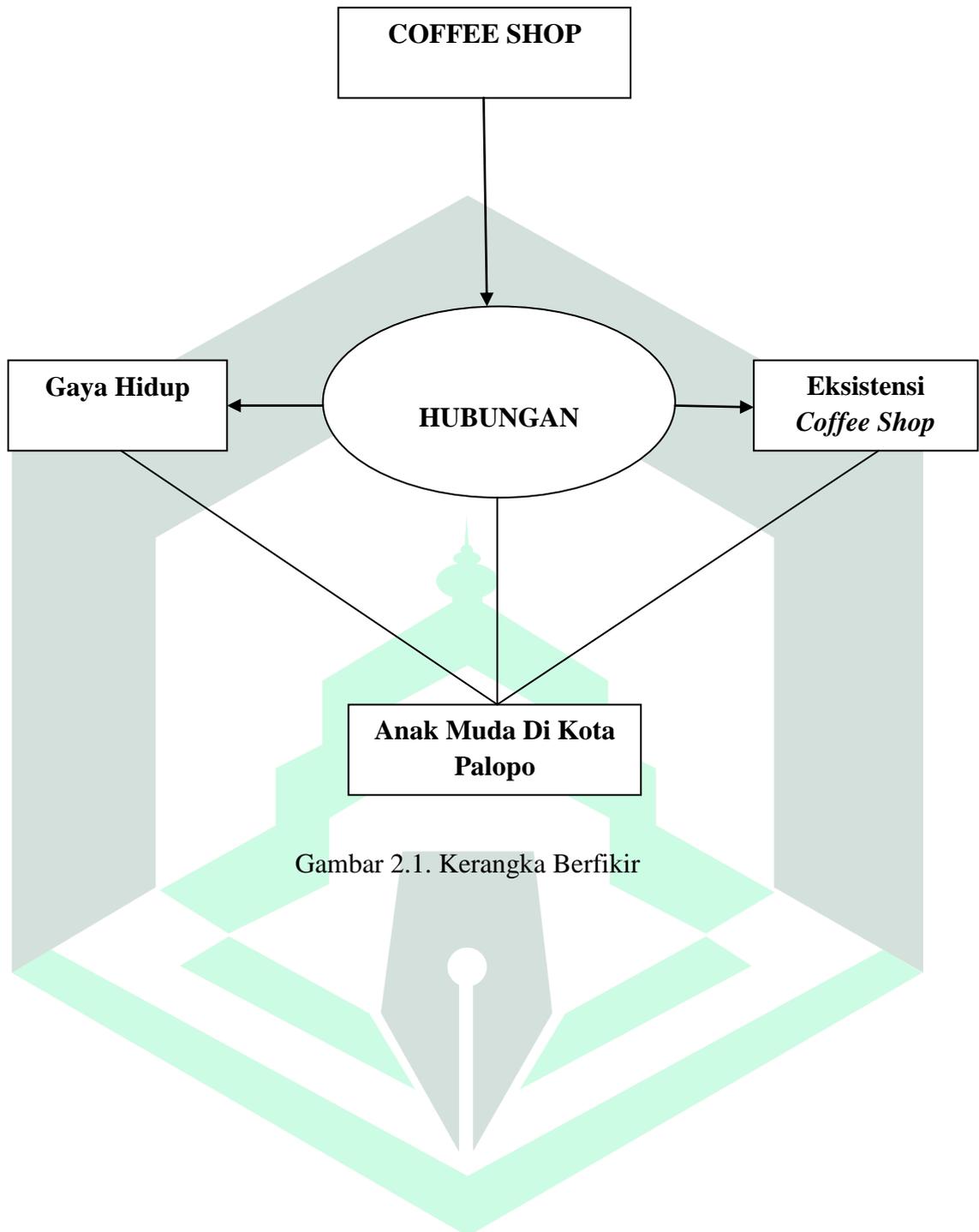
Modernisasi telah banyak merubah kehidupan masyarakat sekarang ini terutama perilaku seseorang dan gaya hidup. Tidak ada masyarakat yang tidak berubah, sebab semakin kedepan semakin banyak kebutuhan hidup dan semakin berkembangnya zaman semakin masyarakat ingin merubah kehidupan, perilaku, maupun gaya hidup. Karena sejatinya gaya hidup suatu masyarakat selalu bergerak dinamis (berubah-ubah). Gaya hidup bisa dilihat dari pola perilaku individu. Tak jarang anak muda menganggap gaya hidup sebagai suatu kebutuhan dimana harus dipenuhi untuk menunjukkan cara untuk mengekspresikan diri mereka di lingkungannya dan harus akan diakui perannya dalam lingkup masyarakat dan sekitarnya.

Nongkrong menjadi salah satu gaya hidup seperti yang terlihat saat ini pada kehidupan anak muda. Gaya hidup anak muda yang semakin hari semakin meningkat membuat para anak muda membutuhkan suatu tempat untuk menuangkan berbagai gaya hidupnya sehingga muncullah *coffee shop* yang semakin banyak keberadaannya di Kota Palopo dan mampu menggeser secara signifikan gaya hidup anak muda dikarenakan menemukan wadah untuk mereka merealisasikan gaya hidup yang di punya.

Maraknya keberadaan *coffee shop* menjadi salah satu tempat nongkrong anak muda di Kota Palopo. *Coffee shop* tidak hanya menjadi tempat minum minuman (baik kopi maupun non-kopi) dan makan, tetapi bisa dibilang tempat ketiga anak muda untuk menghabiskan waktunya. Kemudian, *coffee shop* sudah di pandang oleh anak muda di Kota Palopo yang menawarkan berbagai fasilitas seperti wifi, charging, dan fasilitas lainnya yang membuat nyaman para anak muda sehingga betah berlama-lama di *coffee shop*. Anak muda di Kota Palopo tentu sangat merasakan perubahan di lingkungan sosial seperti yang terjadi kota-kota besar, inilah yang membuat anak muda di Kota Palopo sangat antusias dengan maraknya *coffee shop*.

Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan saya teliti merujuk pada bagaimana hubungan antara gaya hidup anak muda dengan *coffee shop* di Kota Palopo.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merumuskan bagan kerangka berfikir sebagai berikut:



Gambar 2.1. Kerangka Berfikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian natural karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alami atau tidak ada manipulasi penelitian yang dilakukan (*natural setting*). Disebut juga sebagai metode lapangan karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian antropologi budaya. Disebut juga sebagai metode kualitatif, disebabkan data yang sudah dikumpulkan dan kajiannya mempunyai sifat kualitatif.³⁵ Metode penelitian kualitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada pemikiran untuk memperbaiki kelemahan suatu hal, digunakan untuk meneliti keadaan objek yang alami.³⁶

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan Fenomenologi. Penelitian fenomenologi yaitu jenis penelitian kualitatif yang melihat dan mendengar lebih dekat dan terperinci penjelasan dan pemahaman individual tentang pengalaman-pengalamannya berinteraksi dengan orang lain dan lingkungan sekitarnya. Pada penelitian fenomenologi lebih mengutamakan pada mencari,

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 8.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 9.

mempelajari dan menyampaikan arti fenomena, peristiwa yang terjadi dan hubungannya dengan orang-orang biasa dalam situasi tertentu. Fenomenologi mendeskripsikan pemaknaan umum dari sejumlah individu terhadap berbagai pengalaman hidup mereka terkait dengan konsep dan atau fenomena.³⁷

Penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dipilih karena belum banyak yang memakai. Selain itu, fenomenologi juga menjelaskan sifat fenomena sehingga mampu memberikan gambaran terhadap suatu hal yang apa adanya atau sesuai dengan kenyataan. Fenomenologi berfokus pada bagaimana orang mengalami fenomena tertentu, maksudnya individu mengalami sesuatu bukan karena pengalaman melainkan memang terjadi di kehidupannya. Peneliti ingin memberikan gambaran secara jelas tentang objek penelitian melalui fenomena yang dialami para informan terkait. Fenomena yang digambarkan berdasarkan keadaan nyata dan sebenarnya sehingga akan mampu memberikan kesan naturalistik sesuai dengan definisi fenomenologi.

Pendekatan penelitian fenomenologi memiliki tujuan untuk mengetahui permasalahan atau fenomena yang terjadi dari sudut pandang seseorang yang mengalaminya secara langsung. Data yang dikumpulkan dari informan kunci lebih akurat dan valid karena memang sesuai dengan fenomena yang dialami secara langsung.

³⁷ Jhon W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015)

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian biasanya disebut dengan orang yang memberikan kita informasi (informan) data yang diinginkan oleh peneliti dimana subjek penelitiannya adalah anak muda di Kota Palopo. Dimana anak muda pengunjung *coffee shop* yang berstatus mahasiswa dan pekerja yang berusia mulai dari 16-25 tahun. Responden dalam penelitian ini berjumlah 15 orang.

C. Definisi Istilah

1. Coffee Shop atau Kedai kopi

Coffee shop atau kafe merupakan tempat yang digunakan oleh semua kalangan masyarakat terutama para anak muda untuk berkumpul bersama teman untuk sekedar nongkrong, ngobrol, serta dijadikan pula tempat untuk bersosialisasi, bertemu rekan kerja, mengerjakan tugas dengan berbagai fasilitas yang disediakan seperti wifi gratis, *charging*, desain interior yang menarik untuk dijadikan tempat berfoto dan membuat para pengunjung nyaman, serta berbagai macam menu minuman (kopi maupun non-kopi) dan makanan yang mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi para pengunjung *coffee shop*.

2. Gaya Hidup

Kotler & Keller (2016) mengemukakan, gaya hidup adalah pola hidup individu yang menjalani kehidupan di ekspresikan dalam kegiatan, ketertarikan, dan pendapatnya. Sedangkan menurut Minow dan Mowen (2002), gaya hidup adalah bagaimana cara seseorang hidup, bagaimana ia membelanjakan dan mengatur keuangannya, serta bagaimana membagi waktunya. Gaya hidup di definisikan sebagai pola penggunaan yang

mencerminkan pilihan seseorang dalam rangka bagaimana menggunakan uang dan waktunya (Solomon, 2011).³⁸

3. Anak Muda/Remaja

Masa remaja menjadi awal perkembangan individu untuk menjadi dewasa dan mengenal berbagai hal dan melakukan sesuatu hal yang baru. Remaja atau anak muda merupakan fase awal perkembangan dan pertumbuhan mengarah ke dewasa ditandai dengan adanya perubahan fisik maupun mental. Kategori anak muda mulai dari umur 16-30 tahun.

4. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu langkah yang dilakukan oleh individu, masyarakat dalam menentukan keputusan atau tindakan apa yang akan dilakukan atau di ambil untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

D. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi untuk melakukan penelitian ialah dilakukan di *coffee shop* di Kota Palopo yaitu Solata Kafe.

Alasan peneliti memilih lokasi ini untuk dijadikan sebagai tempat penelitian karena menjadi salah satu *coffee shop* yang ramai di kunjungi oleh anak muda, tempatnya yang bisa dibilang unik dan menarik dan mampu membuat para konsumen terutama anak muda nyaman, harga terjangkau, berbagai menu atau produknya murah tapi kualitas tidak murahan.

³⁸ Purboyo dkk, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 133.

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang didapat secara langsung di lapangan. Data primer biasanya didapatkan melalui wawancara. Dalam penelitian ini yang akan dijadikan sebagai sumber data utama adalah pengunjung *coffee shop* yang notabene adalah anak muda di Kota Palopo.

Teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan yaitu *Purposive sampling*, artinya yaitu sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. *Purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel sumber data melalui pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut di anggap paling tahu mengenai apa yang kita inginkan sehingga memudahkan peneliti menjelajah obyek atau situasi sosial yang di teliti.³⁹ *Purposive sampling* tidak memastikan jumlah atau perwakilan, namun lebih kepada kualitas informasi yang dimiliki si pemberi informasi (informan). Maka dari itu peneliti menggunakan *Purposive sampling*. Pertimbangan dalam pengambilan sampel akan ditentukan sesuai dengan kualitas informasi yang diberikan narasumber yang tepat yakni anak muda Kota Palopo. Maka responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 15 yang berusia 16-25 tahun yang berstatus mahasiswa dan pekerja.

2. Sumber Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh setelah data utama (primer). Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan membuka situs-situs

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 218-219

internet, studi pustaka, dan juga meninjau jurnal-jurnal yang sudah ada, yang diambil untuk melengkapi referensi dan membantu proses penelitian.

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, instrumen utamanya yakni peneliti sendiri. Setelah fokus penelitian sudah jelas, maka kemungkinan akan menuju pada pengembangan instrumen penelitian sederhana.⁴⁰

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa alat bantu untuk mengumpulkan data, berikut alat bantu yang digunakan:

1. Telepon genggam

Telepon genggam merupakan alat komunikasi dimana seiring perkembangan zaman dijadikan sebagai alat yang multifungsi, salah satunya yaitu digunakan untuk membantu peneliti dalam hal pengambilan gambar, merekam video maupun suara.

2. Buku Catatan

Dalam penelitian ini buku catatan digunakan agar mendapatkan hasil yang tidak bisa kita prediksi atau di perkirakan (misalnya kita sudah selesai merekam pada saat wawancara akan tetapi masih ada hal yang penting yang disampaikan oleh narasumber). Melalui cara ini, data yang kita butuhkan dan tidak tersedia dalam wawancara, bisa ditambahkan melalui buku catatan sebagai tambahan data.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 223.

3. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara yaitu pedoman bagi peneliti dalam mewawancarai subjek untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya, dimana pedoman wawancara ini menguraikan beberapa pertanyaan yang akan di ajukan kepada subjek penelitian.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian. pengumpulan data bisa dilakukan dalam berbagai keadaan, sumber, dan berbagai cara.⁴¹ Dalam teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan dilokasi penelitian yaitu Observasi, Wawancara, Dokumentasi.

1. Observasi

Nasution (1988) mengatakan, observasi merupakan dasar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuan bisa bekerja apabila berdasarkan data sesuai kenyataan yang di dapatkan melalui observasi. Sedangkan menurut Marshall (1995) mengatakan “*through observation, the reseacher learn about behaviour and the meaning attached to those behavior*” (melalui observasi peneliti bisa belajar mengenai perilaku serta makna yang melekat pada perilaku tersebut).⁴²

Observasi dapat diartikan sebagai suatu pengamatan berhubungan dengan objek penelitian. Peneliti melakukan obeservasi secara langsung untuk mengamati keadaan di *coffee shop* tersebut untuk mengetahui segala hal yang berhubungan dengan gaya hidup anak muda pengunjung *coffee shop*.

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 224.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 309.

2. Wawancara

Menurut Creswell (2012) meengatakan, wawancara dalam penelitian survey dilakukan oleh peneliti dengan cara merekam jawaban yang diberikan oleh responden sesuai dengan pedoman wawancara, lalu mendengarkan jawaban, memantau perilaku, dan merekam semua yang dikatakan oleh responden pada saat sesi wawancara.⁴³ Wawancara yaitu pembicaraan antara dua orang atau lebih yang dimana pertanyaannya ditujukan peneliti kepada subjek penelitiannya untuk dijawab.⁴⁴ Wawancara pada penelitian ini dilakukan kepada beberapa pengunjung di *coffee shop*.

Tabel 4.1 Pedoman Wawancara Pengunjung *Coffee Shop*

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Bagaimana menurut anda tentang gaya hidup anak muda sekarang karena keberadaan <i>coffee shop</i> ?	
2	Bersama siapa anda biasanya ke <i>coffee shop</i> ?	
3	Biasanya aktivitas apa yang dilakukan jika ke <i>coffee shop</i> ?	
4	Berapa lama anda biasanya menghabiskan waktu di <i>coffee shop</i> ?	
5	Seberapa sering biasanya anda datang ke <i>coffee shop</i> ?	
6	Biasanya anda datang ke <i>coffee shop</i> pada jam berapa?	
7	Apakah <i>coffee shop</i> sudah jadi bagian dari gaya hidup	

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 188.

⁴⁴ Sunardi Surybrata, *Metode Penelitian* (Cet. 8, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 85.

	anda? Apa alasannya?	
8	Bagaimana anda mengatur waktu untuk datang ke <i>coffee shop</i> ?	
9	Apakah anda senang mempublikasikan di medsos keberadaan atau aktivitas anda di <i>coffee shop</i> ?	
10	Apakah anda tidak mempermasalahkan soal harga pada saat ke <i>coffee shop</i> ? Apa alasannya?	
11	Lebih memilih belanja/jalan ke Mall atau <i>coffee shop</i> ?	
12	Apakah yang menjadi penyebab anda mendatangi ke <i>coffee shop</i> ?	
13	Mengapa anda sebagai anak muda lebih menyukai <i>coffee shop</i> ?	
14	Mengapa anda lebih senang hangout bersama teman di Coffee Shop dari pada berkumpul dengan keluarga?	
15	Apakah Coffee Shop yang berkaitan dengan gaya hidup mempengaruhi Prestige sosial (status sosial) anda? Jelaskan	
16	Apa yang dapat <i>coffee shop</i> berikan kepada anda (secara universal)? Mohon penjelasannya	
17	Apakah <i>coffee shop</i> lebih banyak memberikan hal positif atau hal negatif terhadap gaya hidup anda?	

18	Peran <i>coffee shop</i> terhadap gaya hidup anda seperti apa?	
19	Bagaimana tanggapan/pendapat anda terkait budaya nongkrong anak muda sekarang ini?	
20	Apakah gaya hidup anda berubah setelah sering berkunjung ke <i>coffee shop</i> ? Jelaskan	
21	Menurut anda apakah <i>coffee shop</i> dan gaya hidup tidak bisa di pisahkan? Jelaskan mengapa?	
22	<i>Coffee shop</i> dijadikan sebagai ajang pameran/gengsi, benarkah menurut anda? Jelaskan alasan anda?	
23	Dampak dari <i>coffee shop</i> itu sendiri pada gaya hidup anda apakah sangat besar? Mohon penjelasannya.	
24	Apakah dengan adanya <i>coffee shop</i> , anda lebih leluasa mengekspresikan gaya hidup anda atau tidak? Berikan alasan anda.	
25	Apakah nongkrong di <i>coffee shop</i> adalah sebuah kebutuhan atau keinginan anda semata untuk memenuhi gaya hidup anda? Berikan alasan anda.	
26	Sangat pentingkah penampilan (<i>outfit</i>) anda pada saat ke <i>coffee shop</i> ? Jelaskan	
27	Apakah gaya hidup anak muda bisa dilihat melalui <i>trend</i> sekarang ini pada saat di <i>coffee shop</i> ? Berikan	

	penjelasan dan contohnya.	
28	Menurut anda berdirinya <i>coffee shop</i> bisa memberikan motivasi kepada anak muda untuk mendirikan usaha seperti para pelaku bisnis <i>Coffee shop</i> ? Berikan penjelasan anda	
29	Apakah adanya <i>coffee shop</i> menjadikan anda sebagai anak muda memiliki gaya hidup hedonis (bersenang-senang semata)? Jelaskan	
30	Tanggapan anda mengenai fasilitas yang disediakan di <i>coffee shop</i> ?	

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi bisa dalam bentuk tulisan (seperti sejarah hidup), bentuk gambar (misalnya foto), dan catatan bersejarah dari seseorang (seperti gambar, karya seni). Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dan wawancara dalam penelitian.⁴⁵

Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi ini dipakai peneliti untuk mendapatkan sumber-sumber data berupa gambar sehingga dapat menggambarkan secara langsung tempat penelitian tersebut.

H. Keabsahan Data

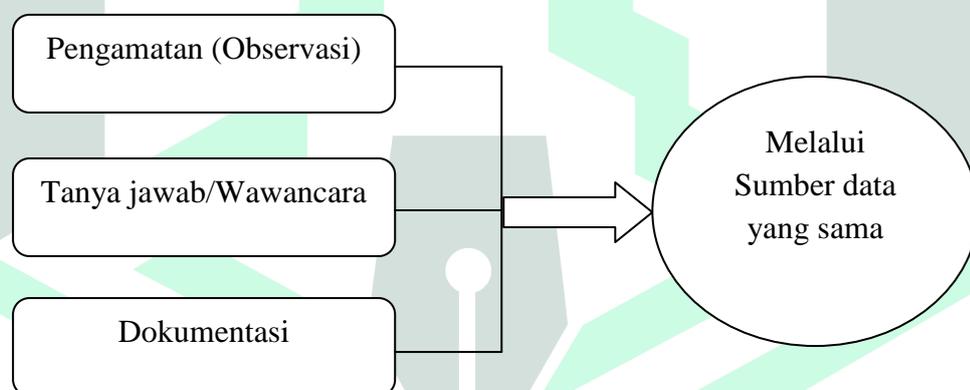
Untuk memeriksa keabsahan/kebenaran data dalam penelitian ini, maka peneliti memakai teknik pengumpulan data Triangulasi. Dimana triangulasi ialah

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 326.

teknik pengumpulan data dimana sifatnya menggabungkan antara teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan triangulasi yaitu untuk melihat kebenaran data atau informasi yang kita punya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua macam triangulasi, yaitu triangulasi teknik dan triangulasi sumber.⁴⁶

1. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berbeda-beda agar supaya mendapatkan informasi data dari sumber yang sama. Dimana peneliti menggunakan tiga cara yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh sumber data yang sama secara bersamaan. Hal tersebut dapat kita gambarkan berikut ini.

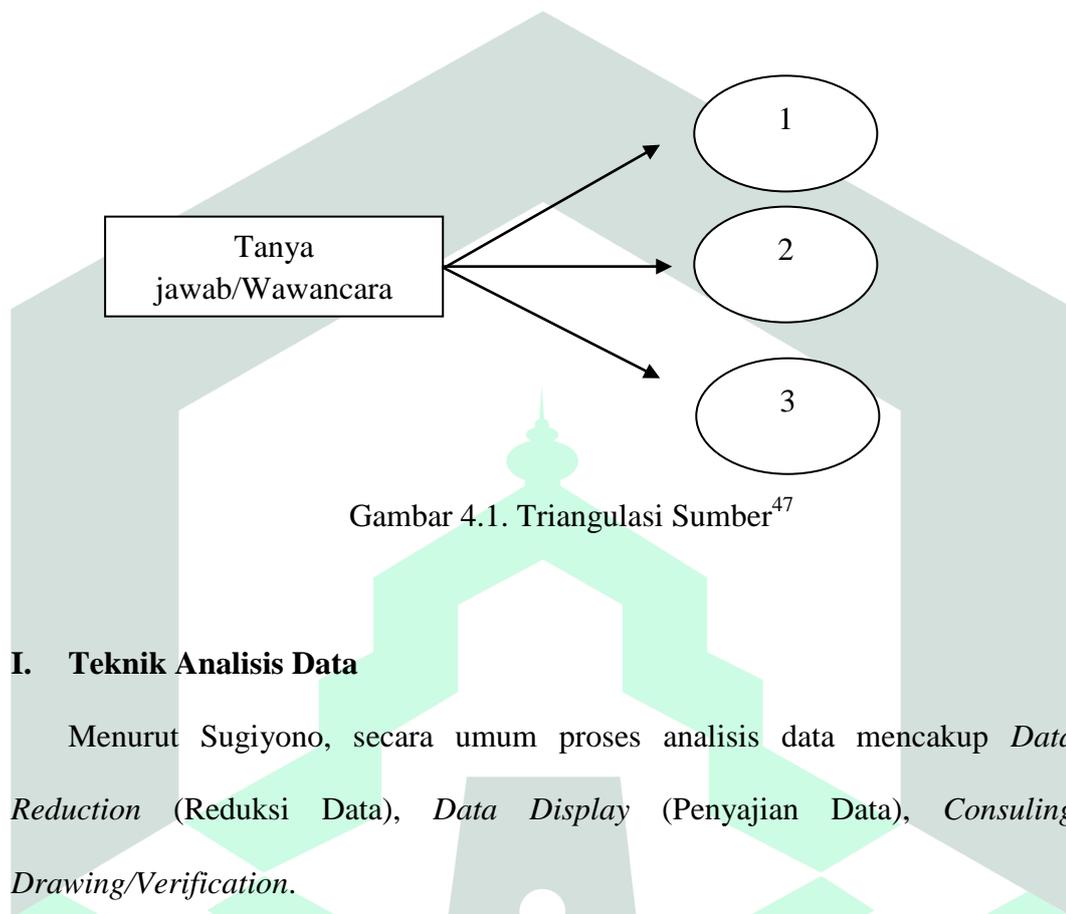


Gambar 3.1. Triangulasi Teknik

2. Triangulasi Sumber

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 241.

Triangulasi Sumber yaitu cara memperoleh data dari sumber yang berbeda-beda tetapi melalui teknik yang sama. Hal tersebut dapat kita gambarkan sebagai berikut.



Gambar 4.1. Triangulasi Sumber⁴⁷

I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, secara umum proses analisis data mencakup *Data Reduction* (Reduksi Data), *Data Display* (Penyajian Data), *Consuling Drawing/Verification*.

1. *Data Reduction* (Reduksi data)

Mereduksi data berarti mengumpulkan, memilih hal yang utama, fokus pada hal penting saja, dicari inti dan sistemnya. Dengan kata lain reduksi data yaitu mengurangi data yang tidak perlu dimasukkan dalam penelitian. Demikian data yang telah direduksi sudah bisa memberikan peneliti gambaran yang lebih

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 242.

jelas, dan mempermudah peneliti melakukan pengumpulan data dan mencari informasi jika dibutuhkan.

2. *Data Display* (Penyajian data)

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya yakni menyajikan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk penjelasan singkat, gambar atau bagan, hubungan antar bagian, *Flowchart* (bagan alur) dan sejenisnya.

