

## **HUBUNGAN KEBIASAAN BERGAUL DI *COFFEE SHOP* DENGAN GAYA HIDUP REMAJA AEK KANOPAN**

### ***THE RELATIONSHIP OF THE HABITS OF ASSOCIATION IN THE COFFEE SHOP AND THE LIFESTYLE OF AEK KANOPAN***

Mustika Ayu

Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Medan  
Alamat Email Korespondensi: Mustikarahayu1999@gmail.com

Naskah diterima tanggal :1 Agustus 2022 , disetujui 1 September 2022

**Abstract:** This study aims to determine the lifestyle of teenagers, the social habits of teenagers in the coffee shop, and to describe the relationship between the habits of hanging out at the coffee shop and the lifestyles of teenagers in Aek Kanopan. The theory used is the Lifestyle of Nugraheni (2003) and the social habits of Salman Al-Farisi (2017). This study uses a quantitative approach with the correlation method. The samples taken in this study were 50 teenagers aged 13-21 years. The technique of collecting data is using the Associative Habits questionnaire with 25 statements and Lifestyle with 25 statements. The data processing technique used validity test, reliability test, trend test, correlation test, and hypothesis testing. To test the data analysis using the t test on the hypothesis test. The results showed: the social habit variable has an average value of 83.4 which belongs to the medium category. The highest indicator is emotional freedom of 86.3 which belongs to the high category. Based on the results of the calculation of the lifestyle variable data has an average value of 77.4 which belongs to the medium category. The highest indicator is opinion which has an average of 79.1 in the medium category. Based on the results of the calculation of data on socializing habits and lifestyle, there is a significant relationship with socializing habits in the coffee shop with the lifestyle of Aek Kanopan teenagers. Based on data analysis, it was found that  $t_{count} > t_{table}$  where  $-6.441 > -1.660$ , meaning that the hypothesis is accepted. So this can indicate that there is a relationship between social habits and adolescent lifestyle or the hypothesis can be accepted. And the relationship between the habit of hanging out at the coffee shop with the lifestyle of Aek Kanopan's teenagers, it can increase the habit of hanging out with the lifestyle of teenagers aged 13-21 years.

**Keywords:** Social Habits, Lifestyle

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gaya hidup anak remaja, kebiasaan bergaul anak remaja di *coffe shop*, dan untuk mendeskripsikan hubungan kebiasaan bergaul di *coffe shop* dengan gaya hidup remaja di Aek Kanopan. Teori yang digunakan yaitu Gaya Hidup dari Nugraheni (2003) dan kebiasaan bergaul dari

Salman Al-farisi (2017). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 anak remaja usia 13-21 tahun. Teknik pengumpulan data dengan angket Kebiasaan Bergaul 25 pernyataan dan gaya Hidup 25 pernyataan. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji kecenderungan, uji korelasi, dan uji hipotesis. Untuk uji analisis data menggunakan uji  $t$  pada uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan: variabel kebiasaan bergaul memiliki nilai rata-rata 83,4 yang tergolong dalam kategori sedang. Adapun indikator yang paling tinggi yaitu kebebasan emosional sebesar 86,3 yang tergolong pada kategori tinggi. Berdasarkan hasil perhitungan data variabel gaya hidup memiliki nilai rata-rata 77,4 yang tergolong dalam kategori sedang. Adapun indikator yang tertinggi adalah opini memiliki rata-rata 79,1 berada pada kategori sedang. Berdasarkan hasil perhitungan data kebiasaan bergaul dan gaya hidup memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan. Berdasarkan analisis data yang ditemukan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $-6,441 > -1,660$ , artinya hipotesis diterima. Maka hal ini dapat menunjukkan bahwa adanya hubungan kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja atau hipotesis dapat diterima. Dan adanya hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan, maka dapat meningkatkan kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja usia 13-21 tahun.

**Kata Kunci:** Kebiasaan Bergaul, Gaya Hidup

## Pendahuluan

Di Indonesia minuman kopi sangat dinikmati oleh kalangan semua baik remaja, dewasa, dan orang tua karena memiliki rasa dan aroma. Minuman kopi dihasilkan dari seduhan biji kopi yang sudah di roasting serta dihaluskan menjadi bubuk. Kopi adalah tumbuhan lama yang telah dibudayakan serta memiliki nilai ekonomis yang besar. Negara penghasil kopi terbaik adalah negara Indonesia. Sebagai contoh wilayah yang paling populer dengan biji kopi di Indonesia yaitu Aceh, Lampung, Jawa, Sulawesi dan Medan. Jenis kopi yang beredar adalah Arabika, Robusta, Liberika. Sebagian orang suka mengkonsumsi kopi dan

sebagian orang tidak suka mengkonsumsi

Kopi sebab takut menimbulkan efek kesehatan baginya. Kopi awalnya muncul hanya dijual bentuk kemasan dan dapat dibeli di Supermarket atau di Pasar, kini kopi sudah diolah menjadi minuman praktis yang langsung bisa dinikmati. Selain itu, kopi sudah beredar di Mall dan hotel berbintang dengan penampilan yang elegan salah satunya yaitu *coffee shop* yang menjual kopi menjadi minuman trend masa kini dengan harga kalangan menengah.(Febrian *et al.*, 2021)

