

DAFTAR PUSTAKA

- As'ad, M. H., & Aji, J. M. M. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Kedai Kopi Modern Di Bondowoso. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 13(2), 182–199. <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JSEP>
- Badan Pengelolaan Keuangan Daerah. (2023). *Laporan Keuangan*. Pemerintah Kota Lhokseumawe, Lhokseumawe. 336 hal.
- Bestari, V. J., & Fadlia, F. (2019). Perbandingan Warung Kopi Tradisional Versus Modern (Sebuah Analisis Terhadap Konsep Responsif Gender). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4, 1–12. www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*. Harvard University Press.
- Canclini, N. G., Chiappari, C. L., & López, S. L. (1995). *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity* (NED-New edition). University of Minnesota Press. <http://www.jstor.org/stable/10.5749/j.cttts9sz>
- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L. G., & Stone, A. M. (1992). *Public Space*. Cambridge University Press.
- Chofiyana, R., Ariyani, A. H. M., & Widodo, S. (2024). Budaya Ngopi, Tipologi, dan Strategi Kedai Kopi dalam Persaingan Bisnis. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10.
- Deni, D. (2014). Fenomena Taman Riyadah-Kota Lhokseumawe. *Arsitekno*, 3, 29–38.
- Ferreira, J., Ferreira, C., & Bos, E. (2021). Spaces of consumption, connection, and community: Exploring the role of the coffee shop in urban lives. *Geoforum*, 119, 21–29. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.12.024>
- Fitriani, D. (2023). *Eksistensi budaya minum kopi dari era kolonial hingga era modern*. 1(3). <https://doi.org/10.26418/jdn.v1i3.70369>
- Giddens', A. (2009). *Sociology* (6 ed.). Polity Press.
- Habermas, J. (1962). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. MIT Press.
- Habraken, N. J. (1998). *The Structure of the Ordinary, Form and Control in the Built Environment*. MIT Press.
- Hall, C. S., & Lindzey, G. (1957). *Theories of Personality* (2 ed.). Wiley.

- Hall, E. T. (1966). *The Hidden Dimension*. Doubleday & Company, Inc.
- Hoselitz, B. F. (1955). Generative and Parasitic Cities. *Economic Development and Cultural Change*, 3(3), 278–294.
- Husserl, E. (1970). *The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology* (D. Carr, Ed.). Northwestern University Press.
- Husserl, E. (1989). *Ideas Pertaining to a Pure Phenomenology and to a Phenomenological Philosophy: Second Book Studies in the Phenomenology of Constitution*. Springer Science & Business Media.
- Junaidi, J., Ardiya, A., & Anugrah, P. (2022). Coffee Shop as Space for the Cultural Production in Urban Society. *Wisdom*, 22(2), 50–58. <https://doi.org/10.24234/wisdom.v22i2.760>
- Kant, I. (1992). *On the form and principles of the sensible and intelligible world* (G. Hatfield, Penerj.). Cambridge University Press.
- Lasasi, A. (2021). *Analisis Persaingan Usaha Antar Warung Kopi Tradisional Dengan Warung Kopi Modern Di Kecamatan Wenang Kota Manado*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado.
- Lukitaningsih, L., & Juliani, D. (2021). Warung Kopi sebagai Ruang Publik dari Masa Ke Masa di Kota Medan. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 13(1), 10. <https://doi.org/10.24114/jupiiis.v13i1.18639>
- Marini, F. Q. (2022). Kajian Arsitektur Modern Minimalis pada Desain Interior Coffee Shop di kawasan Cikajang Jakarta Selatan. *Jurnal Mahasiswa Departemen Arsitektur*. 10. 1
- Muammar, M., Mawardi, M., & Nurasiah, N. (2018). Perkembangan Warung Kopi Di Kota Banda Aceh dari Tahun (1974-2017). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (Jim) Jurusan Pendidikan Sejarah*, 3, 30–39.
- Nurikhsan, F., Salsabila Indrianie, W., & Safitri, D. (2019). Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja. *Widya Komunika*, 9.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good Place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community* (3 ed.). Marlowe & Company.
- Önurmen, O., & Temel, F. (2022). Social Spaces and Agenda: A Review of Traditional and New Generation Coffeehouses. *İnönü University International Journal of Social Sciences (INIJOSS)*. <https://doi.org/10.54282/inijoss.1129165>

- Pamungkas, Y. F. C. (2014). Pengaruh orientasi pembelian, kepercayaan, dan pengalaman pembelian online terhadap niat beli online. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 1–15.
- Puspasari, C., & Rizki, D. (2018). The Transformation and Innovation of the Aceh Coffee Shops as an Expansion of Social Communication Network in Lhokseumawe. *KnE Social Sciences*, 3(10), 115. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.2908>
- Rizqi, N. Z. E., Wulandari, D. A., & Maharani, D. P. (2023). Revolusi Budaya Ngopi: Cafe Modern Sebagai Sarana Pengembalian Cara Ngopi Zaman Dulu. *Jurnal Insan Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1, 283–295. <https://doi.org/https://doi.org/10.59581/jipsoshum-widyakarya.v1i4>
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*. 129. 70-81. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.07.002>
- Seamon, D. (2000). *Phenomenology, Place, Environment, and Architecture: A Review of the Literature**. www.arch.ksu.edu/seamon/http://ksu.academia.edu/DavidSeamon
- Seamon, D. (2018). *Life takes Place: Phenomenology, Lifeworld, and Place making* (1 ed.). Routledge.
- Soekanto, S. (2006). *Sosiologi: Suatu Pengantar*. Raja Grafindo Persada.
- Solikatun, S., Kartono, T. D., & Demartoto, A. (2015). Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi (Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1), 60–74.
- Sufi, S. (2020). Strategi Pemerintah Kota Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Melalui Pajak Restoran (Studi Kasus Badan Pengelolaan Keuangan Daerah Kota Lhokseumawe). *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1).
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (19 ed.).
- Sutjiadi, I. K., & Sutisna, S. (2020). Penerapan Metode Behavioral Architecture Dalam Perancangan Ruang Komunal – Informal. *Jurnal Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur (Stupa)*, 2(2), 1603. <https://doi.org/10.24912/stupa.v2i2.8505>
- Taneko, S. B. (1984). *Struktur Dan Proses Sosial: Suatu Pengantar Sosiologi Pembangunan*. CV. Rajawali.
- Tuan, Y. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. University of Minnesota Press.

- Untari Putri Handayani Pasaribu, S., Karsono, B., & Fidyati, F. (2023). Fenomena keberadaan warung kopi bagi masyarakat produktif Kota Lhokseumawe. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(1), 25–32. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech>
- Wijoyo, A., Ghina, F., Anugrah, R. A., & Febriyanto, D. N. (2022). Kedai Kopi Modern (Perancangan Bisnis Kedai Kopi). *OKTAL: Jurnal Ilmu Komputer dan Science*, 1(12), 2313–2317. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/oktal>
- Yose, D., & Ikhwan, I. (2022). Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat Coffee Shop. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 208–216. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v5i2.621>
- Zubaidi, A. N. (2011). Ruang Publik Dalam Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2). www.kaskus.us