3. *Consuling Drawing/Verification*

Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang disajikan masih bersifat sementara, dan sewaktu-waktu bisa berubah apabila tidak ditemukan fakta-fakta kuat yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang utarakan pada tahap awal di dukung oleh fakta-fakta yang benar dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang digunakan merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya.⁴⁸

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017) 247-252.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Sejarah Singkat Objek Penelitian



Solata Cafe merupakan salah satu kafe atau *Coffee shop* yang ada di Kota Palopo yang berdiri pada bulan November 2014. Awal mulanya Solata Cafe didirikan oleh Syamsul. Awalnya bapak Syamsul berjualan di depan taman baca Kota Palopo di jalan Andi Djemma menggunakan gerobak kopi yang sederhana. Pada tahun 2015, Solata cafe berpindah ke jalan Ahmad Razak Kota Palopo dan disitulah pendiri Solata cafe menyewa sebuah rumah sebagai tempat beroperasi. Setelah beroperasi selama 4 bulan lamanya di jalan Ahmad Razak, Solata Cafe lalu berpindah lagi untuk ketiga kalinya ke sebuah Ruko yang berada di jalan Pattimura Kota Palopo yang hanya bertahan selama 1 tahun 3 bulan. Kemudian berpindah lagi untuk ke empat kalinya ke ruko jalan Mungkasa Kota Palopo No. 01 yang beroperasi selama 3 tahun lamanya pada akhir tahun 2018.

Setelah berpindah-pindah tempat, untuk terakhir kalinya Solata Cafe berpindah tempat pada awal tahun 2019 ke jalan K.H.Muh. Hasyim No. 01 Kota Palopo dan beroperasi hingga sekarang ini dan menetap di tempat tersebut. Perpindahan tempat Solata Cafe ini, membuat Solata Cafe semakin dikenal oleh masyarakat Kota Palopo dan menjadi salah satu cafe yang digemari oleh masyarakat baik dari kalangan anak muda maupun dewasa, dan baik dari kalangan menengah bawah hingga menengah atas. Didukung pula dengan letaknya yang begitu strategis dimana berada di dekat kantor-kantor pemerintahan serta kampus-kampus ditambah dengan suasana kafenyanya yang menyediakan *outdoor* (tempatnyanya yang menyatu dengan alam dan pepohonan memberikan nuansa santai dan enak dan *indoor* (tempat yang lebih bersifat privasi), interior yang menarik, dan harga yang cukup terjangkau menjadikan Solata Cafe sebagai tempat tongkrongan yang nyaman untuk berdiskusi oleh siapapun termasuk mahasiswa, pekerja kantoran, dan masyarakat umum lainnya, tempat bersantai, berfoto ria, atau hanya menghabiskan waktu.

Solata Cafe menyediakan berbagai menu minuman dan makanan yang bervariasi dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau agar pelanggan tidak bosan untuk berkunjung dan mencoba berbagai menu yang disediakan. Adapun beberapa menu andalan yang disediakan oleh Solata Cafe yaitu, untuk minuman ada Ice Coffe Aren, Classic Coffee, dan Mocca Hazelnutt. Dan untuk menu makanan andalannya ada Nasi goreng Solata, Mie kuah, Ayam bakar Solata. Dan menu andalan tersebut menjadi favorit para pelanggan.

Kemudian, Solata cafe mempunyai karyawan sebanyak 17 orang. Dimana karyawan tersebut dibagi jadi beberapa bagian/divisi yaitu, satu orang yang ditunjuk sebagai *Manager* operasional, satu orang sebagai pengurus Administrasi, satu orang sebagai Konten kreator, 5 orang selaku Barista, 4 orang dibagian Dapur atau *Kitchen*, dan 5 orang sebagai *Waiters*.

2. Visi dan Misi

Dalam sebuah perusahaan, tentunya memiliki visi dan misi, dimana ini merupakan hal yang sangat penting karena dijadikan sebagai pedoman dan tujuan atau arah perusahaan untuk melangkah kedepannya. Berikut ini visi dan misi Solata cafe:

a. Visi

Menjadi tempat nongkrong yang asik dan mampu memenuhi harapan pelanggan dan sebagai wadah untuk pekerja seni untuk berkarya.

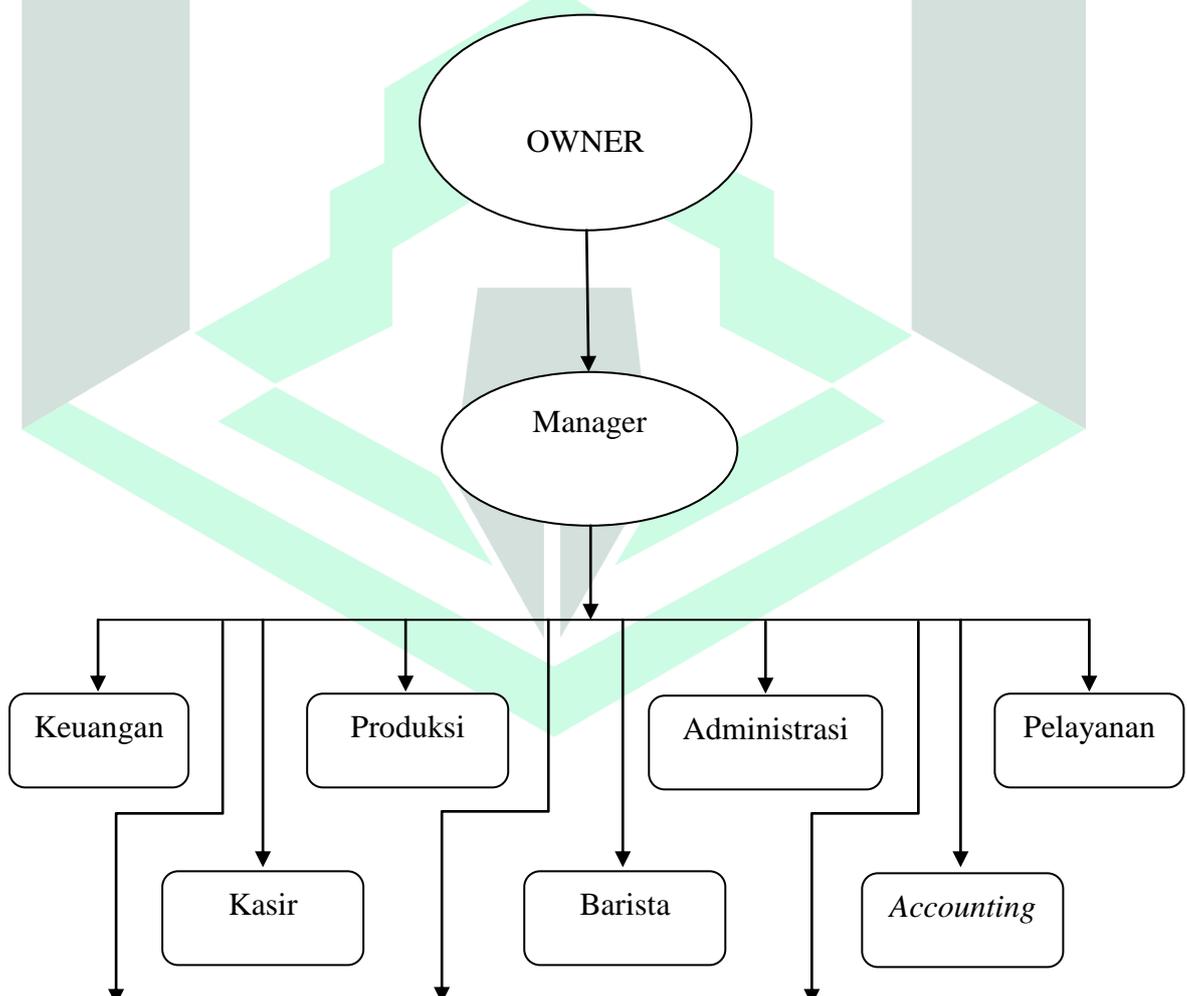
b. Misi

- 1) Menyajikan menu yang bervariasi dengan cita rasa yang khas yang sesuai dengan selera konsumen dengan harga yang terjangkau.
- 2) Memberikan pelayanan yang prima tanpa membedakan konsumen.
- 3) Menyediakan fasilitas seperti *Wi-fi*, Tv, dan tentunya menyediakan *live music* di hari-hari tertentu.
- 4) Memberikan ruang untuk para pekerja seni atau komunitas untuk berkarya yang sifatnya positif tanpa adanya hambatan khususnya mahasiswa.

3. Struktur Organisasi

Dalam sebuah perusahaan membutuhkan struktur organisasi atau pembagian tugas dimana untuk memperlancar segala aktivitas dan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan lebih produktif dan memiliki peran yang jelas. Oleh karena itu diperlukan kerjasama tim yang solid, saling membantu satu sama lain dalam melaksanakan pekerjaan guna mencapai tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Begitupun dengan Solata cafe yang mempunyai struktur organisasi dengan tujuan seerti yang telah dijelaskan di atas. Adapun gambaran struktur organisasi Solata cafe yaitu sebagai berikut:





Gambar 5.1 Struktur Organisasi

4. Strategi Solata Cafe Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis

Seperti yang kita lihat sekarang, di Kota Palopo sudah banyak sekali *coffee shop* atau kafe yang berdiri. Bisnis *coffee shop* sekarang memang menjadi bisnis yang sangat potensial sehingga banyak pelaku bisnis yang mendirikan bisnis ini. Maka dari itu menandakan bahwa bisnis *coffee shop* memang sangat menjanjikan dan juga sudah menjadi *life style* masyarakat kota palopo baik dari kalangan Anak muda sampai orang dewasa. Akan tetapi di tengah-tengah bisnis *coffee shop* yang marak ini, para pelaku bisnis dihadapkan yang namanya Persaingan bisnis. Seiring perkembangan bisnis *coffee shop* maka semakin tinggi pula persaingan yang akan dihadapi. Persaingan bisnis *coffee shop* terjadi karena semakin kedepan semakin banyak *coffee shop* yang berdiri dengan berbagai inovasi dan keunikan yang diterapkan. Mau tidak mau para pelaku bisnis harus siap dengan persaingan yang begitu ketat. Semakin menguntungkan bisnis *coffee shop* maka semakin banyak pelaku bisnis baru yang akan menggeluti, inilah yang menimbulkan persaingan bisnis.

Begitu pula yang dihadapi oleh Solata Cafe. Maka dari itu, untuk menghadapi persaingan bisnis yang ketat Solata Cafe melakukan dengan cara

mengupgrade suasana kafe untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen dan mengupgrade menu dengan berbagai variasi menu dengan menghadirkan plating (penyajian) yang terbaik agar para konsumen tertarik untuk mengunjungi Solata Cafe terus menerus. Dan yang paling utama untuk menghadapi persaingan bisnis, Solata cafe mempunyai Marketing yang menarik yaitu dengan memasarkan segala produknya di sosial media ataupun dari mulut ke mulut contohnya dari ownernya yang memiliki banyak circle pertemanan dan karyawan solata yang memiliki teman, orang yang pernah berkunjung ke Solata dan mengatakan “ayo ke Solata Cafe, tempatnya bagus disana dan suasananya juga bagus, makanan dan minumannya juga enak”, dengan begitu ini secara langsung maupun tidak memasarkan *coffee shop* Solata Cafe. Akan tetapi pemasarannya lebih ke media sosial karna di era teknologi sekarang ini hampir semua orang menggunakan sosial media jadi lebih efektif. Adapun dari segi harga, harga yang ditawarkan Solata cafe juga berbeda dengan para pesaing lainnya yaitu memberikan Harga yang terjangkau tetapi dengan kualitas yang baik dan tidak murahan.⁴⁹

B. Deskripsi Data Hasil Penelitian

1. Hasil Observasi

Peneliti melakukan observasi disalah satu *coffee shop* yang ada di Kota Palopo yaitu Solata Cafe pada bulan April 2022. Dalam hal ini peneliti, Observasi dilakukan dilakukan pada hari yang berbeda-beda pula. Observasi yang peneliti lakukan yaitu dengan mengamati tempat, mengamati pengunjung, dan juga aktivitas yang terjadi di dalam *coffee shop* tersebut. Selama Observasi yang

⁴⁹ Amar Ma'ruf, Pegawai Solata Cafe, *Wawancara*, Palopo, April 2022

peneliti lakukan, peneliti juga berinteraksi dengan beberapa karyawan Solata Cafe dan juga berinteraksi dengan pengunjung. Dengan observasi yang peneliti lakukan, maka peneliti mendapatkan informasi bahwa pada waktu pagi menjelang siang tidak begitu banyak orang yang berkunjung ke *coffee shop* dikarenakan orang-orang melakukan berbagai aktivitas. Akan tetapi *coffee shop* akan sangat ramai dikunjungi pada waktu sore sampai malam, apalagi pada saat hari libur jumlah pengunjung akan sangat ramai bahkan banyak yang sudah tidak kebagian tempat.

2. Hasil Wawancara

a. Bagaimana menurut anda tentang gaya hidup anak muda sekarang karena keberadaan *coffee shop*?

Pada bagian ini, peneliti akan membahas mengenai pendapat seseorang mengenai keberadaan sesuatu hal yang ada dikalangan masyarakat. Opini adalah sebuah pikiran atau sikap seseorang dalam melihat suatu masalah. dimana opini tiap orang dalam melihat suatu hal atau masalah pasti berbeda-beda walaupun pendapat orang ada yang sama maka itu bukan unsur kesengajaan.

Pendapat tiap orang berbeda dalam melihat gaya hidup anak muda sekarang dikarenakan keberadaan *coffee shop* ditengah-tengah masyarakat. Ada yang menganggap keberadaan *coffee shop* membuat anak muda menghabiskan waktunya untuk nongkrong di *coffee shop* dan lain sebagainya. Maka dari itu peneliti sudah melakukan wawancara mengenai opini para responden mengenai gaya hidup berkaitan dengan keberadaan *coffee shop*. Berikut ini peneliti akan memaparkan hasil wawancara terkait opini para responden.

Yusril, Amina, Rafli, Nur, Mutmainnah, Masse, dan Fakhrol⁵⁰ mengungkapkan hal yang sama bahwa bahwa *“keberadaan coffee shop membuat gaya hidup anak muda berubah, anak muda lebih banyak menghabiskan waktunya di coffee shop untuk sekedar nongkrong dan tak kenal waktu akan tetapi memiliki dampak positif dan negatif tergantung anak mudanya. Gaya hidup anak muda cenderung mengikuti perkembangan coffee shop”*.⁵¹

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Restu, Erwin, Danti, dan Ardi yang mengatakan bahwa *“gaya hidup anak muda mengikuti perkembangan zaman yang terus berubah-ubah. Gaya hidup anak muda semakin meningkat karena adanya coffee shop, anak muda yang dulunya Cuma jalan-jalan ke taman dan lainnya sekarang berubah karna adanya coffee shop, dan juga dipengaruhi oleh rasa gengsi”*.⁵²

Adapun pendapat dari Ahmad bahwa *“adanya coffee shop memberikan dampak positif dan negatif”*. Sedangkan menurut Mirna, *“gaya hidup anak muda sekarang mengikuti trend apalagi dengan adanya coffee shop sangat mengubah gaya hidup anak muda contohnya seringnya ke coffee shop”*. Berbeda pula yang diungkapkan oleh Arul, menurutnya *“gaya hidup itu relatif, ada yang sebatas menjadi penikmat saja, ada juga yang memanfaatkan momen coffee shop sebagai bidang usaha menguntungkan”*.⁵³ Lalu adapun Gifar mengungkapkan bahwa *“menurut saya gaya hidup anak muda menjadi lebih tinggi apalagi anak muda*

⁵⁰ Fakhrol, Rafli, dan Erwin. Pengunjung coffee shop, April 2022

⁵¹ Yusril, Masse, dan Mirna. Pengunjung coffee shop, Mei 2022

⁵² Restu, Danti, Amina, mutmainna, Nurfatimah, pengunjung coffee shop, April 2022

⁵³ Arul, pengunjung coffee shop, Mei 2022

sekarang menggunakan medsos untuk membagikan hal-hal yang berkaitan dengan *coffee shop*”.⁵⁴

Dari berbagai hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup anak muda semakin maju seiring perkembangan zaman. Gaya hidup anak muda sangat berbeda dengan yang dulu. Terlebih dengan keberadaan *coffee shop* yang semakin banyak sekarang ini memberikan pengaruh yang sangat besar bagi gaya hidup anak muda sekarang ini. Keberadaan *coffee shop* membuat anak muda lebih banyak menghabiskan waktu di *coffee shop* dengan melakukan berbagai aktivitas seperti nongkrong, minum kopi, bersantai dan sebagainya. Keberadaan *coffee shop* sekarang pun memberikan dampak positif maupun negatif, dampak positif yang dimaksud mencakup hal-hal yang dilakukan anak muda di dalam *coffee shop* yang memberikan manfaat bagi diri mereka sendiri, dan hal negatif yang dimaksud pun mengacu pada hal-hal yang hanya membuang-buang waktu dan uang saja. Gaya hidup anak muda yang selalu mengikuti trend karena adanya *coffee shop* salah satunya sering berkunjung ke *coffee shop*. Adanya *coffee shop* ini juga mempengaruhi tingginya gaya hidup anak muda sekarang yang di dukung oleh teknologi canggih sekarang seperti adanya sosial media yang membuat mereka selalu ingin memposting segala sesuatu yang berkaitan dengan *coffee shop*.

b. Aktivitas

Aktivitas adalah melakukan segala kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Sama halnya yang dilakukan oleh anak muda,

⁵⁴ Ahmad, ardi, dan Gafar. Pengunjung coffee shop, Mei 2022

dimana melakukan berbagai aktivitas menjadi rutinas mereka. Akan tetapi, sebagian aktivitas mereka luangkan untuk bersantai di tempat yang menurut mereka nyaman, salah satunya di *coffee shop*. Maka dari itu, peneliti akan memaparkan hasil wawancara dari para informan mengenai beberapa aktivitas yang dilakukan.

1. Bersama siapa anda biasanya ke *coffee shop* dan aktivitas apa yang dilakukan?

Semua informan mengatakan hal yang serupa bahwa mereka ke *coffee shop* bersama keluarga, pasangan, dan yang paling sering yaitu bersama teman-temannya. Informan juga mengatakan hal yang serupa mengenai aktivitas yang dilakukan di *coffee shop*. Para informan mengatakan bahwa ke *coffee shop* sebagian untuk nongkrong, bersantai, ngobrol, menghilangkan stres atau lelah, kerja tugas bagi yang berstatus mahasiswa. Ada pula yang datang ke *coffee shop* untuk main game sambil minum kopi, dan juga hanya untuk minum dan makan saja.

2. Biasanya anda ke *coffee shop* jam berapa dan berapa lama menghabiskan waktu di *coffee shop*, serta seberapa sering ke *coffee shop*?

Informan mengatakan hal yang sama bahwa mereka ke *coffee shop* jam 4 sore atau habis magrib, dan yang kebanyakan informan datang habis shalat isya. Adapun waktu yang dihabiskan yaitu mulai dari 2-3 jam, 4-5 jam bahkan lebih karena sering lupa waktu. Mereka berkunjung ke *coffee shop* rata-rata 2-3 minggu sekali.

3. Bagaimana anda mengatur waktu untuk ke *coffee shop*?

Informan juga mengatakan yang sama mengenai bagaimana mereka mengatur waktu untuk datang ke *coffee shop*. Mereka mengatakan bahwa mereka datang ke *coffee shop* pada saat semua kegiatannya selesai dan pada saat ada janji temu dengan teman maupun ada waktu kosong atau weekend.

4. Apakah anda tidak mempermasalahkan soal harga pada saat ke *coffee shop*?

Hal serupa pun dikatakan oleh para informan mengenai harga yang ditawarkan *coffee shop*. Mereka mengatakan bahwa mereka tidak mempermasalahkan soal harga yang ditawarkan karna memang harganya sesuai kualitas.

Dari hasil wawancara para informan diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa semua yang dilakukan oleh para anak muda diatas mengacu pada dimensi aktivitas/kegiatan yang melingkupi hobi, hiburan, *shopping*, Organisasi/komunitas yang di uraikan sebagai berikut:

- a. Hobi, adalah suatu kegiatan yang di sukai oleh seseorang sehingga dilakukan secara berulang-ulang. Dalam hal ini mereka tidak akan mempermasalahkan soal uang dan waktu mereka yang terpenting hobi mereka yaitu ke *coffee shop* terealisasikan dan membuat mereka senang. Mereka menganggap *coffee shop* bisa menghilangkan rasa lelah, stres mereka dengan suasana *coffee shop* yang nyaman serta rasa minuman yang mampu menjernihkan pikiran.
- b. Hiburan, adalah salah satu kegiatan yang dapat dipilih untuk menghilangkan stres dan lelah setelah banyaknya aktivitas yang sudah dilakukan. Salah satu yang dianggap hiburan adalah *coffee shop*, dimana mereka datang ke *coffee shop* untuk bersantai sambil menikmati kopi, ngobrol bersama teman, menikmati suasana tempat dan lain sebagainya.

- c. Shopping, belanja sudah pasti berkaitan dengan uang. tidak ada manusia yang tidak belanja. Akan tetapi dalam perihal belanja tidak terlepas dari yang namanya mengatur keuangan. Mereka senang berkunjung ke *coffee shop* karena harga yang ditawarkan terjangkau. Tapi pada saat mereka ke *coffee shop* seringkali mereka tidak mampu mengatur keuangan, salah satu contohnya memesan beberapa menu hanya karna penasaran bukan karna itu kebutuhan.
- d. Organisasi/Komunitas. Organisasi atau komunitas adalah kumpulan masyarakat dalam suatu wadah yang terdiri dari dua orang atau lebih. Berdasarkan wawancara, mereka ke *coffee shop* bersama teman-teman mereka. Ini menandakan bahwa mereka lebih nyaman melakukan berbagai aktivitas apabila bersama teman.

c. Apakah *Coffee shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidup anda?

Pendapat tiap orang berbeda mengenai keberadaan *coffee shop*. *Coffee shop* memberikan hal-hal baru dikalangan anak muda. Ada yang menganggap *coffee shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidupnya dan ada pula yang menganggap *coffee shop* bukan sebagai gaya hidup. Untuk mengetahui lebih jelas berikut pemaparan para informan.

Gafar, Fakhrul, Ardi, Arul, Danti, dan Erwin menjelaskan bahwa *coffee shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidupnya. Hal yang sama pun di ungkapkan oleh Mirna, Masse, Mutmainnah, Nur Rafli, dan Juga Restu, mereka mengatakan *coffee shop* sudah menjadi bagian dari gaya hidupnya.

Hal yang berbeda pula yang dikatakan oleh Yusril bahwa “tidak juga, karena masih banyak hal-hal lain selain *coffee shop* yang pantas sebagai acuan gaya hidup”. Ahmad pun mengatakan hal yang serupa dengan Yusril yaitu “Tidak, karna gaya hidup saya tidak termasuk di tempat *coffee shop* hanya sesekali tempat perkumpulan dengan teman”.

Amina memberikan pernyataan yang berbeda juga, Amina mengatakan “kalau buat saya itu bukan buat trend tapi kebutuhan, karena terkadang untuk menghibur diri dari kepenatan saya butuh suasana seperti di *coffee shop* ramai dan bersenda gurau dengan teman”

Dari berbagai hasil wawancara di atas mengenai *coffee shop* apakah bagian dari gaya hidup anak muda, maka dapat di simpulkan bahwa sebagian besar anak muda menganggap bahwa *coffee shop* adalah bagian dari gaya hidup mereka karena menganggap gaya hidup mereka sebagian besar ia tuangkan di dalam *coffee shop* seperti halnya mereka melepas lelas, kerja tugas atau sekedar nongkrong, dan masih banyak lainnya. Gaya hidup seseorang memang selalu mengikuti perkembangan zaman yang ada salah satunya keberadaan *coffee shop* yang mengubah gaya hidup anak muda karna *coffee shop* yang memiliki daya tarik tersendiri. Mau tidak mau gaya hidup anak muda pasti berubah entah itu alasan sekedar mengikuti atau memang gaya hidup tidak bisa lepas dari yang namanya *coffee shop*. Seiring berjalannya waktu, tanpa anak muda sadari *coffee shop* memang sudah jadi bagian dari gaya hidupnya salah satu contohnya mereka selalu meluangkan waktunya dengan seringnya mereka mendatangi *coffee shop* dengan berbagai alasan. *Coffee shop* memang menawarkan berbagai hal-hal unik

dan menarik sehingga anak muda mudah terpengaruh dan mengikuti perubahan-perubahan serta menyukai hal-hal yang berada di *coffee shop*. Dari hasil wawancara, ada beberapa dari mereka yang menganggap bahwa *coffee shop* bukan dari bagian gaya hidup mereka karena menganggap masih banyak hal lain selain *coffee shop* yang bisa jadi acuan gaya hidup dan *coffee shop* hanyalah tempat atau wadah untuk berkumpul saja.

d. Apakah anda mempublikasikan di medsos keberadaan/aktivitas anda di *coffee shop*?

Teknologi sekarang ini berkembang secara pesat. Diseluruh penjuru dunia semua orang menggunakan teknologi canggih seperti salah satunya yaitu handphone (telepon genggam) yang memiliki banyak fitur-fitur yang mudah diakses contohnya Whatsapp, instagram. Ini menjadi pengaruh bagi seseorang dalam berperilaku maupun bertindak. Pada pembahasan selanjutnya, peneliti melakukan penelitian untuk melihat seberapa sering atau tidaknya anak muda mempublikasikan kegiatannya di sosial media pada saat berada di *coffee shop*. Seperti yang kita lihat sekarang dari anak usia dini, anak muda, hingga dewasa tak bisa lepas dari yang namanya sosial media. Media sosial tidak hanya sebagai hiburan semata, tetapi sosial media menjadi tempat untuk mempublikasikan sesuatu dan menemani aktivitas sehari-hari.

Seperti hasil wawancara peneliti pada informan berikut ini:

Ahmad, Ardi, dan Yusril mengungkapkan bahwa mereka tidak mempublikasikan di sosial media keberadaan mereka di *coffee shop*. Berbeda

dengan Gafar, Arul, Danti, dan Erwin yang menyampaikan ia senang memposting atau mempublikasikan keberadaan mereka di sosial media tapi hanya sekali kali saja.

Hal yang sama pun diutarakan oleh Fakhrol, Mase, Mutmainnah, dan Mirna yang senang mempublis di medsos pada saat di *coffee shop* tapi hanya kadang-kadang saja. Ungkapan senada juga dari Nur, rafli, restu, serta amina juga menyampaikan kesenangannya mempublis tetapi tidak tiap saat memublishnya.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para informan di *coffee shop* Solata Cafe tentang kesenangan mempublikasikan keberadaan mereka di sosmed, peneliti menemukan bahwa sebagian besar anak muda mempublis keberadaan atau aktivitasnya di *coffee shop*. Akan tetapi senang mempublish bukan berarti setiap momen yang mereka lakukan harus dipublis, tapi hanya pada momen-momen tertentu saja. Ada juga anak muda yang setiap saat mempublish karena memang hobi potografi dan mengabadikan momen tersebut dengan alasan menyimpan semua momen di sosial medianya yang pernah dilakukan di *coffee shop*. Adapun anak muda mempublish di sosial media apabila mendapatkan spot yang menarik dan tempatnya yang unik untuk berfoto. Mempublikasikan keberadaan di *coffee shop* memang hal yang sudah biasa di zaman seperti sekarang ini sekaligus menjadi kesenangan bagi diri sendiri.

e. Lebih memilih ke mall/*coffee shop* dan apakah penyebab anda ke *coffee shop*, serta alasan anda menyukai *coffee shop*?

Pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai anak muda lebih memilih ke Mall atau ke *coffee shop* dan penyebab mereka menyukai dan mendatangi *coffee shop*. Penyebab anak muda memilih, dan menyukai sesuatu disebabkan oleh ketertarikan dan rasa ingin tahu yang besar. Ketertarikan anak muda pada sesuatu merupakan hal yang lumrah karena setiap orang pasti memiliki ketertarikan yang berbeda-beda. Dimana banyak orang terutama dikalangan anak muda menaruh ketertarikannya dalam hal tertentu seperti ketertarikan mereka ke *coffee shop*. Ketertarikan tersebut akan mengarah kepada keinginan yang sifatnya terus menerus untuk dilakukan baik terhadap suatu objek tertentu.

Dalam hal ini setelah peneliti melakukan wawancara para informan, maka berikut ini peneliti dapat memaparkan hasil wawancara tersebut:

Ahmad, Gafar, Ardi, Arul, dan Masse mengatakan hal yang sama bahwa mereka lebih memilih *coffee shop* dibandingkan ke Mall. Yang serupa juga diungkapkan oleh Danti, Mirna, Rafli, Amina, Yusril, dan Fakhrol bahwa mereka lebih memilih ke *coffee shop* dibandingkan mereka pergi ke Mall.

Lain halnya dengan Erwin dan Restu mengatakan memilih kedua-duanya tergantung apa yang diinginkan/dibutuhkan. Lalu Mutmainnah dan Nur mengungkapkan bahwa mereka menyeimbangkan antara Mall dan *Coffee shop*, juga tergantung budget yang mereka punya kalau budget lebih ke Mall dan begitupun sebaliknya

Berlanjut pada pemaparan hasil wawancara para informan penyebab informan mendatangi *coffee shop* berikut ini:

Yusril, Gafar, Ardi, dan Ahmad memaparkan mengenai penyebab mereka datang ke *coffee shop* karena ada ajakan teman, nongkrong, menikmati wifi gratis, atau membahas suatu hal maupun berdiskusi. Mutmainnah dan Nur pun mengatakan bahwa penyebab mereka datang ke *coffee shop* karna mereka ada janji bersama teman atau orang lain.

Hal lain yang diungkapkan oleh Arul dan Rafli bahwa mereka ke *coffee shop* karna mereka adalah penikmat kopi, serta menyediakan hiburan. Berbeda pula yang di katakan oleh Danti bahwa penyebab ke *coffee shop* untuk lepas lelah setelah aktivitas yang dilakukan. Lalu Mirna mengatakan penyebab ia ke *coffee shop* karna suntuk di kos, ketemu teman, dan ada masalah yang dihadapi.

Selanjutnya pemaparan dari Masse bahwa penyebab ia ke *coffee shop* untuk main game sendiri/teman, main sosmed, ada wifi gratis dan tempat charging. Hal lain disampaikan oleh Erwin, ia datang ke *coffee shop* yang gaya hidup dan *trend* yang diikuti. Berbeda dengan Restu yang mengungkapkan bahwa ia ke *coffee shop* karna harganya terjangkau dan tempatnya nyaman.

Selanjutnya, berikut ini untuk mengetahui lebih jelas mengenai alasan para informan lebih menyukai *coffee shop*:

Hal yang serupa diungkapkan oleh Ahmad, Ardi, Arul, Gafar, Danti bahwa mereka menyukai *coffee shop* dengan alasan fasilitas yang disediakan oleh *coffee*

shop, tempatnya yang nyaman. Erwin, Mutmainnah, Rafli, dan Amina menambahkan bahwa mereka menyukai *coffee shop* karena tempatnya nyaman dibandingkan yang lain dan tersedia juga fasilitas lainnya seperti hiburan *live* akustik, *wifi*.

Lalu hal berbeda diutarakan Masse, Yusril, dan Restu bahwa mereka menyukai *coffee shop* selain tempatnya nyaman harga yang ditawarkan terjangkau dan minumannya enak. Berbeda dengan Mirna, ia mengatakan menyukai *coffee shop* karena bisa menambah teman dan bertemu orang baru, serta *coffee shop* tempat untuk melakukan banyak hal. Nur mengatakan hal berbeda, ia menyukai *coffee shop* karena sarana untuk bertemu, ngobrol, dan berfoto. Hal berbeda juga dipaparkan oleh Fakhrol bahwa ia menyukai *coffee shop* karna *coffee shop* menyesuaikan *trend* yang ada dan anak muda suka hal tersebut.

Dalam pemaparan hasil wawancara para informan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar anak muda memilih *coffee shop* dibandingkan memilih ke Mall. Anak muda lebih memilih *coffee shop* dan datang ke *coffee shop* disebabkan karena berbagai fasilitas yang disediakan oleh *coffee shop* baik dari segi Interior dan fasilitas seperti *wifi* gratis, *charging*. *Coffee shop* menjadi salah satu tempat yang paling banyak diminati oleh masyarakat terutama anak muda, bisa dibilang *coffee shop* adalah tempat kegiata anak muda. *Coffee shop* memberikan sensasi yang berbeda yang dulunya hanya tempat minum kopi dan seiring perkembangan zaman mengalami banyak perubahan dan fungsi. Penyebab orang mendatangi *coffee shop* dikarenakan sekarang tidak hanya dijadikan tempat

minum kopi saja melainkan menjadi tempat untuk kumpul bersama teman, nongkrong, bersantai sambil menghilangkan lelah dan stres, diskusi, kerja tugas, main game, dan aktivitas lainnya. Penyebab orang menyukai *coffee shop* adalah selain ada *wifi* dan *charging*, harga yang ditawarkan terjangkau, tempatnya yang nyaman, unik untuk berfoto, serta kualitas menunya baik.

f. Mengapa anda lebih senang hangout bersama teman di *coffee shop* daripada berkumpul dengan keluarga?

Pada bagian ini peneliti akan membahas mengenai *coffee shop* dan keluarga, dimana banyaknya antusias anak muda untuk hangout bersama teman-temannya. Akan tetapi apakah mereka lebih memilih untuk ke *coffee shop* untuk nongkrong sama teman dibandingkan berkumpul bersama keluarga mereka sendiri. *Coffee shop* memang merupakan satu hal yang menyenangkan bagi para anak muda, *coffee shop* juga memberikan sensasi yang berbeda dari apa yang dilihat dan dirasakan dalam lingkungan keluarga. Tapi tidak menutup kemungkinan bahwa keluarga adalah lingkup yang paling pertama yang anak muda kenal sejak mereka lahir, tumbuh, berkembang dan mengajarkan berbagai hal yang tidak didapat diluar sana. Untuk lebih jelasnya, maka peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada informan sebagai berikut.

Menurut penuturan dari informan yaitu Amina, Rafli, Mirna, dan Ahmad. Mereka menuturkan bahwa lebih sering bersama teman untuk hangout di *coffee shop* disebabkan karna mereka jauh dari keluarga mereka.

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Masse, Fakhrul, Dan Ardi bahwa mereka jarang berkumpul dengan keluarga karena masing-masing mempunyai kesibukan, jadi mau tidak mau mereka butuh teman ngobrol dan hangout ke *coffee shop*. Ungkapan yang berbeda pun datang dari Yusril, Restu, Danti, dan Nur, mereka mengatakan lebih utama keluarga dan senang untuk berkumpul bersama keluarga tapi tidak menutup kemungkinan bahwa mereka juga senang hangout bersama teman di *coffee shop*. Jadi mereka menyesuaikan antara kumpul keluarga dan Hangout ke *coffee shop* bersama teman.

Hal yang berbeda pula dikatakan oleh Mutmainnah, Erwin, Arul, Dan Gafar, mereka mengatakan bahwa mereka senang kumpul bersama teman di *coffee shop* untuk mempererat solidaritas, menikmati kebersamaan dengan teman, dan di *coffee shop* memberikan suasana yang berbeda dari lingkup keluarga, tapi tidak menutup kemungkinan mereka juga senang kumpul dengan keluarga tapi mereka lebih banyak ke *coffee shop*.

Berdasarkan hasil pemaparan para informan diatas, dapat disimpulkan bahwa anak muda pada dasarnya lebih senang berada di *coffee shop* untuk *hangout* bersama teman-temannya dikarenakan berbebagai alasan. *Coffee shop* sudah menjadi rumah ketiga bagi anak muda. *Coffee shop* menawarkan sensasi yang sangat berbeda dari tempat lainnya. Fasilitas dan tempat yang ditawarkan menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat walaupun tidak mewah asalkan nyaman, unik. Maka dari itu anak muda terkadang lupa diri apabila sudah berada di tempat itu, gaya hidup yang dulunya biasa saja seakan berubah seiring

keberadaan *coffee shop* yang hampir disemua tempat. Itu juga berpengaruh pada anak muda dimana mereka jarang bersosialisasi dan berkumpul dengan keluarga. Walaupun ada yang mengatakan bahwa berkumpul keluarga adalah yang utama, tapi tidak menutup kemungkinan dilihat sekarang ini mereka senang berkumpul di *coffee shop*. *Coffee shop* membawa perubahan yang sangat signifikan bagi para anak muda baik dari segi gaya hidupnya yang meliputi waktu mereka, sosialisasi dilingkup keluarga dan teman yang sangat berbeda, budaya nongkrong anak muda yang tidak lepas dari gaya hidup mereka

g. Pemberian dan Peran *Coffee shop* Bagi Gaya Hidup

Pada bagian ini peneliti membahas mengenai hal apa saja yang diberikan *coffee shop* pada anak muda secara universal dan peran *coffee shop* bagi gaya hidup anak muda sekarang ini. Ada banyak hal dan peran yang bisa diberikan *coffee shop* pada kita, untuk itu peneliti telah melakukan wawancara untuk mengetahui hal tersebut, berikut ini pembahasan mengenai hasil wawancara peneliti.

1. Apa yang dapat *coffee shop* berikan kepada anda (secara universal)?

Yusril, Ardi, Erwin, dan Rafli mengatakan bahwa hal yang diberikan *coffee shop* adalah pelayanan yang diberikan memuaskan, produknya yang baik, dan juga fasilitas yang disediakan. Berbeda dengan ungkapan Mirna, Amina, Restu dan Fakhrol bahwa *coffee shop* memberikan kenyamanan, ketenangan, dan hiburan bagi mereka. Hal lain yang beda pun di katakan oleh Ahmad bahwa *coffee shop* memberikan tempat untuk berkumpul bersama teman.

Disisi lain, hal berbeda diungkapkan Nur dan Mutmainna bahwa *coffee shop* memberikan kepuasan tersendiri baik dari segi tempat dan menu. Ditambahkan pula oleh Danti, ia mengatakan bahwa *coffee shop* sebagai tempat penghilang lelah dan minumannya membuat pikiran jadi fresh. Arul mengatakan bahwa *coffee shop* memberikan suasana berbeda untuk menikmati kopi. Dan ungkapan dari Gafar juga bahwa di *coffee shop* ia dapat memperoleh inspirasi contohnya menemukan solusi dari permasalahannya.

2. Peran *coffee shop* terhadap gaya hidup anda seperti apa?

Masse, Erwin, Ardi, Rafli, dan Yusril menuturkan bahwa peran *coffee shop* bagi mereka yaitu sebagai tempat untuk ngobrol dan berkumpul bersama teman. Amina juga menambahkan hal serupa bahwa peran *coffee shop* yaitu sebagai tempat untuk berkumpul. Lain halnya dengan yang dikatakan Gafar yaitu sebagai tempat ia bertemu dengan teman. Berbeda dengan yang dikatakan oleh Ahmad bahwa peran *coffee shop* baginya yaitu tempat bersantai sambil minum kopi dang ngobrol.

Mirna juga mengungkapkan bahwa *coffee shop* merubah gayanya menjadi *fhasioneble*. Fakhrol dan Mutmainnah pun mengatakan bahwa peran *coffee shop* bagi dirinya yaitu menambah wawasannya. Nur mengatakan perannya adalah ia lebih menyukai *coffee shop*. Danti juga mengungkapkan hal berbeda bahwa peran *coffee shop* membuat konsumsi dan waktunya meningkat. Selanjutnya Arul menuturkan bahwa *coffee shop* tempat yang sangat praktis untuk bersantai.

Maka dapat disimpulkan bahwa *coffee shop* memberikan begitu banyak hal untuk anak muda seperti tempat yang nyaman, menu yang ditawarkan, pelayanan yang diberikan *coffee shop* membuat mereka puas, serta dari segi fasilitasnya. Dan juga memberikan ketenangan, hiburan yang membuat mereka senang seperti *live music*. Peran *coffee shop* bagi anak muda seperti tempat untuk berkumpul, menenangkan diri, menambah wawasan, bersantai, dan segala aktivitas yang dilakukan. Kegiatan yang dilakukan oleh anak muda mengarah pada kesenangan dan menunjukkan ketertarikan mereka terhadap *coffee shop* dan menjadikan mereka selalu berkeinginan berbeda dengan yang lainnya. Dengan begitu kita dengan mudah menebak bahwa anak muda sangat senang dengan keberadaan *coffee shop*.

h. *Coffee shop (Prestige Sosial & Gengsi)*

Di era modern seperti sekarang ini, pergeseran terjadi karena adanya faktor pembentuk gaya hidup anak muda salah satunya *coffee shop*. Seperti anak muda yang menganggap *coffee shop* memiliki *prestige* sosial dan gengsi sosial sehingga anak muda menjadikan nongkrong di *coffee shop* sebagai gaya hidupnya. Ada yang beranggapan bahwa berkunjung ke *coffee shop* akan memiliki *prestige social*. Untuk lebih lanjut, peneliti akan memaparkan hasil wawancaranya terhadap informan sebagai berikut.

1. Apakah *coffee shop* yang berkaitan dengan gaya hidup mempengaruhi *Prestige* sosial anda?

Ahmad, Gifar, Ardi, Arul, dan Danti mengatakan bahwa *coffee shop* tidak mempengaruhi sama sekali *Prestige social*. Di tambahkan pula hal sama oleh Erwin, Fakhrul, Mirna, Masse, dan Mutmainna, mereka mengatakan *coffee shop* tidak berpengaruh pada *prestige social* mereka.

Selanjutnya ungkapan yang sama dari Nur, Rafli, dan Amina bahwa tidak berpengaruh pada *prestige* sosial. Berbeda dengan penuturan Yusril dan Restu bahwa *coffee shop* mempengaruhi *prestige* sosial karena seringnya ke *coffee shop* maka orang lain menganggap status sosial kita berbeda.

2. *Coffee shop* dijadikan ajang gengsi, benarkah menurut anda?

Yusril, Masse, Mirna, dan Erwin mengungkapkan bahwa *coffee shop* menjadi ajang gengsi/pamer dan tidak afdol apabila tidak memperlihatkan pada orang lain bahwa mereka ada di *coffee shop*. Ungkapan yang sama juga dari Gafar, Ardi, Nur bahwa benar *coffee shop* biasanya dijadikan ajang untuk pamer/gengsi baik di dalam *coffee shop* maupun di sosial media

Berbeda dengan yang diungkapkan oleh Restu dan Amina bahwa bahwa *coffee shop* jadi ajang gengsi itu tergantung dari pribadi masing-masing ada hanya sekedar datang dan ada yang memang tujuannya untuk ajang gengsi/pamer.

Menurut Fakhrul sendiri mengatakan *coffee shop* hanya sebagai tempat untuk menikmati hal-hal di *coffee shop* bukan untuk ajang gengsi/pamer akan tetapi tidak menutup kemungkinan ada sebagian orang yang begitu. Rafli, Ahmad,

Danti, dan Arul mengatakan hal serupa yang dikatakan oleh Fakrul bahwa *coffee shop* bukan untuk ajang gengsi .

Dari pembahasan diatas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa sebagian anak muda menganggap bahwa *coffee shop* tidak mempengaruhi sama sekali *prestige* sosial mereka. *Prestige* sosial atau disebut status sosial tidak bisa diukur hanya dari segi anak muda selalu datang ke *coffee shop*. Status sosial diukur dari pendapatan, pekerjaan, dan latar belakang seseorang. *Prestige* sosial seseorang bisa berubah bukan karna berkunjung ke *coffee shop* melainkan bagaimana usaha mereka dalam merubah status sosialnya dengan bekerja atau hal lainnya. Akan tetapi banyak yang menganggap status sosial seseorang bisa diukur dari cara mereka berpakaian, seringnya mereka ke *coffee shop*, lingkup pertemanan, tergantung dari sudut pandang tiap individu. Kemudian sebagian anak muda menganggap *coffee shop* menjadi tempat untuk pamer dan ajang gengsi. Gengsi disebabkan oleh gaya hidup yang selalu meningkat dan mengikuti perkembangan zaman, maka tidak heran jika anak muda memiliki gengsi yang sangat tinggi. Anak muda sekarang selalu ingin terlihat lebih di bandingkan orang lain. *Coffee shop* salah satu tempat yang membuat gengsi anak muda sangat tinggi contohnya kebanyakan anak muda sekarang mempublikasikan kehidupann mereka di media sosial maupun hanya didalam *coffee shop* untuk memperlihatkan bahwa mereka berada di tempat yang bergengsi. Ada juga yang berpendapat bahwa *coffee shop* merupakan tempat untuk melakukan segala aktivitas dan menuangkan gaya hidup bukan untuk ajang gengsi maupun pamer.

i. Bagaimana tanggapan anda terkait budaya nongkrong anak muda saat ini dan apakah lebih besar dampak positif atau negatif yang diberikan oleh *coffee shop* terhadap gaya hidup anda?

Pandangan tiap orang terhadap budaya nongkrong anak muda sekarang sudah pasti berbeda-beda, ada yang menganggap bahwa nongkrong adalah hal yang sudah biasa dan ada juga yang mengatakan bahwa nongkrong hanya membuang waktu. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara untuk mengetahui opini para anak muda mengenai budaya nongkrong serta lebih besar dampak positif atau negatif yang diberikan oleh *coffee shop*.

Yusril mengungkapkan bahwa budaya nongkrong anak muda sekarang lebih pada waktu yang dihabiskan dan pamer gaya hidup saja, lalu *coffee shop* lebih banyak memberikan dampak positif. Amina juga mengungkapkan bahwa budaya nongkrong adalah hal biasa dan tergantung dari pribadi masing-masing apakah nongkrong hanya untuk menghabiskan waktu saja dan lupa akan kewajibannya sebagai umat islam, adapun dampak yang diberikan *coffee shop* kebanyakan hal positif. Menurut Restu sendiri budaya nongkrong sudah biasa karena anak muda sekarang memang senang nongkrong dan mencari tau hal-hal baru, ia juga mengatakan seimbang karena disisi positif memberikam kesenangan dan kebahagiaan. Tapi di sisi negatifnya lebih banyak waktu habis di *coffee shop*.

Danti mengatakan bahwa budaya nongkrong anak muda sangat berlebihan dan tidak mampu menyeimbangkan hal positif dan negatif pada saat nongkrong, ia juga mengatakan *coffee shop* memberikan dampak negatif karena konsumsinya

meningkat. Hal serupa juga diungkapkan Rafli, ia mengatakan selagi nongkrong anak muda menghasilkan hal positif maka itu hal bagus, dan *coffee shop* lebih banyak memberikan hal positif. Nur menuturkan bahwa selagi nongkrong anak muda bermanfaat dan tidak membuang-buang waktu itu hal yang tepat dan sah saja, lebih besar dampak negatifnya karena banyak menghabiskan uang saat di *coffee shop*. Mutmainnah mengatakan budaya nongkrong adalah hal biasa, karena memang anak sekarang senang nongkrong tapi bisa mengarah ke gaya hidup hedonis dan anak muda haus akan diakui oleh orang, pasti waktu mereka lebih banyak diluar, *coffee shop* lebih banyak memberikan dampak negatif.

Selanjutnya Mirna, Mase, dan Fakhrol mengungkapkan budaya nongkrong anak muda lebih maju dan wajar selagi melakukan hal-hal baik dan dampak yang diberikan *coffee shop* lebih ke hal positif. Hal yang tidak jauh berbeda juga dikatakan oleh Erwin dan Arul bahwa budaya nongkrong anak muda sekarang jauh lebih baik daripada zaman dulu karna kebanyakan nongkrong anak muda melakukan hal positif, tapi mereka juga mengatakan hal berbeda terkait dampak dari *coffee shop* dimana erwin mengatakan lebih banyak dampak negatifnya dan Arul mengatakan lebih banyak hal positifnya.

Ardi, Gafar dan Ahmad mengatakan budaya nongkrong anak muda sekarang lebih cenderung banyak menghabiskan waktu diluar yang sia-sia dan bisa menjadi dampak buruk apabila menjadi kebiasaan, mereka juga mengatakan *coffee shop* lebih banyak memberikan dampak positif.

Kemudian dari apa yang sudah dijelaskan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa budaya nongkrong merupakan aktivitas yang sudah menjadi hal biasa dan tabu dilakukan oleh anak muda. Budaya nongkrong sudah ada sejak dulu tapi berbeda dengan sekarang karena budaya nongkrong sudah lebih maju. Budaya nongkrong sekarang memang lagi senang-senangnya anak muda nongkrong di *coffee shop*, akan tetapi dengan catatan bahwa nongkrong anak muda tidak hanya membuang waktu dengan sia-sia dengan kegiatan yang tidak ada faedahnya sama sekali. Nongkrong akan lebih bermanfaat apabila melakukan berbagai aktivitas positif dan tidak melupakan kewajiban mereka sebagai anak dan umat muslim. Adapun dampak yang diberikan *coffee shop* bagi gaya hidup anak muda, dimana dapat disimpulkan bahwa dampak yang diberikan oleh *coffee shop* dapat menjadi hal positif apabila memiliki tujuan baik, seperti untuk bersilaturahmi, kerja tugas, ngobrol atau berdiskusi mengenai hal positif sambil minum kopi, dan tidak melupakan kewajiban yang harus ditunaikan. Namun, tidak menutup kemungkinan *coffee shop* bisa memberikan dampak negatif pula apabila kita tidak bijak dalam bertindak, seperti waktu yang terbuang sia-sia, konsumsi kita jadi lebih meningkat, tidak mampu *manage* (mengatur keuangan), dan melupakan kewajiban yang ada.

j. Outfit dan Trend dalam *Coffee shop*

Di era sekarang ini, gaya hidup merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari masyarakat terutama dari segi penampilan yang dimana di anggap sangat penting. Dikalangan masyarakat terutama anak muda selalu berlomba-lomba

dalam hal penampilan untuk menunjukkan bahwa penampilan mereka lebih baik dan lebih unggul dibandingkan orang lain. Bahkan penampilan terkadang membuat seseorang tidak mampu lagi mengatur keuangan mereka untuk merubah penampilannya. Banyak orang yang mengatakan bahwa penampilanlah yang pertama kali dilihat dan dinilai. Bahkan sering kali penampilan bisa membuat orang yang memandang bahwa mereka memiliki kelas sosial high dan berbeda..

Coffee shop merupakan salah satu trend yang digemari anak muda, akan tetapi didalam *coffee shop* juga, kita bisa melihat gaya hidup anak muda melalui trend-trend yang ada. Sekarang ini *coffee shop* tidak hanya tempat untuk menikmati kopi tanpa memikirkan trend akan tetapi sekarang ini pergeseran terjadi karena penyebab salah satunya adalah gaya hidup kaum muda. Salah satu trend yang ada di dalam *coffee shop* adalah cara berpakaianya. Anak muda sering sekali terpengaruh oleh industri gaya hidup, trend masa kini bisa dilihat dilingkungan sekitar kita. Perubahan gaya hidup dapat terjadi karena keinginan individu itu sendiri dan trend-trend yang beredar di masyarakat baik secara langsung maupun yang ada di sosial media berakibat anak muda melakukan perubahan baik dari gaya hidup, penampilan (*outfit*), dan gaya bicaranya.

Di kota Palopo anak muda memiliki persepsi tersendiri yang berbeda-beda mengenai pentingkah *outfit* saat ke *coffee shop* dan apa gaya hidup bisa dilihat lewat trend saat di *coffee shop*. Maka dari itu peneliti melakukan wawancara pada informan untuk mengetahui hal tersebut, seperti pemaparan para informan sebagai berikut.

1. Sangat pentingkah Penampilan (*Outfit*) anda pada saat ke *coffee shop*?

Amina, Gafar, Yusril Mengungkapkan penampilan penting saat ke *coffee shop*, yang terpenting outfit kita nyaman, bersih/rapi, dan juga sopan.

Ungkapan yang sama juga dari Mutmainna, Mirna, Danti, Masse, dan Restu bahwa Outfit penting saat ke *coffee shop* karena hal yang paling pertama dilihat orang pasti penampilan. Ditambahkan pula oleh Erwin bahwa outfit sangat penting karna karena ada rasa gengsi. Arul menuturkan bahwa *outfitnya* biasa saja karena ia orangnya simpel yang penting sopan.

Berbeda dengan apa yang dikatakan oleh Nur, Fakhru, dan Ahmad bahwa *outfit* tidak penting. Selanjutnya ditambahkan ungkapan yang sama dari Rafli dan Ardi bahwa *outfit* tidak penting saat ke *coffee shop* karna tidak menyukai outfit yang menonjol dan tidak ingin memamerkan penampilan.

2. Apakah gaya hidup anak muda bisa dilihat melalui *Trend* sekarang ini pada saat di *coffee shop*?

Restu, Rafli, Ahmad, Gafar, Yusril, Ardi, dan Mutmainna mengatakan trend anak muda bisa dilihat di *coffee shop* contohnya seperti cara berpakaian, gaya bicara, barang yang dipakai, maupun *circle* pertemannya. Ungkapan yang sama dikatakan oleh Danti dan Masse mengatakan trend bisa dilihat seperti main game viral dan pakaian trend di tiktok.

Fakhru dan Arul mengungkapkan hal yang sama juga bahwa di *coffee shop* kita bisa melihat trend anak muda dimana trend ini digunakan untuk

mengekspresikan diri. Erwin juga mengatakan trend bisa dilihat di *coffee shop* dan menjadi daya tarik tersendiri, contoh trend seperti pakaian dan barang.

Ungkapan berbeda dari Nur bahwa trend bisa dilihat maupun tidak, tergantung penilaian orang. Amina menambahkan bahwa *trend* tidak bisa dilihat hanya dari satu sisi saja, menilai seseorang tidak semudah itu, bisa saja yang sering ke *coffee shop* bergaya bak orang berada ternyata hanya orang biasa tetapi itu bukan masalah karena semua berhak bergaya dan berada di *coffee shop* selama ia mampu membeli.

Pendapat Mirna pun berbeda, ia mengatakan trend tentu saja tidak bisa dilihat hanya di *coffee shop* melainkan bisa dilihat di tempat lain seperti mall.

Dari hasil wawancara dari para informan di atas mengenai Outfit dan Trend di atas, dapat disimpulkan bahwa memang sebagian besar para informan mengatakan bahwa *outfit* (penampilan) memang penting pada saat berkunjung ke *coffee shop*. Penampilan adalah hal pertama kali yang dilihat dan dinilai seseorang. Penampilan pun menjadi daya tarik tersendiri. *Outfit* (penampilan) memang penting, tapi yang terpenting adalah sopan, rapi, dan bersih dalam berpenampilan. Juga paling utama juga dalam penampilan yaitu kenyamanan. Selanjutnya dari segi trend gaya hidup dalam *coffee shop*, sebagian besar anak muda menganggap bahwa kita bisa melihat trend-trend masa kini di dalam *coffee shop* seperti cara berpakaian mereka, barang yang dimiliki, gaya bicara, dan circle pertemanannya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa trend tidak hanya bisa dilihat di *coffee shop* tapi bisa dilihat di tempat-tempat lain.

k. Perubahan Gaya Hidup & Pengaliksiannya di *Coffee shop*

Kotler & Keller (2016) mengemukakan, gaya hidup adalah pola hidup individu maupun masyarakat dalam menjalani kehidupan diekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan pendapatnya.⁵⁵ Gaya hidup setiap individu akan selalu berubah-ubah, tetapi gaya hidup suatu individu maupun masyarakat tidak berubah secara cepat dan gaya hidup tersebut kebanyakan permanen. Berubahnya gaya hidup seseorang dikarenakan lingkungan tempat mereka tinggal, ikut-ikutan dengan orang lain, dan atas kemauan sendiri. Gaya hidup anak muda selalu ingin mereka tuangkan dalam kehidupan sehari-hari, akan tetapi terkadang mereka tidak leluasa untuk mengekspresikan gaya hidupnya karena beberapa alasan contohnya karena tempat yang dipilih tidak tepat.

Untuk itu peneliti melakukan wawancara dengan para informan agar mengetahui mengenai gaya hidup anak muda bisa berubah di *coffee shop* dan bisa leluasa mengekspresikannya, berikut ini pemaparan hasil wawancara peneliti.

1. Apakah gaya hidup anda berubah setelah sering berkunjung ke *coffee shop*?

Restu, Rafli, Nur, dan Mutmainnah menuturkan bahwa gaya hidup mereka berubah setelah sering berkunjung ke *coffee shop*. Hal yang sama pun diungkapkan oleh Mirna, masse, Erwin, dan Danti yang mengatakan gaya hidup mereka berubah seiring seringnya datang ke *coffee shop*. Hal serupa juga dikatakan Ardi, Gafar, dan Ahmad bahwa gaya hidup mereka berubah.

⁵⁵ Purboyo dkk, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia), 133

Berbeda pula yang di ungkapkan oleh Amina, Fakhrul, dan Yusril bahwa gaya hidup mereka tidak berubah karna seringnya ke *coffee shop* disebabkan mereka hanya menganggap *coffee shop* sebagai tempat bertemu teman sambil nongkrong, dan juga kerja tugas.

Arul memberikan penuturan bahwa seringnya ia ke *coffee shop* tidak membuat gaya hidupnya berubah, gaya hidupnya tetap sama yaitu hanya sebagai penikmat saja.

2. Apakah dengan adanya *coffee shop* anda lebih leluasa mengekspresikan gaya hidup anda atau tidak?

Yusril, Restu, Rafli, Nur, dan Ardi mengatakan bahwa bukan hanya di *coffee shop* mereka lebih leluasa mengekspresikan gaya hidupnya, akan tetapi di tempat lain pun mereka bisa. Fakhrul mengatakan bahwa *coffee shop* tidak bisa merubah gaya hidupnya. Erwin menuturkan gaya hidupnya tidak berubah apalagi jika leluasa mengekspresikan gaya hidup makan *value* sebagai manusia berkurang.

Lain halnya yang di ungkapkan oleh Mutmainnah, Mirna, Mase, Danti, dan Gafar bahwa mereka bisa leluasa mengekspresikan gaya hidup mereka pada saat di *coffee shop*. Ahmad mengungkapkan bahwa iya juga lebih leluasa mengekspresikan gaya hidupnya salah satunya sering memesan kopi karena ia penikmat kopi.

Arul menuturkan bahwa *coffee shop* cukup membantu dalam mengekspresikan gaya hidupnya. Berbeda dengan penuturan amina bahwa sebelum adanya *coffee shop*, ia sudah bebas mengekspresikan gaya hidupnya.

Dari hasil pemaparan di atas, maka dapat peneliti simpulkan bahwa sebagian besar gaya hidup anak muda berubah karna adanya *coffee shop*. Perubahan gaya hidup anak muda dapat dilihat dari berbagai segi, seperti tadinya hanya sibuk melakukan aktivitas dan berdiam diri di rumah beralih menjadi lebih banyak menghabiskan waktu di *coffee shop*, keinginan meniru gaya oranglain saat di *coffee shop*, cara berpakaian dan gaya bahasa meningkat, waktu dan uang tersita saat berkunjung ke *coffee shop*, dan tingkat konsumsi meningkat. Kemudian, sebagian anak muda mengatakan bahwa mereka lebih leluasa mengekspresikan gaya hidup mereka di *coffee shop* baik dari pakaian, hobi, dan berbagai aktivitas lainnya yang bisa dituangkan dalam *coffee shop*. Sebagian anak muda lainnya mengatakan bahwa tidak hanya di *coffee shop* tapi di tempat-tempat lain mereka juga bisa dengan leluasa mengekspresikan gaya hidup mereka. Ada pula yang mengatakan *coffee shop* cukup membantu dalam mengekspresikan gaya hidupnya. Satu dari anak muda tersebut memberikan penuturan bahwa sebelum *coffee shop* marak seperti sekarang ini, ia sudah lebih leluasa mengekspresikan gaya hidupnya.

I. Menurut anda apakah *coffee shop* dan gaya hidup tidak bisa di pisahkan?

Gaya hidup secara luas di artikan sebagai cara hidup untuk menemukan atau mencari bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang dianggap penting bagi mereka dalam lingkungannya (ketertarikan), dan juga apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri, serta apa yang dipikirkan tentang mengenai dunia di sekitarnya (pendapat). *Coffee shop* atau kafe merupakan suatu tempat yang digunakan oleh semua kalangan masyarakat terutama para anak muda untuk berkumpul bersama teman dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. *Coffee shop* menyediakan berbagai fasilitas, harga terjangkau dan desain interior yang unik. Gaya hidup anak muda selalu beriringan dengan keberadaan *coffee shop*. Dimana ada *coffee shop*, disitu pula kita bisa melihat gaya hidup anak muda sekarang. Proses terbentuknya gaya hidup anak muda bisa kita lihat dalam *coffee shop* baik dari gaya bicara dan berpakaian. Di *coffee shop* pula anak muda menampakkan citra diri mereka, dimana anak muda lebih memilih ke *coffee shop* daripada kedai kopi yang sederhana.

Coffee shop sudah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda saat ini. Gaya hidup anak muda meningkat drastis dari tahun ke tahun karena adanya *coffee shop*. Hampir di semua tempat *coffee shop* ramai dikunjungi oleh masyarakat khususnya anak muda, dari sini kita lihat bahwa *coffee shop* dan gaya hidup memang saling beriringan, tapi tidak menutup kemungkinan bahwa *coffee shop* dan gaya hidup bisa saja dipisahkan. Untuk itu peneliti melakukan penelitian

dan melakukan wawancara pada para informan, peneliti akan memaparkan hasil wawancara yang dilakukan sebagai berikut.

Danti dan Gafar menuturkan bahwa *coffee shop* dan gaya hidup tidak bisa dipisahkan karena dimana ada *coffee shop* maka disitu ada gaya hidup. Restu dan Masse mengatakan hal serupa bahwa tidak bisa dipisahkan karena adanya *coffee shop* membuat gaya hidup semakin meningkat contohnya dari segi waktu. Mirna dan Mutmainnah menambahkan bahwa tidak bisa dipisahkan karena penyebab paling besar gaya hidup anak muda berubah disebabkan adanya *coffee shop*.

Erwin mengungkapkan tidak bisa dipisahkan sebab *coffee shop* salah satu trend jaman sekarang sedangkan gaya hidup mengikuti trend yang ada. Yusril pula menambahkan, ia mengatakan *coffee shop* dan gaya hidup tidak bisa dipisah sebab banyak orang yang berkunjung dan otomatis penampilan perlu juga. Ardi pula mengatakan tidak bisa dipisah disebabkan kebanyakan anak muda memilih *coffee shop* untuk dijadikan tempat menuangkan gaya hidup dan sebagai wadah untuk melihat trend gaya hidup.

Selanjutnya, ungkapan yang berbeda dari Ahmad bahwa gaya hidup dan *coffee shop* bisa dipisahkan jika seseorang berpikir positif bahwa *coffee shop* bukanlah aktivitas yang harus rutin dikunjungi sehingga *coffee shop* tidak selamanya mempengaruhi gaya hidup. Nur dan Fakhrol bisa dipisahkan karena gaya hidup dan selera orang berbeda-beda.

Arul mengatakan bisa saja dipisah, tidak bisa dipungkiri *coffee shop* salah satu wujud gaya hidup tapi dalam tanda kutip selagi masih diminati. Amina berpendapat bahwa mengapa harus dipisah apabila bisa diselaraskan karena kita

juga butuh *coffee shop* untuk kumpul bersama teman, menghilangkan lelah dari aktivitas dan problem hidup.

Dari hasil pemapara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar anak muda mengatakan bahwa *coffee shop* dan gaya hidup memang tidak dapat dipisahkan. Perubahan gaya hidup anak muda memang disebabkan keberadaan *coffee shop*, di mana *coffee shop* adalah salah satu wujud gaya hidup sekarang. Gaya hidup bisa berubah seiring mereka mendatangi *coffee shop* untuk melakukan berbagai kegiatan dan di dalam *coffee shop* itu pula banyak *trend-trend* yang anak muda bisa jumpai, dengan begitu timbullah keinginan untuk sedikit demi sedikit mengikuti apa yang ada di *coffee shop* yang semakin membuat gaya hidup semakin meningkat. Akan tetapi, ada juga berpendapat bahwa gaya hidup dan *coffee shop* bisa dipisah disebabkan tiap orang memiliki gaya hidup dan pemikiran berbeda. Selagi anak muda memiliki pola pikir yang baik, maka *coffee shop* dan gaya hidup tidak menjadi sesuatu yang buruk.

m. Apakah nongkrong di *coffee shop* adalah sebuah kebutuhan atau keinginan anda semata untuk memenuhi gaya hidup anda?

Di *coffee shop*, tidak hanya menikmati minuman yang berbau kopi saja melainkan menikmati berbagai menu makanan dan minuman, anak muda datang ke *coffee shop* karena kenyamanan. Apabila dirasa tempatnya *worth it* maka pasti anak muda tertarik dan terus menerus datang. Ada dua pilihan bagi anak muda saat memilih datang ke *coffee shop* yaitu menjadi kebutuhan atau keinginan semata. Dalam artian bahwa apakah anak muda lebih mementingkan keinginan atau lebih mementingkan kebutuhan. Akan tetapi kadang anak muda tidak

menyadari bahwa keinginan selalu dianggap sebagai kebutuhan, seperti saat ia datang ke *coffee shop*. Keinginan harus selalu terpenuhi, ini menjadi salah satu perilaku anak muda sekarang dikarenakan hal-hal yang populer.

Yusril menyampaikan pendapatnya bahwa nongkrong di *coffee shop* hanyalah keinginan tapi bukan untuk gaya-gayaan melainkan cerita bersama teman. Erwin menyampaikan nongkrong di *coffee shop* cuma keinginan karena baginya gaya hidup adalah bagian dari keinginan bukan kebutuhan.

Arul juga menyampaikan pendapatnya bahwa hanya sebatas keinginan nongkrong di *coffee shop* karena tidak mesti datang ke *coffee shop* untuk memenuhi kebutuhan. Gafar menuturkan juga bahwa hanya keinginan yang selalu ia turuti dengan alasan tempatnya nyaman untuk melepas lelah.

Mutmainnah memberikan penuturan bahwa awalnya hanya sebatas keinginan nongkrong di *coffee shop* tetapi lama-lama jadi kebutuhan karena ia butuh tempat nyama.

Amina mengungkapkan nongkrong di *coffee shop* adalah kebutuhan dan keinginan, kebutuhan karna butuh kumpul bersama teman, *wifi gratis*, kerja tugas. Dan keinginannya karna ia memang ingin ke *coffee shop* untuk minum kopi.

Ungkapan berbeda dari Restu, Rafli, Mirna, Nur dan Masse mengatakan nongkrong di *coffee shop* adalah kebutuhan karena ingin lepas lelah, memberikan me time untuk diri sendiri setelah melakukan berbagai aktivitas. Pendapat yang

sama juga disampaikan oleh Danti dan Ahmad bahwa sebatas kebutuhan saja nongkrong di *coffee shop* untuk lepas lelah.

Fakhrul dan Ardi mengungkapkan bahwa nongkrong di *coffee shop* hanya kebutuhan karna ia hanya kerja tugas sambil memakai *wifi* gratis yang disediakan oleh *coffee shop*, dan berkumpul bersama teman. Ardi mengungkapkan juga bahwa nongkrong hanya sebatas kebutuhan untuk nongkrong sambil minum kopi dan main game.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ketertarikan anak muda nongkrong di *coffee shop* menjadi bagian dari gaya hidup baru yang menjadi pilihan anak muda yang sebagian besar mengatakan, nongkrong di *coffee shop* sebagai kebutuhan mereka untuk melepas lelah, memberikan *me time* untuk diri sendiri, melakukan berbagai aktivitas, dan melakukan hal yang bermanfaat seperti kerja tugas yang didukung oleh fasilitas *coffee shop* seperti *wifi* gratis dan *charging*. Ada pula yang menganggap bahwa nongkrong di *coffee shop* hanya sebatas keinginan disebabkan hasrat kesenangan yang dimiliki. Keinginan mereka didorong salah satu faktor yaitu fasilitas yang disediakan oleh *coffee shop*.

n. Apakah adanya *coffee shop* menjadikan anda sebagai anak muda memiliki gaya hidup hedonis?

Coffee shop sudah jadi bagian gaya hidup anak muda. Berbicara mengenai gaya hidup tidak selamanya melekat pada suatu hal negatif. Seseorang akan bisa menjalani gaya hidup apabila didasari dengan menyeimbangkan yang baik dan

buruk. Akan tetapi kadang manusia tidak sadar bahwa gaya hidup yang mereka jalani mengarah pada gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang hanya memikirkan kesenangan dan hura-hura tanpa memikirkan dampak yang ditimbulkan. Gaya hidup hedonis bisa dilihat melalui masalah yang di hadapi oleh seseorang dan kemudian menyelesaikannya di luar.

Menurut Susanto, menyebutkan bahwa atribut-atribut gaya hidup hedonis ditunjukkan dengan lebih senang mengisi waktu luang di tempat nyaman, dan santai seperti *coffee shop*.⁵⁶ Sekarang ini memang *coffee shop* sangat diperhitungkan keberadaannya terutama dikalangan anak muda yang memiliki budaya nongkrong yang tidak bisa hilang dari dalam diri mereka. *Coffee shop* memang dianggap sebagai tempat yang nyaman untuk melepas lelah dan melakukan segala kegiatan, serta sebagai pelarian dan penyelesaian problematika hidup yang di alami oleh individu.

Untuk mengetahui lebih lanjut, peneliti telah melakukan wawancara pada informan untuk mengetahui apakah *coffee shop* menjadikan anak muda memiliki gaya hidup hedonis. Berikut ini pemaparan hasil wawancara peneliti.

Yusril berpendapat bahwa *coffee shop* menjadikan dirinya memiliki gaya hidup hedonis disebabkan seringnya ia berkunjung untuk sekedar bercerita dan menikmati apa yang diberikan oleh *coffee shop*. Mutmainnah menambahkan juga bahwa gaya hidupnya bisa dikatakan hedonis karna ia mengeluarkan uang untuk

⁵⁶ A.B. Susanto, *Potret-potret Gaya Hidup Metropolis*, (Jakarta:Kompas,2001), Hlm. 17.

konsumsi di *coffee shop* tanpa memikirkan akan habis berapa yang penting ia senang.

Berbeda dengan yang diungkapkan Masse, Fakhrol, dan Rafli mengatakan bahwa *coffee shop* tidak menjadikan dirinya memiliki gaya hidup hedonis karena mereka datang ke *coffee shop* bukan untuk bersenang-senang melainkan memang butuh, kerja tugas, dan mengisi waktu luang. Lalu Ardi mengatakan hal serupa bahwa tidak membuat dirinya bersikap hedonis karena baginya *coffee shop* hanya tempat untuk melakukan hal positif. Kemudian, Restu menambahkan bahwa gaya hidup harus seimbang jangan hanya bersenang-senang saja.

Mirna mengungkapkan bahwa gaya hidupnya tidak hedonis sebab *coffee shop* suatu tempat untuk mengekspresikan diri dan melakukan berbagai hal. Nur mengungkapkan gaya hidupnya tidak hedonis, tapi ada waktunya untuk senang-senang di *coffee shop* dan ada waktu melakukan kesibukan seperti bekerja. Erwin menuturkan bahwa tidak hedonis karena menurutnya ia berkunjung ke *coffee shop* untuk kumpul bersama teman dan tempat penghilang stres.

Amina mengungkapkan ia pribadi tidak memiliki gaya hidup hedonis karna ia membedakan kebutuhan kuliah dan *coffee shop*. Ia hanya ke *coffee shop* saat memang ia butuh. Arul mengungkapkan tidak memiliki gaya hidup hedonis karena adanya *coffee shop*, dana gaya hidup hedonis tergantung situasi dan kondisi.

Ahmad mngungkapkan adanya *coffee shop* tidak membuat ia memiliki gaya hidup hedonis melainkan ia menjadikan *coffee shop* sebagai tempat yang

mendukung dan membantu apa yang ia butuhkan. Lain halnya dengan Danti, ia mengungkapkan gaya hidupnya tidak hedonis, ia lebih senang menabung dan bekerja akan tetapi boleh ke *coffee shop* dengan catatan tidak menjadikan kita bersikap hedonis.

Dari apa yang dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar informan mengatakan bahwa *coffee shop* tidak menjadikan mereka memiliki gaya hidup hedonis, mereka datang ke *coffee shop* karna memang butuh tempatnya dan melakukan aktivitas positif. Anak muda juga menganggap *coffee shop* memberikan dan membantu apa yang mereka memang butuhkan. *Coffee shop* memang salah satu bagian gaya hidup yang memberikan pengaruh cukup besar pada anak muda. Selagi gaya hidup mereka tidak menjurus ke gaya hidup hedonis, maka sah-sah saja karena memang anak muda memiliki tuntutan hasrat dalam dirinya. Dan juga selagi para anak muda melibatkan agama dan didalam berbagai gaya hidupnya maka itu akan menjaga mereka dalam sikap dan gaya hidup hedonis (senang-senang).

o. Tanggapan anda mengenai fasilitas yang disediakan di *coffee shop*?

berbicara mengenai *coffee shop*, sebagai tempat untuk menghabiskan waktu, nongkrong, reuni dan lain sebagainya. Suasana seperti inilah yang diharapkan oleh anak muda. *Coffee shop* selain memberikan tempat yang nyaman, *coffee shop* juga memberikan fasilitas yang memang sangat dibutuhkan oleh orang-orang sehingga mereka betah lama-lama di dalam *coffee shop*.

Peneliti melakukan wawancara pada informan untuk mengetahui pendapat anak muda mengenai fasilitas yang disediakan oleh *coffee shop*. Berikut ini pemaparan para informan.

Rafli, Masse, dan Danti mengatakan bahwa mereka puas dengan fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop*. Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Amina, Restu, Ardi bahwa fasilitasnya memuaskan dan memadai terutama karena tersedianya *wifi* gratis dan tempat *charging*.

Mutmainnah, Fakhrol, Gafar, dan Mirna menambahkan bahwa fasilitasnya baik, memadai dan bagus karena menyediakan *live music*, tempat *charging*, spot foto dan lainnya. Danti mengungkapkan hal serupa bahwa fasilitas yang diberikan lumayan baik.

Arul menuturkan bahwa fasilitas yang disediakan *coffee shop* untuk kebutuhan cukup membantu. Nur mengatakan bahwa *coffee shop* memiliki desain minimalis dan unik.

Ahmad mengungkapkan pendapatnya bahwa fasilitasnya sangat memadai karena tempatnya nyaman dan *free wifi*. Yusril mengungkapkan bahwa fasilitas yang disediakan baik dan setara dengan kebutuhan, tapi agak kurang menarik dibagian spot foto.

Maka dapat disimpulkan bahwa keberadaan *coffee shop* bukan hanya untuk minum kopi tetapi memberikan fasilitas yang memang dibutuhkan oleh pengunjung. Fasilitas yang paling membuat anak muda puas adalah tersedianya

Free wifi dan *tempat charging*. Dengan adanya fasilitas *wifi* dan *charging* membuat para pengunjung betah berlama-lama di *coffee shop*. Sebagian dari mereka memanfaatkan *wifi* untuk kerja tugas, membuka sosmed, main game, buka *youtube*, dan lain sebagainya. Sebagian fasilitas lain di *coffee shop* seperti desainnya yang minimalis dan unik, membuat pengunjung memiliki spot foto menarik untuk di unggah di sosmed.

p. Menurut anda berdirinya *coffee shop* bisa memberikan motivasi kepada anak muda untuk mendirikan usaha seperti para pelaku bisnis *coffee shop*?

Kafe atau *coffee shop* selalu identik dengan tempat nongkrong kekinian dan sangat populer, terlebih dikalangan anak muda. Tak heran jika usaha atau bisnis *coffee shop* dilirik dan diminati banyak kalangan, karena konsumen dari bisnis ini tidak pernah surut. Banyaknya peminat bisnis *coffee shop* dari tahun ketahun membuat persaingan semakin ketat.

Adanya bisnis ini membuat siapa saja termotivasi terutama para anak muda untuk mendirikan bisnis *coffee shop* maupun bisnis-bisnis lainnya. Peluang bisnis memang selalu ada tergantung dari segi mana seseorang melihat. Bisnis *coffee shop* memang dinilai sebagai bisnis yang menggiurkan salah satunya adalah omset yang menjanjikan, maka tidak heran banyak anak muda termotivasi dengan hal tersebut.

Pada penelitian ini, wawancara dilakukan kepada informan untuk mengetahui bahwa anak muda termotivasi mendirikan bisnis seperti para pelaku bisnis *coffee shop*. Berikut ini pemaparan para informan.

Yusril mengatakan bahwa sudah pasti memotivasi apalagi *coffee shop* memang tempat ngumpul, peluang dan untungnya banyak apalagi *coffee shop* banyak dirikan para pelaku bisnis. Ahmad dan Mutmainna mengatakan juga bahwa tentu memotivasi anak muda karena bisnis *coffee shop* meningkat drastis dan para pelaku bisnis berlomba-lomba, apalagi yang mendirikan *coffee shop* kebanyakan anak muda. Gafar menambahkan bahwa memotivasi terutama ia sendiri, dimana seperti yang dilihat *coffee shop* memiliki omset yang besar dan siapa tidak tergiur, bisnis pasti menjanjikan apabila di tekuni.

Amina dan Ardi mengatakan hal sama bahwa sudah pasti memotivasi anak muda untuk membuka usaha yang banyak diminati seperti *coffee shop* dengan melihat peluang yang ada dan tidak harus dengan budget yang besar. Arul menambahkan hal serupa bahwa memotivasi dan bisnis seperti ini memang berpotensi, apalagi modal usaha ini disesuaikan dengan budget. Dan menambahkan juga, ia mengatakan bisa memotivasi anak muda untuk membuka usaha dengan menuangkan inovasi-inovasi baru didalamnya yang berbeda dari orang lain.

Erwin juga menuturkan bisnis *coffee shop* memotivasi anak muda dan memunculkan ide untuk melihat peluang usaha seperti mendirikan bisnis *coffee shop* dan *roasting coffee*. Fakhru juga menuturkan bahwa memang memotivasi

anak muda untuk berani berbisnis dan mempunyai penghasilan. Masse dan Mirna mengatakan memotivasi para anak muda karena melihat bisnis *coffee shop* banyak diminati masyarakat dan akan terbesit dalam diri ingin mendirikan bisnis *coffee shop* maupun bisnis-bisnis lainnya dan bisa lebih sukses kedepannya.

Nur mengatakan bahwa bisa memotivasi anak muda untuk melihat peluang bisnis yang ada. Rafli menuturkan bahwa iya bisa memotivasi anak muda, tapi tergantung dari kesadaran dan kesanggupan masing-masing karena tidak semua orang mampu dalam bidang usaha/bisnis. Restu menambahkan bahwa tentu memotivasi anak muda mendirikan usaha yang sama ataupun berbeda sehingga tanpa disadari anak muda membuka lowongan kerja bagi orang lain.

Maka dapat peneliti simpulkan bahwa memang benar, berdirinya *coffee shop* membuat anak muda termotivasi dan memiliki tekad untuk membuka usaha yang sama maupun usaha yang berbeda-beda sesuai minat mereka. Seperti yang terlihat sekarang ini, *coffee shop* merupakan suatu bisnis yang sangat menjanjikan dilihat dari omset (keuntungan) yang di dapat sangat besar, inilah yang menjadi alasan utama seseorang ingin mendirikan usaha. Selain termotivasi, anak muda juga harus jeli dalam melihat berbagai peluang sehingga mereka tidak asal-asalan mendirikan suatu bisnis yang dapat merugikan kedepannya. Suatu bisnis dapat dikatakan bertahan di era persaingan bisnis yang ketat apabila para pelakunya betul-betul menekuni, memberikan inovasi-inovasi didalamnya, belajar dari kegagalan dan mampu melihat pesaing maupun peluang, Tidak ada bisnis yang

berhasil apabila tidak melalui yang namanya jatuh bangun. Membuka bisnis berarti membuka lowongan kerja bagi orang lain dan mengurangi pengangguran.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan di *Coffee shop* Solata Cafe yang berada di Kota Palopo, peneliti menemukan hasil mengenai gaya hidup anak muda ternyata memang memiliki hubungan timbal balik yaitu keberadaan *coffee shop* mempengaruhi gaya hidup dan juga gaya hidup mempengaruhi *coffee shop*.

Dimana gaya hidup yang mempengaruhi keberadaan *coffee shop* disebabkan gaya hidup anak muda yang dari dulu selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman. Gaya hidup memiliki peran penting dalam keputusan anak muda untuk melakukan sesuatu diantaranya keputusan mereka untuk melakukan pembelian dan berbagai aktivitas yang berbeda dari biasanya. Keputusan mereka dalam melakukan pembelian tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang selalu ingin memenuhi kebutuhan yang diakibatkan berbagai macam gaya hidup yang diukur berdasarkan aktivitasnya seperti ketertarikan terhadap terhadap suatu tempat seperti *coffee shop*. Hal ini selaras dengan pendapat Kotler & Keller (2016) yang mengemukakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup individu maupun masyarakat dalam menjalani kehidupan di ekspresikan dalam aktivitas, ketertarikan, dan pendapatnya. Adanya keinginan-keinginan tersebut membuat keberadaan *coffee shop* di kota palopo semakin banyak. karakter anak muda di zaman sekarang ini selalu ingin agar keberadaan (eksistensinya) selalu di hargai secara sosial (maksudnya di kalangan masyarakat). Maka dari itu anak muda

selalu membutuhkan tempat untuk memperlihatkan keberadaannya sehingga mereka dianggap lebih di masyarakat (terutama dikalangan sesama anak muda) sehingga anak muda menuangkan gaya hidup yang selama ini mereka punya salah satunya melakukan nongkrong. Untuk itu gaya hidup yang selalu ingin di penuhi dan dituangkan, sehingga membuat keberadaan coffee shop semakin banyak di kota Palopo ini. Gaya hidup juga menjadi salah satu alasan besar anak muda melakukan nongkrong di coffee shop sehingga keberadaan coffee shop semakin meningkat.

Disisi lain pula eksistensi *coffee shop* di Kota Palopo memang sangat diperhitungkan bagi kalangan anak muda saat ini, tidak dipungkiri bahwa seiring perkembangan zaman gaya hidup anak muda semakin mengalami perubahan, dimana keberadaannya mampu menggeser secara signifikan perilaku gaya hidup anak muda di Kota Palopo. Salah satu wujud dari gaya hidup anak muda yaitu nongkrong di *coffee shop*. Dapat dikatakan bahwa, anak muda menganggap eksistensi *coffee shop* merupakan tempat ketiga bagi mereka.

Eksistensi *Coffee shop* atau biasa disebut kafe yang berada di tengah-tengah masyarakat terutama anak muda di Kota Palopo mempunyai *value* (nilai) tersendiri sebagai salah satu untuk memanfaatkan waktu luang mereka, sekedar melakukan aktivitas, ataupun memiliki tujuan yang penting untuk dilakukan di *coffee shop*. Hal ini sejalan dengan pendapat (Solomon, 2011) bahwa Gaya hidup didefinisikan sebagai pola penggunaan (konsumsi) yang mencerminkan pilihan seseorang dalam rangka bagaimana menggunakan uang dan waktunya. Berbagai

aktivitas dapat dilakukan di dalam *coffee shop* itu sendiri. *Coffee shop* memang mempengaruhi gaya hidup anak muda sekarang terlebih dari segi penampilan, dan juga konsumsi yang semakin tinggi, dan tujuan mereka selalu berkunjung ke *coffee shop*. Adanya *coffee shop* menyebabkan gaya hidup anak muda meningkat disebabkan begitu banyak *trend-trend* yang bisa mereka lihat di dalam *coffee shop*. Tidak hanya itu, *coffee shop* memang dipandang sebagai tempat yang bisa menaikkan *prestise* bagi sebagian kalangan anak muda.

Coffee shop sudah menjadi gaya hidup atau *lifestyle* yang sudah melekat dalam diri anak muda. Ini disebabkan karena adanya keinginan-keinginan yang timbul dan selalu ingin dipenuhi, apabila tidak terpenuhi maka anak muda akan merasa ada yang kurang. Seperti halnya didalam *coffee shop*, dengan berbagai *life style* yang *trend* sekarang ini otomatis anak muda juga mempunyai hasrat untuk mengikuti tiap *trend* yang ada seperti *outfit* yang *trend*, gaya bicara dan bahasa-bahasa gaul, dan juga barang-barang yang *trend*. Kebanyakan anak muda selalu ingin terlihat lebih dibandingkan yang lain, ia mendatangi *coffee shop* hanya ingin menaikkan gengsi yang mereka punya, memarkan ke sosial media maupun secara langsung bahwa sedang berada di *coffee shop*.

Dampak positif yang diberikan *coffee shop* terhadap gaya hidup anak muda seperti mereka memiliki tempat untuk bersosialisasi dengan tiap orang yang dijumpai, mengerjakan tugas atau membahas hal-hal positif, dan menemukan hal-hal baru yang tidak pernah mereka jumpai. Akan tetapi dampak negatif karena keberadaan *coffee shop* juga seperti, anak muda kurang mampu *memanage* waktu

mereka pada saat berkunjung ke *coffee shop* sehingga waktunya terbuang sia-sia dengan hal-hal yang tidak berguna, konsumsi anak muda semakin meningkat seiring mereka ke *coffee shop*. Inilah mengapa dikatakan gaya hidup anak muda sangat cepat terpengaruh sehingga ia tidak mampu menyeimbangkan gaya hidup apakah lebih banyak mengarah ke yang baik atau buruk. Hal ini di dukung juga dengan pendapat Kennedy dan Forde (1990) yang mengatakan bahwa latar belakang dan karakteristik dari aktivitas sehari-hari berpengaruh pada waktu yang diluangkan dalam gaya hidup yang beresiko dimana gaya hidup tersebut akan membawa orang kejalan yang lebih berbahaya lagi. *Coffee shop* memberikan dampak positif maupun negatif terhadap tergantung bagaimana anak muda memposisikan gaya hidupnya apakah lebih cenderung ke hal negatif atau positif.

Keberadaan *coffee shop* ini menjadi salah satu bisnis yang mampu meningkatkan perekonomian terutama bagi para pelakunya. Munculnya *coffee shop* disebabkan karena kegiatan masyarakat terlebih anak muda yang selalu sibuk dengan segala aktivitasnya sehingga mereka membutuhkan tempat untuk sekedar melepas lelah dan sebagai tempat untuk mereka menuangkan segala gaya hidupnya. *Coffee shop* dinilai sebagai tempat yang paling sesuai untuk menuangkan gaya hidup saat ini, dimana *coffee shop* bukan hanya sebagai tempat untuk minum kopi saja akan tetapi *coffee shop* sekarang ini mampu memberikan kenyamanan dari segi tempat maupun fasilitas yang diberikan oleh *coffee shop*. Tempat yang diberikan *coffee shop* memang membuat nyaman seperti tempatnya yang unik dan menarik, estetik sehingga bisa dijadikan tempat untuk berfoto dan pengunjung akan betah berlama-lama. Selain itu fasilitas yang diberikan tentu

merupakan salah satu alasan anak muda memilih *coffee shop* contohnya *free wifi* dan juga tempat *charging*. Adapun harga yang ditawarkan juga terjangkau dan pas dikantong anak muda, kualitas yang tidak murahan, serta sajian menu yang unik dan menarik baik makanan dan minuman baik kopi maupun non-kopi. *Coffee shop* memberikan hal berbeda dengan tempat-tempat lainnya.

Coffee shop merupakan Bisnis yang banyak di gandrungi oleh para pelaku bisnis dan banyak diminati. dikarenakan *coffee shop* adalah suatu bisnis yang bisa dibidang modal awalnya yang tidak selalu besar yang terpenting desainnya yang unik, menarik, dan nyaman akan membuat pelanggan tertarik. omset yang didapatkan dari bisnis *coffee shop* sangat besar. bisnis *coffee shop* memang dinilai sangat menggiurkan, berbagai menu minuman dan makanan yang ditawarkan dengan harga terjangkau untuk siapa saja terutama dikalangan anak muda menjadikan *coffee shop* ini digemari. Selain itu *coffee shop* memang tepat yang multifungsi seperti melakukan berbagai aktivitas. Inilah mengapa persaingan bisnis *coffee shop* sangat ketat sehingga para pelaku bisnis harus mampu melihat pesaing dan mampu memberikan inovasi-inovasi baik dari segi tempat, fasilitas, menu, hingga pelayanan. *Coffee shop* adalah bisnis yang tidak ada matinya dari dulu hingga sekarang malah semakin berkembang.

Hasil penelitian ini juga hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya Sahlatul Kholik dengan judul “Kajian Gaya Hidup Anak Muda Penggemar *Coffee shop* (Studi Kasus Pada *Coffee shop* “*Sturbucks*” di Mall Botani Square Bogor)”. Hasil penelitian yang dilakukan memperlihatkan bahwa

Sturbuckcs sudah menjadi bagian gaya hidup kaum muda saat ini, serta sturbucks mampu memberikan fasilitas bagi kaum muda untuk melakukan berbagai kegiatan dan menimbulkan kesan untuk kaum muda yang akhirnya menciptakan gaya hidup kaum muda seperti saat ini.

Hasil penelitian ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imroatun Muawanah (2019) dengan judul “Fenomena Maraknya *Coffee shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro)”. Hasil penelitian yang dilakukan memperlihatkan fenomena budaya nongkrong dan berbagai aktivitas gaya hidup yang dilakukan mahasiswa IAIN Metro yang senang nongkrong di kafe, hal tersebut merupakan bukti adanya ketertarikan tidak hanya makanan sampai minuman, tapi hal seperti fasilitas dan sebagainya.

Hasil penelitian ini hampir sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlyana (2012) dengan judul “Fenomena *Coffee shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ciri-ciri remaja cenderung selalu berperilaku emosional, susah mengendalikan diri, senang menjadi pusat perhatian, selalu ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru, inilah menjadi pendukung adanya gaya hidup hedonis. Gaya hidup seperti ini mempunyai tujuan dari perilaku percobaan yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu yang baru.

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi implikasi bagi pihak-pihak terkait.

Bagi *Coffee shop* diharapkan lebih memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada untuk mendukung bisnis *coffee shop* kedepannya karena penerapan teknologi sangat penting dalam meningkatkan bisnis *coffee shop*. Seiring dengan peningkatan konsumsi konsumen diharapkan bagi *coffee shop* agar bisa memberikan hal-hal yang lebih banyak lagi kepada para konsumen terutama bagi anak muda baik dari segi pelayanan, fasilitas, serta menu yang ditawarkan. *Coffee shop* juga diharapkan semakin berkembang di masa yang akan datang agar bisa membuka peluang kerja bagi masyarakat terutama anak muda dan juga lebih banyak memberikan inovasi-inovasi dalam bisnis *coffee shop* sehingga mampu bersaing di era gempuran bisnis *coffee shop* yang semakin banyak di Kota Palopo, serta konsisten dalam menyajikan berbagai menu minuman dan makanan yang berkualitas dengan harga terjangkau agar tetap diminati oleh para konsumen.

Bagi anak muda agar lebih menyeimbangkan gaya hidupnya yang disebabkan oleh *coffee shop* agar tidak terjerumus ke hal-hal yang memiliki dampak negatif apalagi anak muda sangat cepat terpengaruh dan tertarik dengan sesuatu yang berbau baru. Kedepannya anak muda harus memiliki pola pikir yang lebih rasional agar mereka mampu menyeimbangkan gaya hidupnya ataukah lebih banyak mengarah pada hal positif salah satunya berkunjung ke *coffee shop* tanpa melupakan kewajibannya (baik itu kewajibannya terhadap Allah SWT, tak lupa tugasnya sebagai anak muda dan tugasnya sebagai anak). Serta anak muda harus mampu mengatur (*manage*) waktunya dan juga konsumsinya agar tidak berlebihan pada saat disuatu tempat (seperti *coffee shop*).

Kelebihan dari penelitian ini yaitu data yang ditemukan oleh peneliti yaitu memperlihatkan bahwa ternyata adanya hubungan timbal balik antara gaya hidup yang mempengaruhi keberadaan *coffee shop* dan *coffee shop* juga yang memberikan pengaruh kepada gaya hidup anak muda yang ada di Kota Palopo. Dimana bisa dilihat salah satunya gaya hidup anak muda yang selalu berkembang, selalu ingin hal-hal baru untuk gaya hidupnya yang selalu ingin dipenuhi, serta keberadaan *coffee shop* dengan segala sesuatu yang ditawarkan membuat gaya hidup anak muda menjadi selalu nongkrong dan menghabiskan waktunya di *coffee shop*.

Dalam melakukan penelitian ini, tentunya peneliti menghadapi berbagai macam kendala dan keterbatasan. Adapula kendala yang dihadapi berupa sulitnya mewawancarai informan dikarenakan kendala seperti sibuknya mereka melakukan kegiatan masing-masing, juga pihak owner yang tidak bisa dimintai keterangan mengenai informasi-informasi yang berkaitan dengan penelitian disebabkan jadwalnya padat, sehingga digantikan oleh karyawannya untuk memberikan informasi kepada peneliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat simpulkan bahwa gaya hidup anak muda mempengaruhi keberadaan coffee shop dan begitupun sebaliknya keberadaan coffee shop mempengaruhi gaya hidup, jadi saling memiliki hubungan timbal balik. Dimana gaya hidup yang memang dari dulu sudah ada dan semakin berkembang hingga saat ini serta keinginan-keinginan anak muda untuk memenuhi gaya hidup tersebut agar mereka dianggap dan di hargai di masyarakat terutama dikalangan sesamanya anak muda. Dari sinilah membuat anak muda di kota Palopo membutuhkan tempat untuk menuangkan hasrat mereka dan dari itu hal tersebut membuat keberadaan coffee shop semakin banyak. Begitupun sebaliknya keberadaan coffee shop mampu menggeser secara signifikan gaya hidup anak muda karena berbagai aktivitas dapat dilakukan di dalam *coffee shop* itu sendiri. *Coffee shop* memang mempengaruhi gaya hidup anak muda sekarang terlebih dari segi penampilan, dan juga konsumsi yang semakin tinggi, dan tujuan mereka selalu berkunjung ke *coffee shop*. Adanya *coffee shop* gaya hidup anak muda meningkat disebabkan begitu banyak *trend-trend* yang bisa mereka lihat di dalam *coffee shop*. Tidak hanya itu, *coffee shop* memang dipandang sebagai tempat yang bisa menaikkan *prestise* bagi sebagian kalangan anak muda.

Fungsi *coffee shop* sangat jauh berbeda dengan sekarang di mana lebih dari sekedar minum kopi atau memenuhi kebutuhan melainkan berbagai alasan dan kepentingan yang sifatnya mengarah pada gaya hidup saja. Coffee shop memang menawarkan hal menarik baik dari segi menu dan fasilitas sehingga mampu memenuhi gaya hidup mereka seperti adanya spot foto sehingga bisa mengabadikan momen dan diunggah di sosial media.

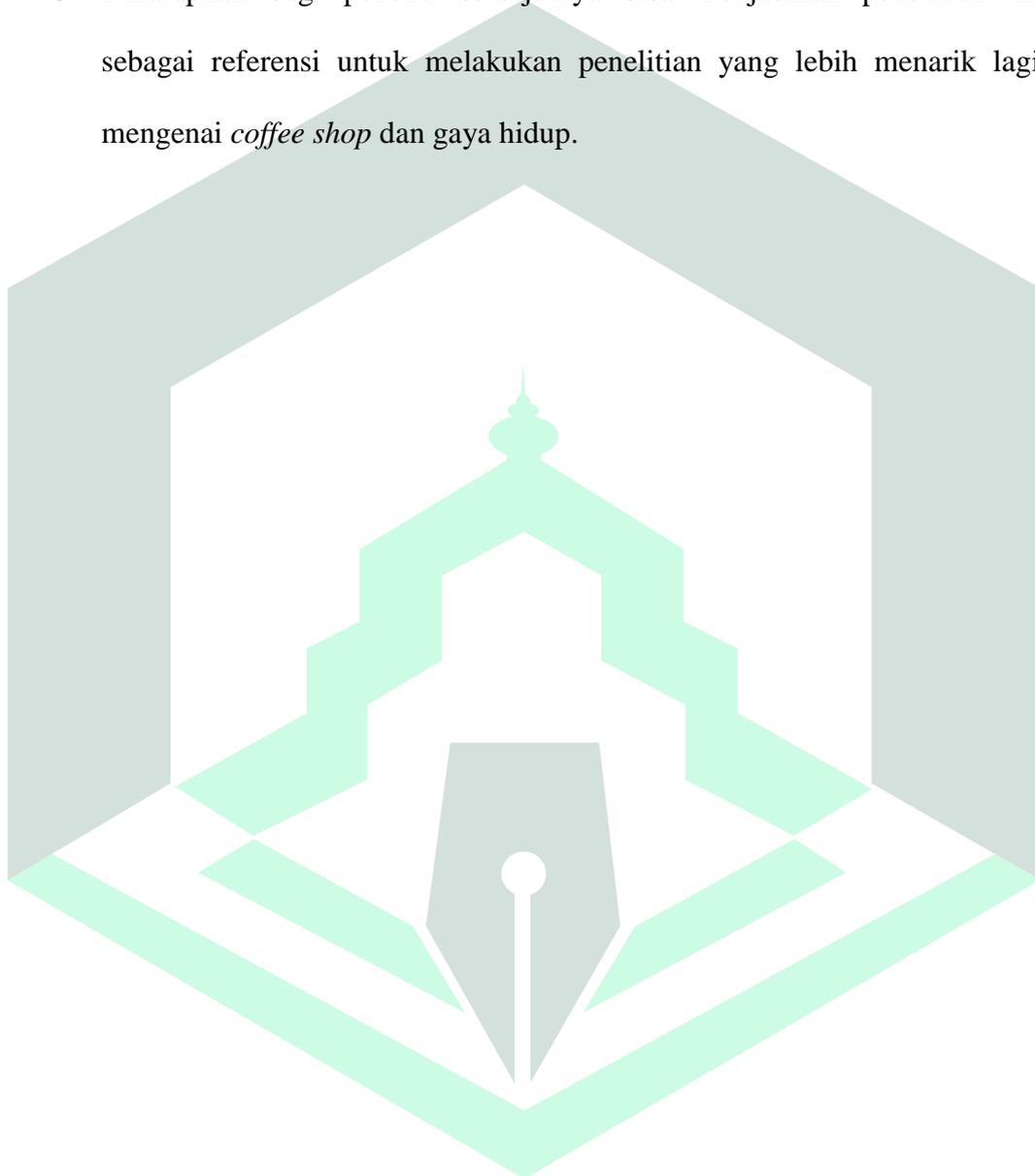
Eksistensi *coffee shop* memberikan dampak positif dan negatif bagi gaya hidup anak muda. Salah satu dampak positifnya anak muda mempunyai tempat untuk kerja tugas, dampak negatifnya tingkat konsumsi meningkat dan kurang mampu *memange* waktu ataupun uang. Berdirinya *coffee shop* mampu meningkatkan UMKM bagi para pelakunya serta memberikan motivasi pada para anak muda bahwa mendirikan bisnis *coffee shop* adalah suatu hal yang menjanjikan dan tidak selalu dengan budget yang sangat besar.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah di tuliskan sebelumnya mengenai Eksistensi *Coffee Shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo, maka penulis memberikan saran untuk kebaikan sebagai berikut.

1. Diharapkan bagi anak muda supaya dapat menyeimbangkan dan tidak berlebihan dalam perihal gaya hidup karena keberadaan *coffee shop* sehingga lebih menunjukkan dan melakukan banyak hal-hal positif.

2. Diharapkan dengan adanya *coffee shop* ini memberikan motivasi kepada anak muda untuk mendirikan bisnis *coffee shop* atau semacamnya seperti para pelaku bisnis dengan melihat berbagai peluang yang ada.
3. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian yang lebih menarik lagi mengenai *coffee shop* dan gaya hidup.



DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto. *Potret-potret Gaya Hidup Metropolis*, (Jakarta:Kompas,2001)
- Ardian, Damayana. *Kafepedia*, (Yogyakarta: Laksana, 2019)
- Creswell, Jhon W. *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015)
- Dumyathi, A., & Hamja, Y. (2011). *Pengaruh pendapat, minat, aktivitas, terhadap keputusan pembelian rokok A-mild*.
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/3654>
- Herlyana, E. (2012). Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqāfīyyāt*, 13(1), 188–204.
- Hurlock, Elizabeth B. *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2003)
- Ihalauw, John J.O.I, dan Ristiyanti Prasetijo. *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005)
- Isa, Abdul Gani, dkk. *Suara Khatib Baiturrahman Edisi 16*, (Banda Aceh: Lembaga Penerbit Naskah Aceh)
- Jannah, Miftahul. “*Remaja dan Tugas-tugas Perkembangannya Dalam Islam*”. *Psikoislamedia*, Vol. 1, No. 1 (2016) <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/Psikoislamedia/article/view/1493>
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN Maliki Perss, 2008)
- Kennedy, L., dan D.Forde. "Gaya Hidup yang Beresiko dan Hasil Berbahaya: Kegiatan Rutin dan Paparan Kejahatan". *Sebuah International Journal* , Vol. 74, No. 4
- Kholik, N. S. (2018). Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop. In *Jurnal UIN*.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008)
- Muawanah, Imroatun. Skripsi: “*Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN METRO)*” (Kota Metro Lampung: IAIN METRO, 2019).
- Monks, dkk. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press)

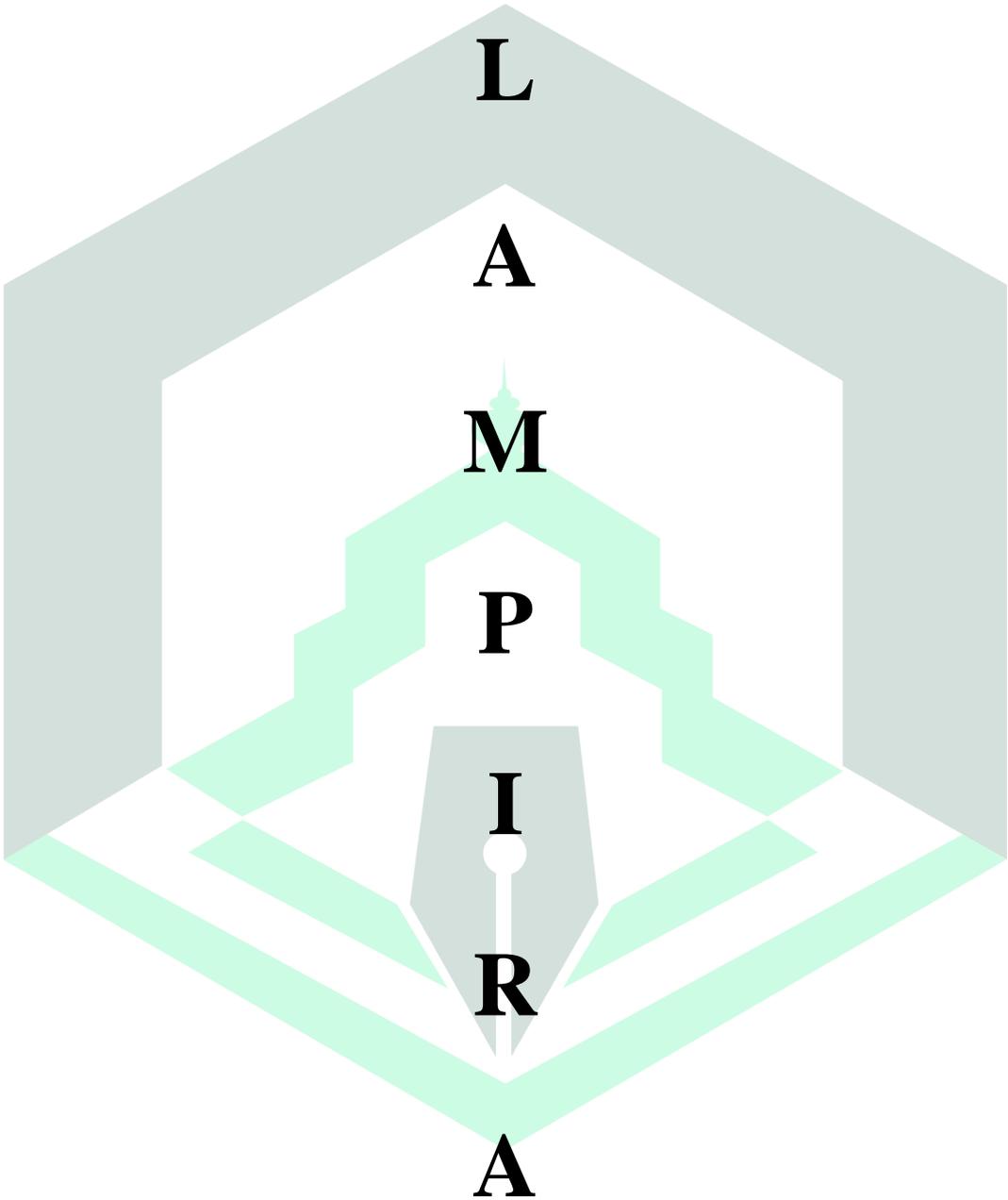
- Aisya, Mugawati. Skripsi: “*Hubungan Gaya Hidup Dengan Kejadian Menarche Di SMA Negeri 1 Driyorejo Kabupaten Gresik*” (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016)
- Purboyo, dkk. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021)
- Rukin. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cet. 1. (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2019)
- Santoso, Ainun Nadrah. “*Fungsi Coffee Shop Bagi Perempuan Penikmat Kopi (Studi Deskriptif Di Coffee Shop Hoomee Surabaya)*”. *AntroUnairdotNet*, Vol. VI, No. 1 (Februari 2017) https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-aun936d8f538bfull.pdf&ved=2ahUKEwj4rum2jMr1AhXyQ3wKHVt_BP0QFnoECAQQBg&usg=AOvVaw0IgL09zGi8kr3sCFN_KYyO
- Santrock, Jhon W. *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Setiadi, J. Nugroho. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2003)
- Sitanggang, Friska Artaria, dan Prayetno Agustinus Sitanggang. *Buku Ajar Perilaku Konsumen*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Managemen/NEM, 2019)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Sungadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Erlangga, 2013)
- Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.
- Suyanto, Danang. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*, (Jakarta, CAPS/Center of Academic Publishing Service, 2015)
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Cet. 1. (Yogyakarta: Suaka Media, 2015)
- Surybrata, Sunardi. *Metode Penelitian*. Cet. 8. (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Tarigan, Debby Ingan Malem. “Kajian Gaya Hidup Masyarakat Di Kelurahan

Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado”. e-journal “Acta Diurna”, Vol. IV, No. 4 (2015)
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/8495>

Uden. Skripsi: “*Pengaruh Pendapat, Minat, Aktivitas, Terhadap Keputusan Pembelian Rokok A-Mild*” (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

Undang-undang No. 40 Tahun 2009 tentang Kepemudaan, di akses melalui situs <https://www.jogloabang.com/pustaka/uu-40-2009-kepemudaan>





N



Lampiran 1: Surat Izin Penelitian

PEREMINTAH KOTA PALOPO
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Alamat : Jl. K.H.M. Hasyim No.5 Kota Palopo - Sulawesi Selatan Telpun : (0471) 326048

ASLI

IZIN PENELITIAN
NOMOR : 387/IP/DPMPSTP/IV/2022

DASAR HUKUM :

1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi,
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja,
3. Peraturan Menteri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian,
4. Peraturan Walikota Palopo Nomor 23 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan dan Non Perizinan di Kota Palopo,
5. Peraturan Walikota Palopo Nomor 24 Tahun 2019 tentang Pendelagasaan Kewenangan Penyelenggaraan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Kota Palopo dan Kewenangan Perizinan dan Nonperizinan Yang Menjadi Urusan Pemerintah Yang Diberikan Palimpahan Wewenang Walikota Palopo Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.

MEMBERIKAN IZIN KEPADA

Nama : RATNASARI
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Bakau Kota Palopo
Pekerjaan : Mahasiswa
NIM : 18 0403 0046

Maksud dan Tujuan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan Judul :

EKSISTENSI COFFEE SHOP DAN GAYA HIDUP ANAK MUDA DI KOTA PALOPO

Lokasi Penelitian : SOLATA CAFE KOTA PALOPO
Lamanya Penelitian : 19 April 2022 s.d. 19 Juni 2022

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan penelitian kiranya melapor pada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
2. Menaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta menghormati Adat Istiadat setempat.
3. Penelitian tidak menyimpang dari maksud izin yang diberikan.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar foto copy hasil penelitian kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Palopo.
5. Surat Izin Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, bilamana pemegang izin ternyata tidak menaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kota Palopo
Pada tanggal 20 April 2022
a.n. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Kepala Bidang Pengkajian dan Pemrosesan Perizinan PTSP

SUSIHA SH
Pangkat : Beneng I
NIP. 19720215-200604 2 016

Tembusan :

1. Kepala Badan Kembang-Prom. Sul-Sel
2. Walikota Palopo
3. Dandim 1403 SWG
4. Kapolres Palopo
5. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Palopo
6. Kepala Badan Kembang Kota Palopo
7. Instansi terkait lainnya, dilaksanakan penelitian

Lampiran 2: Kuesioner Wawancara

PERTANYAAN WAWANCARA

**“EKSTISTENSI *COFFEE SHOP* DAN GAYA HIDUP ANAK MUDA DI
KOTA PALOPO”**

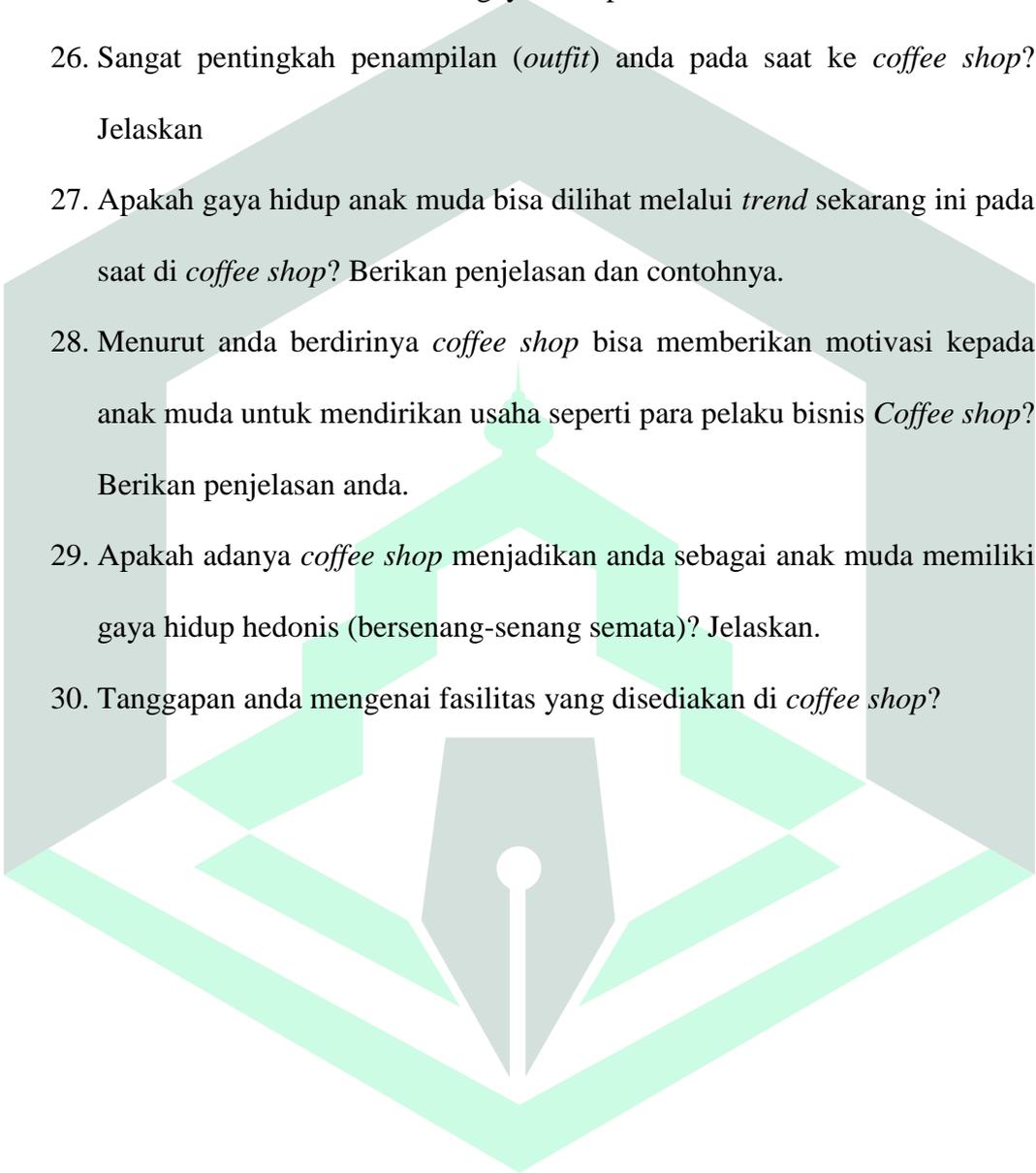
Nama Informan :

Umur :

Profesi :

1. Bagaimana menurut anda tentang gaya hidup anak muda sekarang karena keberadaan *coffee shop*?
2. Bersama siapa anda biasanya ke *coffee shop*?
3. Biasanya aktivitas apa yang dilakukan jika ke *coffee shop*?
4. Berapa lama anda biasanya menghabiskan waktu di *coffee shop*?
5. Seberapa sering biasanya anda datang ke *coffee shop*?
6. Biasanya anda datang ke *coffee shop* pada jam berapa?
7. Apakah *coffee shop* sudah jadi bagian dari gaya hidup anda? Apa alasannya?
8. Bagaimana anda mengatur waktu untuk datang ke *coffee shop*?
9. Apakah anda senang mempublikasikan di medsos keberadaan atau aktivitas anda di *coffee shop*?
10. Apakah anda tidak memperlakukan soal harga pada saat ke *coffee shop*? Apa alasannya?

11. Lebih memilih belanja/jalan ke Mall atau *coffee shop*?
12. Apakah yang menjadi penyebab anda mendatangi ke *coffee shop*?
13. Mengapa anda sebagai anak muda lebih menyukai *coffee shop*?
14. Mengapa anda lebih senang hangout bersama teman di Coffee Shop dari pada berkumpul dengan keluarga?
15. Apakah Coffee Shop yang berkaitan dengan gaya hidup mempengaruhi Prestige sosial (status sosial) anda? Jelaskan.
16. Apa yang dapat *coffee shop* berikan kepada anda (secara universal)? Mohon penjelasannya.
17. Apakah *coffee shop* lebih banyak memberikan hal positif atau hal negatif terhadap gaya hidup anda?
18. Peran *coffee shop* terhadap gaya hidup anda seperti apa?
19. Bagaimana tanggapan/pendapat anda terkait budaya nongkrong anak muda sekarang ini?
20. Apakah gaya hidup anda berubah setelah sering berkunjung ke *coffee shop*? Jelaskan
21. Menurut anda apakah *coffee shop* dan gaya hidup tidak bisa di pisahkan? Jelaskan mengapa?
22. *Coffee shop* dijadikan sebagai ajang pamer/gengsi, benarkah menurut anda? Jelaskan alasan anda?
23. Dampak dari *coffee shop* itu sendiri pada gaya hidup anda apakah sangat besar? Mohon penjelasannya.

- 
24. Apakah dengan adanya *coffee shop*, anda lebih leluasa mengekspresikan gaya hidup anda atau tidak? Berikan alasan anda.
25. Apakah nongkrong di *coffee shop* adalah sebuah kebutuhan atau keinginan anda semata untuk memenuhi gaya hidup anda? Berikan alasan anda.
26. Sangat pentingkah penampilan (*outfit*) anda pada saat ke *coffee shop*?
Jelaskan
27. Apakah gaya hidup anak muda bisa dilihat melalui *trend* sekarang ini pada saat di *coffee shop*? Berikan penjelasan dan contohnya.
28. Menurut anda berdirinya *coffee shop* bisa memberikan motivasi kepada anak muda untuk mendirikan usaha seperti para pelaku bisnis *Coffee shop*?
Berikan penjelasan anda.
29. Apakah adanya *coffee shop* menjadikan anda sebagai anak muda memiliki gaya hidup hedonis (bersenang-senang semata)? Jelaskan.
30. Tanggapan anda mengenai fasilitas yang disediakan di *coffee shop*?

Nama Informan : Ahmad shaleh

Umur : 23

Profesi : Karyawan

1. Menurut saya adanya *coffee shop* membawa dampak positif dan negatif bagi anak muda sekarang.
2. Teman.
3. Minum minuman, ngobrol.
4. 1-3 jam atau lebih bisa 4 -5 jam.
5. 1-2 seminggu.
6. sekitar jam 8 malam.
7. Tidak. karna gaya hidup saya tidak termasuk di tempat coffe shop hanya sesekali tempat perkumpulan dengan teman.
8. Datang di waktu selesai bekerja dan hari weekend.
9. Tidak.
10. Tidak dipermasalahkan karna banyak fasilitas-fasilitas lainnya yang memang sudah mendukung.
11. Sesuai kebutuhan sebenarnya tapi lebih memilih ke coffee shop.
12. Kumpul bersama teman-teman.
13. Salah satunya karna fasilitas yang disediakan sangat memadai.
14. Lebih sering kumpul bersama teman karna tidak bersama dengan keluarga.
15. Tidak.
16. *Coffee shop* merupakan tempat yang bagus dijadikan sebagai tempat perkumpulan dengan teman.

17. Tentunya dampak positif. Menurut saya Semua dampak negatif dan positif yang ada dapat kita kendalikan jika mampu menganalisa sumber masalah dan mencari jalan keluar atau solusi dari permasalahan tersebut. Jalan tengah yang dapat diambil adalah dengan tidak berlebihan, nongkrong secukupnya, dan tetap melaksanakan kewajiban yang harus ditunaikan.
18. Sebagai tempat untuk saya bersantai sambil minum kopi, cerita.
19. Budaya nongkrong anak muda saat ini tentu sudah sangat marak dan sangat jelas dimata yang mengakibatkan lupa waktu hingga larut malam, sehingga bisa berdampak buruk jika menjadi kebiasaan.
20. Berubah , karna seiring berkulungnya saya ke *coffee shop* pasti merubah pola waktu saya dan konsumsi saya terhadap minuman dan makanan.
21. Bisa dipisahkan jika seseorang berfikir positif bahwa *coffee shop* bukanlah aktifitas yang harus rutin untuk didatangi tiap harinya sehingga *coffee shop* tidak selamanya mempengaruhi gaya hidup .
22. Tidak, bagi saya hanya perempuan saja yang menjadikannya ajang pamer
23. Dampaknya tidak begitu besar karna saya tidak terlalu menggantungkan gaya hidup saya di *coffee shop*, tapi saya juga butuh *coffee shop* sebagai tempat santai dan menghilangkan stres.
24. Iya, salah satunya sering memesan kopi karna memang saya penikmat kopi.
25. Kebutuhan, karna bagi saya *coffee shop* adalah salah satu tempat yang memang dijadikan tempat santai sambil menikmati minuman yang bisa menghilangkan lelah.

26. Tidak terlalu, sesuai kenyamanan saja.
27. Menurut saya sebagian besar bisa dilihat secara kasat mata contohnya cara mereka saling berinteraksi.
28. Tentu bisa jadi motivasi bagi anak muda apalagi sekarang ini rata-rata pemilik *coffee shop* adalah kaum anak muda.
29. Tidak. karna saya menjadikan *coffee shop* sebagai tempat yang membantu dan mendukung apa yang saya butuhkan.
30. Sangat memadai karna tempat yang nyaman dan *free wifi*.

Nama Informan : Ahmad Gifar

Umur : 24

Profesi : karyawan

1. Menurut saya gaya hidup anak muda menjadi lebih tinggi apalagi anak muda sekarang menggunakan medsos untuk membagikan hal-hal yang berkaitan dengan *coffee shop*.
2. Biasanya sendiri, atau bersama teman-teman.
3. Bermain game bersama teman dan ngobrol.
4. 3 sampai 4 jam.
5. Kalau saya sih sering, 3 atau 4 kali seminggu.
6. Biasanya habis magrib atau habis isya.
7. Kalau dibilang bagian gaya hidup ya betul karna saya tipe orang yang mengikuti gaya hidup yang selalu meningkat ya contohnya sering berkunjung ke *coffee shop*.

8. Saya atur waktu pada saat pagi sampai sore itu melakukan kegiatan saya, dan malamnya itu saya baru ke *coffee shop*.
9. Kalau saya pribadi hanya sekali-kali mempublish ke medsos karna itu tidak terlalu penting bagi saya.
10. Tidak karna yang terpenting kualitas dan pelayanan diberikan baik.
11. Kalau saya lebih suka ke coffee shop, apalagi kaum laki-laki lebih suka ke *coffee shop* untuk nongkrong dan bermain game.
12. Karna lebih leluasa untuk nongkrong dan membahas suatu hal.
13. Karena desain tempatnya yang unik dan mejadi daya tarik tersendiri bagi saya selaku anak muda.
14. Bukan karna jarang kumpul keluarga tapi senang saja pas hangout bareng teman karena saya bisa kapan saja bertemu teman di *coffee shop* karna sensasi ketemu teman dan keluarga pasti berbeda.
15. Menurut saya tidak, karna berada di *coffee shop* sudah jadi kesenangan tersendiri bagi saya.
16. Karena adanya *coffee shop* kita bisa memperoleh inspirasi dengan sendirinya contohnya menemukan solusi bagi permasalahan yang saya hadapi.
17. Lebih banyak positifnya karna dapat memberikan kita suatu hal yang berbeda seperti kemampuan kita dalam bersosialisasi dengan orang baru, dapat membahas pekerjaan.
18. Sebagai tempat untuk saya bertemu teman dan juga main game sama teman.

19. Budaya nongkrong anak muda meningkat dan lebih banyak menghabiskan waktu diluar.
20. Tentu berubah, yang tadinya hanya fokus kerja tapi adanya coffee shop membuat saya memiliki waktu tersendiri untuk santai-santai.
21. Sepertinya iya, dimana ada *coffee shop* pasti disitu gaya hidup anak muda selalu ada.
22. Iya, kalau untuk sebagian orang terutama bagi perempuan, karna saat mereka pamer pasti banyak juga orang yang tertarik apalagi laki-laki.
23. Iya, bisa dilihat dari penampilan dan pergaulan saya yang lebih maju.
24. Iya, karna di *coffee shop* lah saya bisa berpakaian, dan berbicara dengan santai dibanding di tempat saya kerja.
25. Menurut saya itu keinginan yang selalu di turuti karna saya nyaman dengan tempat dan fasilitas yang disediakan.
26. Penting karna yang paling penting sih kita rapi dan bersih dalam berpakaian.
27. Bisa, karna pada saat di *coffee shop* pasti kita bisa lihat pertemanan mereka yang notabennya dari kelas menengah atas contohnya yang selalu utama ya barang yang mereka punya.
28. Sangat memotivasi terutama bagi saya. Bisa kita lihat dari bisnis *coffee shop* bisa menghasilkan omset yang sangat banyak dan siapa yang tidak tergiur akan hal itu apalagi bisnis pasti selalu menjanjikan jika di tekuni.
29. Tidak, karna saya juga bekerja dan ingin memperoleh kebahagiaan kedepannya. *Coffee shop* memang tempat nyaman dan melakukan

berbagai hal, tapi tidak untuk bersenang-senang semata saja, banyak hal positif yang bisa dilakukan di *coffee shop*

30. Fasilitasnya sangat baik dimana menyediakan life music, dan tempat charging, juga *wifi*.

Nama Informan : **Ardi Reski**

Umur : **23**

Profesi : **Mahasiswa**

1. Gaya hidup anak muda sekarang sangat jauh berbeda dengan yang dulu, apalagi dengan adanya *coffee shop* membuat anak muda nongkrong secara terus menerus dan kadang tak mengenal waktu.
2. Saya selalu bersama teman.
3. Berdiskusi bersama teman, kerja tugas, cerita sambil merokok.
4. Tergantung, karna kadang saya sering lupa waktu kalau sudah berada di *coffee shop* karna asik diskusi sama teman.
5. 2 kali seminggu.
6. Habis magrib atau jam 7 malam.
7. Iya bisa dikatakan begitu karna di *coffee shop* saya bisa leluasa untuk nongkrong sambil berdiskusi atau ngobrol santai sambil menikmati kopi.
8. Kalau tidak ada kegiatan baru ke *coffee shop* ataukah ada ajakan dari teman untuk kumpul buat nongkrong.
9. Tidak, menurut saya itu suatu hal yang tidak terlalu penting untuk saya lakukan.

10. Sebagai mahasiswa saya tidak mempermasalahkan harga karna yang penting kualitas yang diberikan, apalagi *coffee shop* memberikan harga yang terjangkau sehingga kalangan mahasiswa seperti saya bisa nongkrong di *coffee shop*.
11. *Coffee shop*, karna *coffee shop* memberikan harga yang terjangkau dengan beberapa fasilitas dibandingkan ke mall yang didalamnya harganya yang mahal.
12. Diskusi, ngobrol sambil bersantai, dan yang paling utama buat saya minum kopi sambil menikmati free wifi karna saya juga sering main game.
13. Tempatnya nyaman, fasilitas yang disediakan sangat memadai, sebagai tempat untuk lebih banyak berinteraksi dengan teman maupun orang sekitar.
14. Bukan memilih kumpul sama teman dibanding keluarga tapi salah satu faktornya karna saya memang jarang kumpul keluarga jadi otomatis saya butuh teman untuk bisa saya ajak ngobrol dan juga tidak bisa di pungkiri saya senang hangout sama teman.
15. Tidak, karna saya memang menganggap bahwa *coffee shop* hanya suatu wadah yang memang di peruntukkan untuk hal-hal seperti minum minuman berbau kopi atau tidak, tempat untuk nongkrong, dan lainnya.
16. Kenyamanan dari segi tempat dan fasilitasnya.
17. Hal positif, karna bisa memberikan kenamana, tempat kerja tugas, diskusi sama teman sambil menikmati minuman berbau kopi.

18. Sebagai wadah untuk berkumpul dan bersantai setelah melakukan aktivitas di kampus maupun luar kampus
19. Budaya nongkrong anak muda sekarang memang sudah sangat melekat. Akan tetapi budaya nongkrong anak muda sekarang kebanyakan cenderung hanya menghabiskan waktunya dengan sia-sia dan tidak melakukan hal-hal positif, anak muda lebih konsumtif. Tapi disisi lain juga budaya nongkrong anak muda akan lebih baik jika melakukan berbagai hal positif.
20. Berubah, karena banyak waktu yang saya habiskan di *coffee shop* dan konsumsi saya agak meningkat pada saat di *coffee shop*.
21. Iya dikarenakan sekarang ini kebanyakan anak muda lebih memilih *coffee shop* untuk dijadikan tempat untuk menuangkan segala gaya hidup yang dimiliki dan sebagai wadah untuk kita melihat trend gaya hidup sekarang
22. Benar, karena sekarang banyak yang menjadikan *coffee shop* sebagai ajang pamer dan gengsi pada saat mereka mempublikasikannya ke sosial media. Mereka menunjukkn bahwa ia sering berada di *coffee shop* dan orang menganggap status sosialnya dari segi keuangan pasti banyak.
23. Tidak juga, karena memang *coffee shop* hanya sebagai tempat untuk bersantai dan nongkrong.
24. Saya pribadi tidak, karna diluar *coffee shop* saya juga bisa leluasa mengekspresikan gaya hidup saya.
25. Kebutuhan, karena memang *coffee shop* tempat untuk nongkrong sambil minum kopi, bersantai sambil main game

26. Tidak, karena tujuan saya tidak untuk memamerkan penampilan saya di *coffee shop*.

27. Bisa, kebanyakan trend sekarang bisa dilihat dari segi penampilan mereka baik dari cara berpakaianya, dan perilakunya.

28. Bisa, karena dengan adanya *coffee shop* mereka akan termotivasi dan melihat berbagai peluang yang ada untuk mendirikan bisnis untuk kedepannya dan merubah mindset mereka bahwa mendirikan suatu bisnis tidak selalu dengan budget yang sangat besar.

29. Tidak, karna *coffee shop* bagi saya bukan sebagai tempat bersenang-senang tetapi melakukan hal positif seperti berdiskusi mengenai hal positif, kerja tugas, dan tempat bersantai.

30. Fasilitasnya sangat memadai apalagi tersedia wifi gratis dan tempat charging

Nama Informan : khairul Anwar

Umur : 25 tahun

Profesi : Mahasiswa

1. Mengenai gaya hidup, menurut saya relatif, ada yang sebatas menjadi penikmat saja, ada juga yang memanfaatkan moment *Coffee shop* sebagai bidang usaha yg bisa menguntungkan.
2. Bersama teman-teman.
3. Kadang sekadar bersantai, butuh ketenangan, kadang juga sebagai tempat pertemuan dengan kerabat.

4. Bergantung, ya sekitar 2 jam
5. Dalam seminggu kadang Tiga kali.
6. Malam hari, pukul 08.00.
7. Ya, karena sekarang memang sudah jamannya, di mana-mana bisa ditemukan *coffee shop*, dan memang setiap *coffee shop* memiliki daya tariknya tersendiri.
8. Saya menyesuaikan dengan situasi, lebih tepatnya kapan pun, selagi masih ada uang untuk membayar menu yg disediakan
9. Relatif, terkadang kalau saya tertarik dengan spot yang ada di tempat yang saya kunjungi.
10. Terkadang juga. Tapi itu bagian dari pemilik *coffee shop*. Namanya usaha, setiap orang punya hak menentukan konsepnya sendiri, termasuk harga di daftar menunya.
11. Untuk memilih, saya pilih ke *coffee shop*.
12. Saya penikmat kopi, selain itu di *Coffee shop* menyediakan hiburan yg bisa dinikmati.
13. Ya, di *coffee shop* menyediakan apa yg saya butuhkan, termasuk suasananya, sebagai anak muda, tentu senang.
14. Bukan juga berarti lebih senang, cuma di *Coffee shop* sebatas tempat merasakan suasana yang berbeda.
15. Tidak juga, karena pada dasarnya status sosial bukan dibangun di *coffee shop*, tapi dari luar. Pun hubungan antar sesama teman, dan keluarga sama saja.

16. Suasana. Lebih jelasnya, berbeda ketika menikmati kopi dirumah dengan menikmati kopi di *coffee shop*.
17. Yah positifnya, di *coffee shop* juga hadir inspirasi baik itu dari teman, orang lain yg hadir, ada saja lah.
18. Sebagai tempat yang sangat praktis untuk bersantai.
19. Lebih baik, dibanding sebelum ada penyedia *coffee shop*, Orang-orang berkeliaran dia luar.
20. Menurut saya sama saja. Saya hanya sebatas penikmat.
21. Bisa saja, tidak bisa dimungkiri bahwa *coffee shop* salahsatu wujud gaya hidup, tapi dalam tanda kutip selagi itu masih diminati.
22. Kurang tepat menurut saya. Bentuk totalitas penikmat kopi, di *coffee shop* mana saja bisa berkunjung.
23. Tidak lebih dari tempat praktis, untuk bersantai dan hibur diri.
24. Cukup membantu,
25. Sebatas keinginan, bersifat sementara. Karena tidak mesti saya harus berkunjung ke *coffee shop* untuk memenuhi kebutuhan.
26. Biasa saja, saya orangnya simpel, tidak ribet. Selagi pakaian itu masih sopan.
27. Hal ini terkadang terjadi, apalagi *coffee shop* sudah merupakan tempat perkumpulan atau meramaikan. Adalah yang mengambil kesempatan mengekspresikan diri.
28. Ya sangat potensi. Apalagi modal membuat usaha ini bisa disesuaikan dengan budget.

29. Saya sendiri tidak. Bergantung situasi dan kondisi.

30. Untuk kebutuhan, apalagi sebagai mahasiswa, cukup membantu.

Beberapa *coffee shop* sudah dilengkapi dengan jaringan internet, dapat digunakan untuk mengakses media online. Selain itu, ada hiburan, tempat ibadah dan kenyamanan suasana yang hadir dari design interiornya yang menarik.

Nama Informan : Danti Indriastuti Purnamasari

Umur : 22

Profesi : Karyawan

1. Gaya hidup anak muda sekarang sangat berkembang pesat. Dulunya kan anak muda Cuma jalan-jalan ke taman atau tempat wisata, tapi yang saya lihat sekarang sudah banyak anak muda berkunjung ke *coffee shop* terutama saya sendiri.
2. Sama teman atau keluarga.
3. Paling cuma minum, makan kentang dan cerita-cerita.
4. 2-3 jam, tapi saya sering lupa waktu pas lagi seru-serunya cerita.
5. Biasanya 1-2 kali seminggu.
6. Biasanya jam 4 sore atau lebih sering pas malam.
7. Iya, tidak bisa di pungkiri saya butuh datang ke coffee shop untuk melepas lelah.
8. Saat pulang kerja biasanya langsung mampir atau ada janji temu.

9. Iya, tapi tidak tiap saat saya posting pas lagi di *coffee shop* ya semauanya saya.
10. Saya tidak pernah mempermasalahakan harga karena memang rasanya sesuai harga.
11. *Coffee shop* sebab lebih worth it harganya, tempatnya juga bagus.
12. Untuk melepas lelah setelah saya melakukan aktivitas.
13. Tempatnya bikin nyaman, fasilitasnya yang bagus, dan harga yang ditawarkan juga terjangkau.
14. Saya lebih senang kumpul dengan keluarga, tapi tidak menutup kemungkinan saya juga senang hangout sama teman karena cerita sama teman pasti sangat seru.
15. Tidak, status sosial saya tidak bisa di ukur dengan saya datang ke *coffee shop*.
16. Sebagai tempat untuk menghilangkan rasa lelah saya dan didukung dengan minumannya yang enak jadi pikiran langsung fresh.
17. Lebih banyak memberikan hal negatif karena tingkat konsumsi saya lebih meningkat.
18. Konsumsi saya meningkat, waktu saya terbagi untuk berkunjung ke *coffee shop*.
19. Budaya nongkrong anak muda sekarang sepertinya sangat berlebihan karena kebanyakan saya lihat di saat di *coffee shop* banyak anak muda yang menghabiskan waktunya hanya untuk mabar main game. Harusnya

menyeimbangkan dengan nongkrong dengan melakukan hal positif seperti kerja tugas, membahas soal bisnis atau pekerjaan.

20. Pasti berubah karna sebagian waktu dan uang kita tersita untuk ke *coffee shop*.
21. Tidak, karena dimana ada *coffee shop* pasti gaya hidup kita mengikut kayaknya.
22. Menurut saya sendiri tidak karena tidak baik memamerkan sesuatu saat di *coffee shop* karena itu menimbulkan sifat iri pada pihak-pihak tertentu.
23. Biasa saja, karena tidak baik juga juga terlalu mengikuti gaya hidup yang ada pada *coffee shop*.
24. Iya saya lebih leluasa, karna di *coffee shop* kita bisa berbicara tanpa adanya batasan, memakai barang tanpa adanya larangan.
25. Kebutuhan dong karena *coffee shop* tempat untuk lepas lelah dan stres
26. Pentinglah karna outfit bisa dibilang kebutuhan saya karna orang menilai dari penampilan.
27. Bisa, contohnya banyak anak muda yang ikut trend main game bersama teman contohnya game chip.
28. Iya, ini bisa memberikan motivasi bagi anak muda terutama saya untuk mendirikan usaha dengan lebih menuangkan inovasi-inovasi didalamnya yang berbeda dengan orang lain.
29. Untuk saya tidak, lebih banyak saya menabung dan kerja daripada bersenang-senang, ke coffee shop boleh tapi jangan sampai menjadikan kita terutama saya memiliki gaya hidup hedonis.

30. Fasilitas yang di sediakan *coffee shop* bagus dan saya puas

Nama Informan : Erwin

Umur : 25

Profesi : Pegawai Swasta

1. Menurut saya, wajar-wajar saja akan adanya perubahan gaya hidup yang diikuti dengan perkembangan zaman yang modern. perubahan gaya hidup anak muda yang tertarik pada *coffee shop* didorong oleh faktor social dari keluarga dan lingkungan sekitar. Kebanyakan anak muda sekarang sadar akan gengsi terhadap *coffee shop* yang dianggap sebagai salah satu gaya hidup yang mempunyai nilai praktis, keistimewaan tersendiri dan kenyamanan di bandingkan dengan kedai kopi sederhana.
2. Teman dan keluarga.
3. Nongkrong, diskusi bersama.
4. Kurang lebih 5 jam.
5. Tidak terlalu sering, 1 kali seminggu.
6. 8 malam.
7. Ya, alasannya faktor trend di jaman sekarang jadi mau tidak mau harus mengikuti perubahan yang ada, apalagi dengan adanya media sosial jadi cepat trend apa lagi yang baru.
8. Biasanya, sebelum datang saya dan teman atau keluarga sudah janji-janji terlebih dahulu.
9. Iya, sekali-kali posting tergantung dari momennya.

10. Tidak, karna kebanyakan *coffee shop* memberikan harga yang sesuai baik dari kualitas produk, pelayanan maupun dari suasana yang diberikan.
11. Dua-duanya, tergantung dari apa yang di butuhkan atau diinginkan.
12. Penyebabnya adalah gaya hidup atau trend.
13. Karna di *coffee shop* memberikan kenyamanan tersendiri di bandingkan di tempat lain, seperti suasana yang diberikan, produk dan pelayanannya.
14. Bukan lebih senang hangout Bersama teman, tapi lebih ke mempererat solidaritas.
15. Tidak, karna status sosial bukan datang dari gaya hidup tapi status sosial sekarang lebih banyak ke arah profesi atau jabatan di dunia kerja. Tapi di *coffee shop* kita banyak menemukan orang baru atau kenalan dari teman ke teman.
16. Kebanyakan atau pun semua *coffee shop* memberikan pelayanan terbaik dan tidak memandang fisik dan status sosial.
17. Kalo berbicara tentang gaya hidup, mungkin lebih banyak dari sisi negatifnya karena lebih banyak menghabiskan waktu dan uang
18. Perannya mungkin lebih ke kebersamaan Bersama teman
19. Terkait dengan budaya nongkrong dari jaman dulu ada, tapi pada *coffee shop* mungkin tongkrongan sekarang lebih positif dibandingkan dengan yang dulu karna jaman dulu orang yang nongkrong kebanyakan di temani dengan minuman keras.
20. Yah, perubahan gaya hidup pasti ada karna dalam diri manusia pasti ada rasa gengsi yang dimana membuat kita mengikuti alur yang ada.

21. Menurut saya tidak dapat dipisahkan, karna *coffee shop* adalah salah satu trend jaman sekarang, sedangkan gaya hidup mengikuti trend yang ada
22. Ya benar, karna kebanyakan anak muda sekarang mempublikasikan kehidupann mereka di media sosial untuk memperlihatkan bahwa mereka berada di tempat yang bergengsi.
23. Ya dampaknya lumayan besar karna setiap membuka media sosial 60% apa yang ada di media adalah iklan *coffee shop* jadi ketertarikan pada *coffee shop* lebih besar.
24. Tidak, karna jika kita leluasa mengekspresikan gaya hidup kita maka value kita sebagai manusia itu kurang.
25. Sebuah keinginan, karna gaya hidup itu adalah bagian dari keinginan bukan kebutuhan.
26. Rata-rata anak muda sekarang outfit atau fashion lebih penting, karna adanya rasa gengsi yang tinggi.
27. Yah, kebanyakan anak muda yang datang di *coffee shop* pasti menampilkan fashion atau outfit yang keren atau trend di jaman sekarang, agar mereka dilihat atau memberikan gaya Tarik tersendiri. Contohnya: memakai *fashion* yang lagi trend, seperti sepatu maupun *handphone* terbaru yang lagi trend.
28. Ya, dengan adanya *coffee shop* banyak dari anak muda mendapatkan ide untuk membuka peluang usaha, seperti kedai kopi, *roasting coffee*.
29. Tidak, karna menurut saya berkunjung ke *coffee shop* hanya untuk berkumpul Bersama teman dan sebagai healing dalam stress kerja.

30. Fasilitas yang diberikan lumayan baik.

Nama Informan : MUH. FAKHRUL RUSLAN

Umur : 20 TAHUN

Profesi : MAHASISWA

1. Menurut saya gaya hidup anak muda sekarang , cenderung mengikuti perkembangan *coffee shop*, anak muda sekarang lebih suka ke *coffee shop* baik itu untuk bertemu teman, mengerjakan tugas, dll. Hal ini di karenakan *coffee shop* memberikan suasana tersendiri di banding tempat lain.
2. Bersama teman- teman.
3. Kerja tugas, ngobrol, diskusi, menenangkan diri.
4. 3 – 5 jam.
5. 3-4 kali seminggu.
6. Jam 8 – 9 malam.
7. Sudah dapat dikatakan bagian dari gaya hidup , karena Sebagian besar kegiatan saya lakukan di *coffee shop* seperti kerja tugas, bertemu teman dll
8. Sesuai dengan waktu luang.
9. terkadang mempublikasikan.
10. Saya tidak mempermasalahkan soal harga dari *coffee shop* karena saya tau sendiri *coffee shop* mana yang sesuai dengan kondisi keuangan saya.
11. *Coffee shop*, karena *coffee shop* kadang meberikan hiburan seperti *music*, kemudian pengunjung nya banyak dari kalangan muda beda dengan mall

yang pada dasarnya kita datang untuk berbelanja , kalangan umur semua ada.

12. Karena terkandang mengerjakan tugas dirumah itu terasa bosan, berdiskusi dengan teman lebih nyaman Ketika berada di *coffee shop*.

13. Karena *coffee shop* kadang menyesuaikan dengan trend yang ada sehingga anak muda lebih suka.

14. Karena biasanya keluarga punya kesibukan masing masing sehingga sulit untuk berkumpul.

15. Tidak, karena menurut saya status social saya tidak dapat dinilai dari *coffee shop* yang kita kunjungi.

16. Kenyamanan.

17. Lebih banyak hal positif.

18. Terkadang ketika saya di *coffee shop* wawasan saya bertambah.

19. Menurut saya sanagt bagus selagi nongkrongya masih dalam hal positif.

20. Tidak, karena tujuan saya ke *coffee shop* untuk mengisi waktu luang, mengerjakan tugas, dana saya tidak terpengaruh denga napa yang ada di *coffee shop*.

21. Menurut saya bisa dipisahkan karena tiap orang memounyai selera yang berbeda.

22. Tidak, karena tujuan ke *coffee shop* itu cumin untuk menikmati bukan untuk pamer, meskipun ada beberapa orang yang seperti itu.

23. Tidak, karena saya hanya menjadikan *coffee shop* tempat untuk mengisi waktu luang.

24. Tidak karena *coffee shop* tidak dapat merubah gaya hidup saya.
25. Saya nongkrong di *coffee shop* hanya Ketika ingin kerja tugas dan berkumpul sama teman.
26. tidak, karena ketika ke *coffee shop* saya hanya menggunakan pakaian yang sering saya gunakan ketika keluar rumah (pakaian sopan).
27. bisa karena banyak anak muda Ketika ke *coffee shop* selalu mengikuti trend.
28. Iya, karena dapat memotivasi kalangan muda untuk berani berbisnis dan mempunyai penghasilan.
29. Tidak, karena tujuan saya ke *coffee shop* bukan untuk bersenang senang
30. sangat membantu seperti wifi, colokan, dll.

Nama Informan : Masse

Umur : 19

Profesi : Karyawan

1. Gaya hidup anak muda yang saya lihat berubah karna lebih banyak berkumpul di coffee shop.
2. Teman-teman.
3. Minum kopi sambil kumpul sama teman ngobrol atau main game.
4. 4-5 jam atau bahkan lebih karna suka lupa waktu.
5. 2-3 kali.
6. Sore jam 4 atau jam 7 malam.

7. Iya, karna di *coffee shop* saya bisa minum kopi sambil main hp, dan banyak yang bisa saya lakukan.
8. Setelah bekerja, terus balik ke rumah untuk istirahat terus ke *coffee shop*, tapi biasanya sudah ada janji sama teman.
9. Senang, tapi tidak tiap saat saya posting di medsos.
10. Tidak karna memang dari awal harganya tidak mahal dan cukup ramah di kantong.
11. *coffee shop*.
12. Main game sama teman/sendiri, atau main sosmed karna ada *wifi* gratis dan tempat *charging*.
13. Tempatnya bagus, minumannya juga enak, harga yang di tawarkan murah/terjangkau.
14. Saya senang hangout sama teman karna untuk membangun solidaritas yang erat, saya juga jarang kumpul keluarga karna saya kerja, dan anggota keluarga sibuk msing-masing.
15. Tidak, karna status sosial tidak bisa dilihat hanya satu sisi contohnya saat di *coffee shop*. Contohnya pakaian biasa-biasa saja saat di *coffee shop*, tapi siapa yang tau ternyata status sosialnya tinggi.
16. *coffee shop* sebagai tempat yang memberikan saya hal-hal yang tidak saya dapat di luar dan *coffee shop* tempat untuk melepas beban pikiran saya.
17. hal positif.
18. Tempat ngumpul-ngumpul untuk lakukan sesuatu

19. Budaya nongkrong anak muda sekarang semakin tinggi, terlebih banyak yang nongkrong untuk lakukan hal-hal positif juga jadi wajar-wajar saja.
20. Berubah karna waktu saya setelah bekerja biasa saya pakai untuk berkunjung ke *coffee shop*.
21. Iya, semakin banyak *coffee shop* makan semakin tinggi jug gaya hidup baik dari segi waktu, uang, dan pakaian.
22. Iya banyak yang suka pamer di sosial media apalagi tempat di *coffee shop* sangat cocok untuk foto. Semakin bagus foto di *coffee shop* makan semakin tinggi pamernya.
23. Tidak terlalu besar, Cuma dampaknya pasti pasti di waktu dan pakaian, jarang sama keluarga.
24. Iya saya lebih leluasa karna di tempat lain saya agak sulit mengekspresikan gaya hidup saya.
25. Kebutuhan karna pasti saya butuh tempat selain rumah untuk lepas lelah dan stres.
26. Iya penting, karna di *coffee shop* banyak orang dan sudut pandang mereka pasti lebih ke penampilan.
27. Bisa, banyak trend di tiktok yang diikuti anak muda seperti outfit mereka
28. Iya memotivasi anak muda, karna anak muda pasti melihat bisnis *coffee shop* sangat banyak diminati oleh masyarakat dan pasti terbesih dalam diri ingin mendirikan bisnis *coffee shop* juga dan bisa lebih sukses kedepannya
29. Tidak, saya ke *coffee shop* karna saya memang butuh tapi tidak untuk bersenang-senang.

30. Fasilitasnya membuat saya puas.

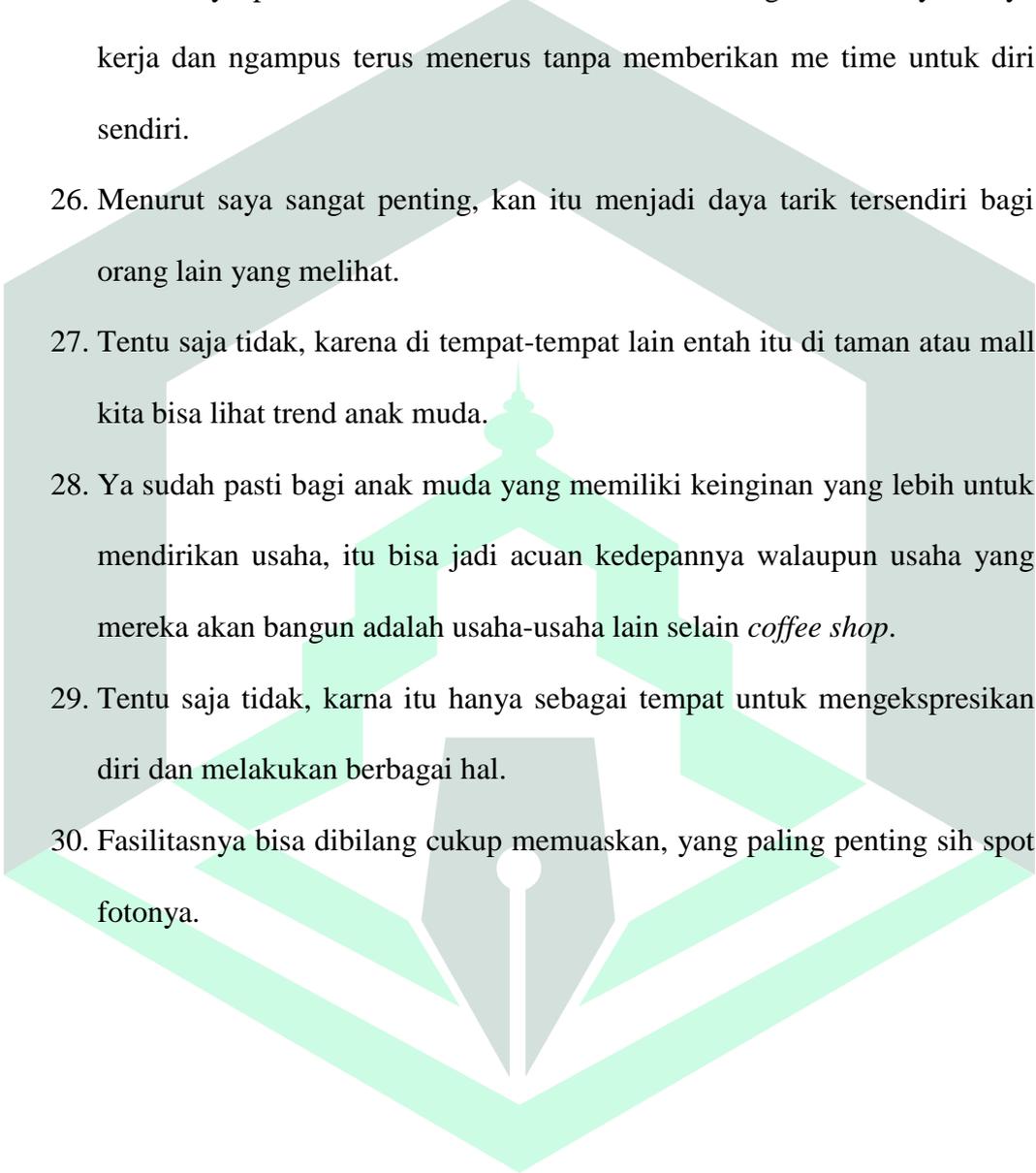
Nama Informan : Mirna Asmaraeni

Umur : 22 Tahun

Profesi : Barista dan Mahasiswa

1. Menurut saya gaya hidup anak muda sekarang pasti mengikuti trend apalagi adanya *coffee shop* sangat mengubah gaya hidupnya seperti seringnya ke *coffee shop*.
2. Bersama teman atau pasangan.
3. Kerja tugas, atau sekedar ngobrol, atau datang untuk menenangkan diri.
4. 2 sampai 4 jam biasanya tau bahkan lebih.
5. 2 sampai 3 kali seminggu kalau tidak sibuk.
6. Biasanya sekitar jam 20:00.
7. Bisa dibilang begitu karna saya sering ke *coffee shop* untuk me time dengan teman.
8. Saya datang ke *coffee shop* pada tidak sibuk dan kegiatan saya sudah selesai ataupun misalkan kerja tugas ya saya lanjut di *coffee shop*.
9. Saya senang, karena dengan mempublikasikannya itu menjadi kebahagiaan tersendiri bagi saya dan momen tersebut bisa dilihat banyak orang.
10. Saya tidak mempermasalahkan harga yang penting saya puas.
11. *Coffee shop* karena kalau ke mall lebih banyak menghabiskan uang dan tenaga, kalau di *coffee shop* kan harganya terjangkau.

12. Ya biasanya karna suntuk di kos, bertemu teman, atau lagi ada masalah.
13. Ya karna kita bisa berinteraksi atau memperluas pertemanan karna kita banyak bertemu orang baru, dan *coffee shop* adalah tempat yang sangat tepat untuk kita melakukan berbagai hal.
14. Mungkin karna saya jauh dari keluarga jadi susah untuk berkumpul.
15. Kalau saya pribadi ya tidak berpengaruh karena status sosial yang kita dapat tidak tergantung sama *coffee shop* atau tergantung usaha kita untuk menaikkan *Prestige* sosial.
16. Ketenangan suasana yang lebih yang saya dapatkan ketimbang dirumah.
17. Positif sih karna kita bisa kerja tugas, bertemu orang banyak juga.
18. Perannya ya lebih ke pakaian dan style saya yang lebih *fhasioneble*.
19. Menurut saya budaya nongkrong anak muda sekarang lebih maju dan lebih banyak melakukan berbagai hal. Berbeda dengan dulu yang hanya sekedar minum kopi saja.
20. Ya pastinya berubah apalagi dari segi pakaian dan gaya bahasa saya.
21. Menurut saya tidak bisa dipisah, karna penyebab yang paling besar gaya hidup berubah ya karna banyaknya *coffee shop* saat ini.
22. Menurut saya itu benar, apalagi di kaum perempuan yang menganggap tidak afdol kalau tidak memarkan kegiataannya di medsos untuk di lihat banyak orang, karna perempuan haus akan pujian.
23. Menurut saya biasa saja, karna coffee shop bagi saya salahsatunya memberika kepuasan tersendiri bagi saya.

- 
24. Menurut saya ia, karena saya lebih banyak menghabiskan waktu di *coffee shop* ketimbang di tempat lain. Di *coffee shop* saya bisa berfoto, bercerita sambil minum atau makan.
25. Kalau saya pribadi itu kebutuhan, karna tidak mungkin kan saya hanya kerja dan ngampus terus menerus tanpa memberikan me time untuk diri sendiri.
26. Menurut saya sangat penting, kan itu menjadi daya tarik tersendiri bagi orang lain yang melihat.
27. Tentu saja tidak, karena di tempat-tempat lain entah itu di taman atau mall kita bisa lihat trend anak muda.
28. Ya sudah pasti bagi anak muda yang memiliki keinginan yang lebih untuk mendirikan usaha, itu bisa jadi acuan kedepannya walaupun usaha yang mereka akan bangun adalah usaha-usaha lain selain *coffee shop*.
29. Tentu saja tidak, karna itu hanya sebagai tempat untuk mengekspresikan diri dan melakukan berbagai hal.
30. Fasilitasnya bisa dibilang cukup memuaskan, yang paling penting sih spot fotonya.

Nama Informan : **Mutmainnah**

Umur : **24**

Profesi : **karyawan**

1. Gaya hidup anak muda sekarang sangat berbeda lebih menggunakan waktunya ke *coffee shop* dan menghabiskan waktu disana.
2. Bersama teman.
3. Ngobrol santai sambil minum dan makan makanan ringan.
4. 2 sampai 3 jam.
5. 2 kali seminggu.
6. Jam 7 malam atau jam 8 malam.
7. Iya karna saya sering berkunjung ke *coffee shop* jadi bisa dibilang sudah jadi bagian hidup saya.
8. Habis bekerja saya istirahat sebentar, terus janji sama teman untuk ke *coffee shop*.
9. Tentu saja saya senang, saya sering posting id whatsapp dan instagram.
10. Iya, yang penting harganya sesuai rasa makanan dan minumannya.
11. Tergantung kalau budget saya lebih pasti ke Mall, tapi kalau budgetnya pas-pasan pasti ke *coffee shop*.
12. Ada janji ketemu sama orang atau teman.
13. Karena tempatnya, fasilitas yang di berikan, dan harganya terjangkau.
14. Karena saya menikmati yang namanya kebersamaan bersama teman karena kita tidak tau kedepannya apa bisa hangout lagi atau tidak entah karna masing-masing sudah menikah.

15. Biasa saja karena dengan datang ke coffee shop tidak berpengaruh secara signifikan ke status sosial, tergantung sudut pandang orang yang lihat saya.
16. Kenyamanan dari segi tempat dan pelayanan yang diberikan sangat baik
17. Lebih banyak ke negatif kayaknya, karena memakan waktu banyak dengan ngobrol yang santai untuk kesenangan semata yang tidak ada manfaatnya.
18. Perannya memberikan saya pengetahuan tentang trend terbaru yang tidak saya dapat di tempat lain.
19. Biasa saja, karena memang anak sekarang senang nongkrong tapi bisa mengarah ke gaya hidup hedonis dan anak muda haus akan di akui oleh orang, pasti juga waktu mereka lebih banyak diluar.
20. Pastinya karena kita melihat berbagai gaya hidup orang dalam *coffee shop* dan otomatis ada keinginan untuk mengikuti gaya hidupnya.
21. Menurut saya iya, adanya *coffee shop* pasti akan merubah gaya hidup seseorang entah itu dari segi manapun.
22. Benar, semakin sering seseorang ke *coffee shop* pasti anggapan orang pasti budgetnya banyak apalagi sering posting foto, dan rasa pamer dan gengsi pun semakin tinggi dan ingin selalu menunjukkannya pada orang lain.
23. Kalau bagi saya besar, karena *coffee shop* memberikan hal baru dan timbul keinginan untuk mengikuti. Contohnya memesan minuman berbahan dasar kopi yang tadinya saya tidak suka jadinya suka.
24. Iya, karena *coffee shop* tidak membatasi kita untuk mengekspresikan gaya hidup yang kita miliki.

25. Awalnya keinginan tapi lama-lama jadi kebutuhan karna saya juga butuh *coffee shop* sebagai tempat yang nyaman untuk diri saya.
26. Sangat sangat penting apalagi sebagai perempuan tidak afdol jika penampilan saya tidak enak dilihat karena saat outfit kita bagus pasti kita merasa puas.
27. Bisa, karena *coffee shop* tidak memperlakukan gaya hidup pelanggannya, contohnya tren gaya hidup memakai pakaian yang warnanya mencolok.
28. Iya, ini memberikan motivasi besar ke anak muda apalagi keberadaan *coffee shop* sekarang ini meningkat drastis dan para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk mendirikan bisnis *coffee shop* dan pastinya pelaku bisnisnya banyak dari kalangan anak muda.
29. Bisa dikatakan hedonis karna saya mengeluarkan uang tanpa memikirkan akan habis berapa yang penting saya bahagia.
30. Sangat bagus karna ada *wifi* gratis, *music*, spot foto yang menarik.

Nama Informan : Nur Fatimah Azzahra

Umur : 23 tahun

Profesi : Mahasiswa S2

1. Maraknya *coffee shop* memunculkan gaya hidup baru yaitu nongkrong yang harus ditemani segelas kopi, makanan, atau membahas segala persoalan baik dari hal biasa sampai hal-hal berbaur tentang organisasi atau persoalan mahasiswa.
2. Teman dekat, keluarga dan juga pasangan.

3. Nongkrong, diskusi, bukber, atau kerja tugas.
4. 1-3 jam.
5. 5 kali sebulan.
6. Sore jam 4 atau kalau lagi ada janji dan reuni biasanya habis magrib.
7. Kalau saya pribadi sih jadi bagian gaya hidup karna *coffee shop* bisa dibilang tempat kekinian yang bisa di jadikan tempat berkumpul juga.
8. Sesuai janji dengan teman sih atau keluarga biasanya.
9. Saya publis ke medsos tapi tidak terlalu intens.
10. Tidak. Karena sesuai dengan nuansa tempatnya.
11. Kalau saya sendiri ya *balance/seimbang* pergi ke *coffee shop* dan ke mall.
12. Ada janji temu dengan teman atau orang lain.
13. Karena bisa dijadikan sarana untuk bertemu, ngobrol, dan foto-foto.
14. Kalau itu saya selalu menyeimbangkan antara kumpul keluarga dan hangout sama teman ke *coffee shop* karna dua-duanya penting.
15. Tidak. Konsumsi tidak berpengaruh untuk menaikkan status social, kecuali cara berpakaian dan orang menganggap pasi status sosialnya berbeda karna dari segi pakaiannya.
16. Memberikan kepuasan bagi diri sendiri baik dari segi menu dan tempat.
17. Negative sih kayaknya kalau sangat sering berkunjung karna buang-buang uang, tapi segi positifnya pasti ada.
18. Perannya ya mampu mengubah gaya hidup saya yang tadinya tidak menyukai *coffee shop* tapi karna sudah sering berkunjung jadi suka.

19. Untuk saya sebagai mahasiswa, nongkrong dan melakukan diskusi yang mungkin banyak dilakukan anak muda saat berada di *coffee shop* tentu tidak menyia-nyiakan waktu asalkan bermanfaat.
20. Sudah pasti berubah, karena gaya hidup seseorang pasti akan berubah baik di lingkup *coffee shop* maupun diluar pastinya.
21. Bisa. Gaya hidup, pola pikir setiap orang berbeda-beda.
22. Iya, seperti kebanyakan yang kita lihat sekarang di kehidupan nyata maupun di medsos foto mereka saat di *coffee shop* di posting dan memarken untuk memenuhi gengsi.
23. Tidak, karna gaya hidup saya bisa dibilang standar dan gaya hidup saya saat di *coffee shop* hanya mengikuti seperduanya saja.
24. Tidak, karna diluar dari *coffee shop* bahkan di kampus saya bisa mengekspresikan gaya hidup saya.
25. Hanya kebutuhan karna kita juga butuh bersantai setelah kegiatan yang melelahkan dan tempat yang paling enak ya di *coffee shop*.
26. Tidak. Saya orangnya tidak terlalu tertarik untuk menggunakan outfit yang sedang trend.
27. Bisa iya ataupun tergantung penilaian orang. Seseorang tidak bisa di ketahui gaya hidupnya hanya dari satu sisi, tapi bisa juga dilihat dari *stylenya*.
28. Bisa. Melihat maraknya orang yang berkunjung ke *coffee shop* menjadi sebuah peluang bisnis untuk anak muda.

29. Tidak, ada waktunya untuk bersenang-senang dan ada waktu untuk melakukan kesibukan seperti bekerja dan belajar.

30. desainnya minimalis dan unik.

Nama Informan : Rafli

Umur : 21 tahun

Profesi : Mahasiswa

1. Menurut saya setelah adanya *coffee shop* anak muda sekarang kebanyakan nongkrong berdiskusi daripada keluyuran dijalanan apalagi kalangan mahasiswa lebih asik mengerjakan tugas-tugas kuliah di *coffee shop* daripada di kos/rumah.
2. Sama teman-teman.
3. Mengerjakan tugas kuliah.
4. Biasanya 3 jam.
5. 3 kali seminggu.
6. Jam 21 wib.
7. Iya, alasannya karena nongkrong di *coffee shop* lebih asik dibanding nongkrong ditempat" lain.
8. Saya pergi ke *coffee shop* ketika kesibukan lainnya lagi kosong.
9. Iya senang.
10. Soal harga bukan jadi faktor utama tapi kualitasnya.
11. Lebih memilih ke *coffee shop*
12. Penyebab saya sering mendatangi *coffee shop* karena rasa coffeenya.
13. Karena tempat nyaman dan fasilitasnya.

14. Karena keluarga pada jauh-jauh jadi ke *coffee shop*nya keseringan sama teman.
15. Tidak karena saya tidak terlalu terpengaruh dengan gaya-gaya hidup baru.
16. Selain dari rasa kopi yang lumayan baik, prlayanannya juga bikin memuaskan.
17. Kebanyakan positif.
18. *Coffee shop* memberikan peran yang cukup baik terhadap gaya hidup saya.
19. Menurut saya selagi nongkrong menghasilkan perilaku positif itu akan lebih baik dibanding tinggal dirumah sendirian karena ditongkrongan biasa saja kita mendapatkan hal-hal yang baru.
20. Berubah karena lebih keasikan nongkrong diluar dibanding dirumah.
21. Dapat dipisahkan, itu tergantung dari diri masing-masing bagaimana cara beradaptasi dengan *coffee shop*.
22. Tidak juga, itu tergantung dari diri sendiri kalau niatnya ingin ke gengsian maka itu yang terjadi tapi ketika hanya dijadikan sebagai tempat healing untuk refresh maka tidak lari ke gengsian.
23. Tidak karena gaya hidup bukan cuman tentang *coffee shop*.
24. Tidak sebab saya tidak terlalu menyukai gaya hidup baru.
25. Hanya memenuhi kebutuhan.
26. Tidak karena saya tidak terlalu menyukai penampilan yang terlalu menonjol didepan umum.
27. Iya bisa, contohnya main game di *coffee shop*.

28. Itu tergantung dari kesadaran dan kesanggupan masing-masing karena tidak semua orang mampu dalam bidang usaha.
29. Tidak karena saya ke *coffee shop* bukan mencari kesenangan tapi hanya untuk mengisi waktu luang *free* saja.
30. Cukup memuaskan.

Nama Informan : Restu Pranandary

Umur : 22 Tahun

Profesi : Wirausaha

1. Dapat dilihat sekarang ini, gaya hidup anak muda semakin meningkat karena adanya *Coffee shop*. Mungkin di karenakan adanya gengsi atau keinginan untuk tampil berbeda atau melebihi oranglain.
2. Biasanya saya ke *Coffee shop* bersama teman-teman atau keluarga.
3. Sekedar nongkrong, atau pada saat Reuni bersama teman.
4. Tergantung situasi dan kondisi, kalau ramai ya cepat pulang karna saya tipe orang yang tidak terlalu menyukai keramaian.
5. 2 sampai 3 kali seminggu, kalau sibuk ya paling seminggu sekali lah.
6. Habis shalat isya ya sekitaran jam 19:35.
7. Iya, karena *coffee shop* bisa jadi tempat untuk melepas lelah setelah pekerjaan padat yang saya lakukan, dan saya bisa mengekspresikan gaya hidup saya seperti cara berpakaian saya.
8. Disela-sela waktu kosong setelah semua pekerjaan saya selesai.
9. Kalau saya sih senang-senang aja, karena saya bisa mengekspresikan diri saya dan membuat saya bahagia saat memposting foto saat di *Coffee shop*

10. Tidak mempermasalahkan. Ya wajar-wajar saja karena saya memaklumi harga bahan pokok dan setiap tempat usaha pasti ada pajaknya
11. Tergantung ya kalau banyak uang lebih ya ke Mall, tapi saya lebih sering ke *coffee shop* karna lebih nyaman aja.
12. Karena harga yang di tawarkan terjangkau, dan tempatnya nyaman
13. Karena menunya ramah di kantong anak muda.
14. Saya juga menghabiskan waktu dengan keluarga, tapi lebih sering hangout di *coffee shop* karna ingin lebih meningkatkan pertemanan saya.
15. Menurut saya iya, karena dengan kita sering ke *coffee shop* pasti status sosial kita dianggap lebih oleh orang lain.
16. Memberikan kenyamanan dan ketenangan sih.
17. Sepertinya seimbang karena disisi positif memberikam kesenangan dan kebahagiaan. Tapi di sisi negatifnya sih lebih banyak waktu habis di *coffee shop*.
18. Perannya ya kadang sebagai tempat untuk menenangkan diri.
19. Menurut saya sudah biasa, karena anak muda sekarang memang senang nongkrong dan mencari tau hal-hal baru.
20. Iya berubah, yang tadinya saya hanya berdiam diri dirumah dan sibuk dengan pekerjaan menjadi lebih menghabiskan waktu di *coffee shop*.
21. Menurut saya tidak bisa di pisahkan karena adanya *coffee shop* maka gaya hidup anak muda semakin meningkat.

22. Tergantung orang sih, ada yang menjadikan ajang pameran karena ingin terlihat lebih dari orang lain. Kalau saya sendiri tidak menjadikan itu ajang pameran/gengsi.
23. Menurut saya iya, dimana dulu *style* saya tidak terlalu saya pedulikan tapi menjadi lebih peduli, dan saya menjadi lebih banyak *quality time* bersama teman.
24. Tidak juga, karena saya bebas mengekspresikan gaya hidup saya baik diluar maupun dalam *coffee shop*.
25. Menurut saya itu kebutuhan, apalagi di saat akan bertemu orang atau ingin reunion pasti tempatnya di *coffee shop* kebanyakan.
26. Menurut saya itu penting, karena penampilan lah yang paling pertama dilihat oleh orang.
27. Iya, kita bisa lihat gaya hidup orang pada saat di *coffee shop* seperti cara mereka berpakaian, *circle* pertemanannya juga yang membuat kita gampang melihat gaya hidupnya.
28. Tentu, bagus juga karena bisa membuka lowongan pekerjaan pada anak muda dan membuat usaha yang sama ataupun berbeda.
29. Tentu saja tidak bagi saya. Menurut saya gaya hidup kita harus seimbang, jangan hanya senang-senang saja.
30. Lumayan bagus, karena menyediakan Wifi gratis dan tempat charging dan lainnya.

Nama Informan : Sitti Amina P.

Umur : 22 Tahun

Profesi : Mahasiswi

1. Saya tidak tahu persis BagaimAna kehidupan mereka tetapi yg saya lihat dari mata saya bahwa zaman sekarang adanya *coffee shop* selain lebih mempererat silaturahmi krn bisa berkumpul, juga bisa membuat mereka terlalu mementingkan nongkrong dibandingkan mengerjakan sesuatu yg harusnya di kerjakan.
2. Teman.
3. Nge-wifi untuk ngerjain tugas kuliah, sekedar nongkrong karena gabut.
4. Paling lama dari pkl 19-02 kalau kerja tugas.
5. Biasanya 2 kali seminggu itupun kalau ada teman yg ngajak skrg mungkin hanya sekali itupun kadang dua minggu sekali.
6. Kira” pkl 19
7. Kalau buat saya itu bukan buat gaya hidup tapi kebutuhan, krn terkadang untuk menghibur diri dari kepenatan saya butuh suasana seperti di *coffee shop* ramai dan bersenda gurau dengan teman.
8. Kergantung mood dan situasi, kadang jg tidak perlu di atur kadang tiba-tiba ke *coffee shop*.
9. Senang, karena saya memang tipikal org yg suka *photografy* dan mengabadikan moment.
10. Harga menjadi masalah ketika saya tdk punya uang.
11. *Coffee shop*.

12. Sebab mau nongkrong (silaturahmi) dengan teman, dan kerja tugas.
13. Karena *coffee shop* nilai plus nya tersedia *wifi*, kadang juga ada hiburan *live acoustic*, dan bisa melihat orang-orang baru terlebih lagi jika *coffee shop*nya punya area atau lokasinya nyaman.
14. Karena posisinya keluarga saya tinggal berjauhan dengan saya makanya kalau ke *coffee shop* tdk sama keluarga, dan keluarga saya tipikal org yg tdk terlalu suka di tempat seperti itu kecuali sepupu-sepupu sebaya yg terbisa dengan situasi *coffee shop*.
15. Menurut saya tidak juga, mungkin hanya dari segi silaturahmi kalau sering datang kumpul sama teman pasti kita juga akan selalu di anggap, menilai status sosial bukan hanya karena sering nongkrong di *coffee shop*, bahkan kadang juga ada yang datang di *coffee shop* tapi cuma nge-*wifi* tanpa memesan apapun.
16. Hiburan dari segi psikologis karena saya pribadi kalau ke *coffee shop* saya merasa nyaman dan terhibur.
17. Kebanyakan memberikan hal positif
18. Tidak berperan banyak, hanya menjadi wadah untuk kumpul-kumpul bersama teman, dan ada *wifi* yg membuat kita nyaman.
19. Saya rasa nongkrong itu tidak apa-apa. Tergantung pribadi masing-masing nongkrongnya seperti apa dan bagaimana, hanya saja kadang nongkrong sampai tengah malam terus ada yang ribut mengganggu masyarakat lain, bahkan ada yang sampai lupa pulang waktu lebih banyak

nongkrong dibandingkan mengerjakan kewajiban lainnya, seperti sholat mungkin.

20. Tidak juga, hanya dari segi silaturahmi terjaga krn sering bertemu teman di *coffee shop*.

21. Dari perspektif saya, mengapa harus di pisahkan kalau bisa di selaraskan, sebab saya juga butuh waktu dimana saya bisa ke tempat yg bisa berkumpul dengan teman, sekedar melepas lelah dan ke pusingan dalam hal tugas atau persoalan hidup.

22. Saya tidak bisa mengatakan benar atau salah sebab itu tergantung pribadi setiap manusia, tetapi kalo merujuk kepada menurut saya bagaimana, menurut saya itu bukan untuk gengsi namun itu adalah kebutuhan untuk saya atau hiburan.

23. Bisa di bilang tidak terlalu , setidaknya ada tempat untuk melepas penat dan ada hiburan dikala waktu senggang.

24. sebelum saya mengenal adanya *coffee shop* saya memang sudah merasa bebas berekspresi.

25. kebutuhan dan keinginan, butuh krn tempat untuk berkumpul dengan teman-teman untuk menjaga silaturahmi, butuh karena ada *wifi* nya untuk kerja tugas, butuh karena bisa menjadi hiburan, keinginan karena saya memang ingin ke *coffee shop* ketika saya sedang lelah atau ingin minum kopi yg berbeda dari seduhan biasa.

26. Bagi saya outfit itu penting selama kita nyaman bukan untuk pamer tetapi karena saya suka.

27. Kita tdk bisa menilai bagaimna gaya hidup seseorang dri hanya melihatnya nongkrong di *coffee shop*, menilai seseorang tdk semudah itu, bisa saja yg sering ke *coffee shop* bergaya bak orang berada ternyata hanya orang-orang biasa tetapi itu bukan masalah krn smua berhak bergaya dan berada di *coffee shop* selama iya mampu membeli.

28. Iya sebab itu juga menjadi salah satu motivasi bagi saya agar bisa menciptakan usaha-usaha yang banyak di minati org org kau khususnya anak muda dalam artian ada peluang bisnis.

29. Saya pribadi tidak, karena saya tidak meminta uang ke orang tua kecuali uang kebutuhan kuliah, bukan untuk bersenang-senang, uang untuk nongkrong itu atau istilahnya uang jajan yang di kasih sama kakak saya, dan saya juga tidak setia hari ke *coffee shop* hanya sesekali.

30. Memuaskan bagi saya, terutama fasilitas *wifi gratis* dan *charging*.

Nama Informan : yusril

Umur : 20

Profesi : Karyawan

1. Menurut saya, anak muda lebih banyak nongkrong menghabiskan waktu di cafe ataupun warkop.
2. Teman dan keluarga.
3. Main game, dan reuni juga bercerita.
4. Kurang lebih 2 jam.
5. Seminggu 3 kali lah.
6. Jam 4 dan jam 8 malam.

7. Tidak juga, karena Masi banyak hal-hal lain selain *coffee shop* yang pantas sebagai acuan gaya hidup.
8. Yang jelas pekerjaan selesai, tidak ada kesibukan baru pergi.
9. Tidak.
10. Harga pasti sih, kalo pruduknya tidak sesuai dengan harga pasti keberatan juga, dan saya lebih pelayanannya juga.
11. *Coffee shop*.
12. Ajakan, butuh *Wi-Fi* dan nongkrong sih.
13. Karena *coffee shop* sangat berbaur kapada masyarakat khususnya di kalangan anak muda apalagi tempatnya bagus dan harganya terjangkau.
14. Keluarga pasti utama, kan disisilain juga punya teman jadi di sesuaikan saja.
15. Iya, karna di tempat tersebut kita dapat mengenal dan mendapat teman baru, yah lebih tepat intraksi sosial juga.
16. Produk yang di inginkan, pelayanan yang memuaskan, internetan pake *Wi-Fi* dan sebagainya..
17. Gaya hidup yang positif.
18. Sebagai tempat tongkrongan aja si, tempat kumpul sama teman
19. Pendapat saya, lebih ke lupa waktu si, di sisilain juga tempat gaya-gayaan pamer outfitnya.
20. Tidak, karena *coffee shop* menurut saya cuman tempat nongkrong saja, tempat asik-asik saja.

21. Iya, karena di *coffee shop* kan pengunjunnya banyak jadi penampilan juga perlu, harus di sesuaikan saja lah, karna tempat rame, jadi berkaitanlah.
22. Sebagian besar begitu, jadi tempat pamer outfit yang dia punya, karna kan banyak org. Tapi ada juga yg biasa saja dalam berpenampilan.
23. Tidak, karna tidak tiap hari ke *cafe*.
24. Tidak, karna style saya gak harus ke *cafe*.
25. Keinginan si, cuman tidak harus gaya gayaan, paling cerita" sama teman saja.
26. Penting, dimana mana penampilan harus baik, sopan, apalagi di *coffee shop* tempatnya banyak orang lebih tepatnya di kalangan millennial.
27. Lebih dominannya ada, karena tempatnya ramai disitu bnayk dliat yg pakai pakaian yang lagi trend, contohnya sepatu, baju, jaket, dll.
28. Iya sangat, karna kita tau sekarang *coffee shop* adalah tempat orang untuk kumpul, baik sama teman maupun keluarga, peluang ke untungnya banyak, karna tempat-tempat bgtu khususnya di kota Palopo paling banyak pelaku usahanya, jadi motivasi lah buat Ank muda untuk usaha yang sejenisnya juga.
29. Iya, karna di situ tempat kita bercerita menikmati apa yang di berikan *coffee shop* Jadi selalu ingin berkunjung dan menghabiskan waktu
31. Baik, setaralah sama kebutuhan anak muda sekarang, utamanya si yang saya liat paling tempat foto, karna kurang si menurut saya kalo tidak ada

tempat yang menarik untuk megabadikan momen, untuk di publis ke sosmed, secara kebutuhan customer bgtu.



Lampiran 3: Dokumentasi

1. Dokumentasi Solata Cafe





2. Dokumentasi Wawancara





NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp. :
Hal : skripsi an Ratnasari

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu 'alaikumwr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

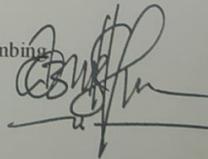
Nama : Ratnasari
NIM : 18 0403 0046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Eksistensi *Coffee Shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian munaqasyah.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

wassalamu 'alaikumwr. wb.

Pembimbing



Andi Tenrisanna Syam, S.Pd., M.Pd

Tanggal:

Muh. Shadri Kahar Muang, S.E.,
M.M
Arsyad L, S.Si., M.Si
Andi Tenrisanna Syam, S.Pd., M.
Pd

NOTADINAS TIMPENGUJI

Lamp:-

Hal : Skripsi an. Ratnasari

Yth. Fakultas Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamu 'alaikumwr.wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

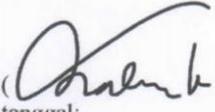
Nama : Ratnasari
NIM : 18 0403 0046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Eksistensi *Coffee shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikumwr.wb.

1. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M
Penguji I
2. Arsyad L, S.Si., M.Si
Penguji II
3. Andi Tenrisanna Syam, S.Pd., M. Pd
Pembimbing I/Penguji

()
tanggal:

()
tanggal:

()
tanggal:



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076

E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada Hari ini Jumat Tanggal 18 bulan November Tahun 2022 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Ratnasari
NIM : 18 0403 0046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : Eksistensi Coffee Shop dan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Palopo

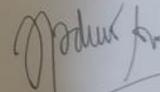
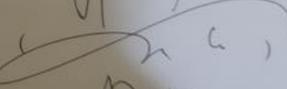
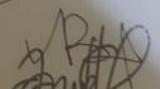
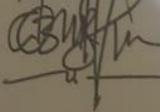
Dinyatakan **LULUS UJIAN** / ~~TIDAK LULUS~~ dengan **NILAI 92**..... dan masa perbaikan ⁵ ~~3~~ ^{pekan} / bulan.

Dengan Hasil Ujian:

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Skripsi diterima tanpa perbaikan |
| <input checked="" type="checkbox"/> | Skripsi diterima dengan perbaikan |
| <input type="checkbox"/> | Skripsi ditolak dan seminar ulang |

TIM PENGUJI

1. Nurdin Batjo, S.Pt., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M.
(Penguji I)
3. Arsyad L, S.Si., M.Si.
(Penguji II)
4. Andi Tennisanna Syam. S.Pd., M.M.
(Pembimbing / Penguji)

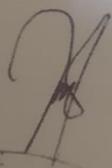
()
()
()
()

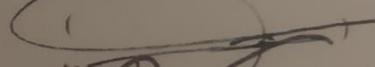
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

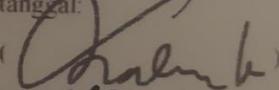
Skripsi berjudul Eksistensi *Coffee shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo yang ditulis oleh Ratnasari Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0403 0046, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 31 Agustus 2022 telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

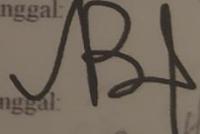
TIM PENGUJI

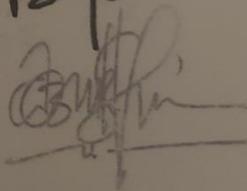
1. Dr. Takdir, S.H., M.H.
Ketua Sidang/Penguji
2. Dr. Muh.Ruslan Abdullah, S.EI., M.A
Sekretaris Sidang/Penguji
3. Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M
Penguji I
4. Arsyad L, S.Si., M.Si
Penguji II
5. Andi Temrisanna Syam, S.Pd., M.Pd
Pembimbing I/Penguji

()
tanggal:

()
tanggal:

()
tanggal:

()
tanggal:

()
tanggal:

**TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO**

NOTA DINAS

Lamp. :
Hal : Skripsi an Ratnasari
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Di
Palopo

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Ratnasari
NIM : 18 0403 0046
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Eksistensi *Coffee Shop* dan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Palopo

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN PALOPO.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia

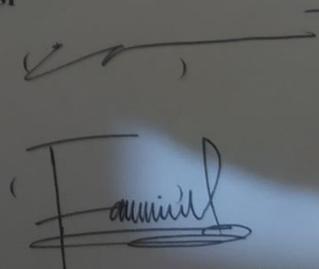
Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

TIM VERIFIKASI

1. Edi Indra Setiawan, SE., M.M
Tanggal:

2. Fadillah, S. AP
Tanggal : 17 oktober 2022



Eksistensi coffee shop dan gaya hidup anak muda di kota palopo

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

9%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	3%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3%
3	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	2%
4	repository.umpalopo.ac.id Internet Source	1%
5	123dok.com Internet Source	1%
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
7	ejournal.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
8	id.scribd.com Internet Source	<1%
9	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1%

RIWAYAT HIDUP



Ratnasari, Lahir di Papakaju, pada tanggal 26 Februari 2000, penulis merupakan anak ke 5 dari 5 bersaudara, dari pasangan seorang ayah bernama Uddin Jaga dan ibu bernama Erna. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Papakaju, Kecamatan Suli, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2012 di SDN 356 Papakaju. Kemudian pada tahun yang sama melanjutkan sekolah di SMP Negeri 1 Suli dan selesai pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan pendidikan di MAN LUWU. Selanjutnya menempuh pendidikan pada tahun 2018 di Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo. Penulis memilih program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.