Di era modern saat ini, banyaknya kebutuhan hidup manusia mendorong banyaknya juga terjadinya tuntutan

peningkatan gaya hidup pada masyarakat. Pada pandangan Philip Kotler mengenai gaya hidup ialah pola-pola hidup individu dimasyarakat yang diwujudkan melalui aktivitas, atensi, serta opininya. Gaya hidup menyimbolkan semua gambaran diri seorang individu saat berinteraksi atau berhubungan dalam masyarakat (Kotler, 2002:192). Gaya hidup ialah suatu perilaku individu yang ditunjukkan dalam wujud aktivitas (*activity*) dan atensi. Hal tersebut berkaitan dengan citra diri untuk menampilkan status sosial individu dalam lingkungan sosialnya. Gaya hidup menampilkan bagaimana seorang individu menghabiskan waktu serta bagaimana ia membelanjakan uangnya dalam kehidupannya.

Banyak sekali fenomena trend suatu hal yang akhirnya menjadi suatu budaya baru dan menjamur hingga ke semua kalangan sehingga menciptakan suatu gaya hidup baru di masyarakat. gaya hidup penduduk di kota-kota besar semakin mengarah keperilaku konsumsi, hal ini disebabkan oleh rangkaian iklan TV atau media sosial yang menghadirkan berbagai produk yang ditafsirkan secara simbolis.

Seiring pada perkembangan zaman, aktivitas bersantai di kafe sambil mengobrol dan menikmati hidangan yang disajikan bukan lagi menjadi saluran pelepas penat dan dahaga semata namun hal tersebut telah menjadi gaya hidup pada kalangan

generasi milenial saat ini terkhusus pada kalangan remaja akhir di kota Aek Kanopan. Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi fenomena tersebut terjadi salah satunya adalah remaja tersebut menjadikan kebiasaan nongkrong di kafe sebagai pilihan menghabiskan waktu senggangnya bahkan saat ini kegiatan nongkrong di kafe sudah menjadi bagian dari gaya hidup tersendiri pada berbagai kalangan tertentu, khususnya di kalangan anak-anak remaja akhir.

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan percepatan perkembangan, fisik, mental, emosional dan sosial (Santrock, 2012). Secara umum, orang yang suka nongkrong di kafe, warung kopi atau restoran cepat saji kebanyakan anak muda berkisaran usia 16-22 tahun (Herlyana, 2012). Kelompok remaja sangat mudah tergerus oleh kemajuan teknologi dan informasi yang kemudian berdampak pada perubahan pada gaya hidup mereka di lingkungan sosial sehingga timbulnya perasaan baru tentang identitas dalam individu pada masa remaja. Kalangan remaja merupakan salah satu kelompok sosial dalam masyarakat yang rentan terhadap gaya.

Pada zaman modern saat ini, aktivitas nongkrong telah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup (*life style*), terutama pada kalangan remaja di perkotaan. Sudah menjadi hal yang wajar apabila dimasa modern saat ini

banyak hadirnya kafe yang bernuansa kekinian dan instagramable sebagai sebuah pilihan referensi tempat nongkrong masyarakat perkotaan. Kriteria nongkrong sendiri adalah kegiatan duduk bersantai berlama-lama disuatu tempat dengan durasi nongkrong yaitu dengan durasi lama nongkrong dari 2 hingga 5 jam. Gaya hidup baru ini diterapkan melalui aktivitas, pola pikir dan opini anak muda ketika mengunjungi *coffee shop*. Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Anak remaja melakukan berbagai aktivitas seperti mengerjakan tugas, mengobrol, bertemu client dan berfoto di *coffee shop* merupakan suatu hal yang sering dilakukan oleh anak muda di era modern seperti sekarang. Gaya hidup baru dengan membagi aktivitasnya di *coffee shop* ini juga sebagian dari hal yang anak muda sukai. (Sosiologi et al., 2022)

Pada kalangan remaja modern, nongkrong sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup mereka, fenomena tersebut sudah menjadi sebuah realita umum yang terjadi di perkotaan, hal tersebut juga terjadi di Kota Aek Kanopan dan kota-kota besar lainnya. Peningkatan trend nongkrong di kafe sambil menikmati fasilitas yang tersedia di kafe kota besar. Di Indonesia sudah mengalami peningkatan sejak 5 tahun terakhir,

hal tersebut berdampak pada banyak hadirnya kafe yang bernuansa kekinian dan instagramable di kota-kota besar, khususnya juga terjadi pada Kota Aek Kanopan.

Dahulu, pada awal kemunculannya, kebiasaan nongkrong hanya dilakukan di warung kopi biasa, dalam kegiatan nongkrong dijadikan sebagai wadah individu untuk saling berinteraksi bertukar informasi. Namun pada era modern saat ini, kegiatan nongkrong di warung kopi tersebut bergeser karena muncul trend baru yaitu *coffee shop* sehingga dijadikannya sebagai gaya hidup modern oleh masyarakat perkotaan khususnya kalangan remaja, salah satunya adalah Kota Aek Kanopan, Labuhan Batu Utara, Sumatera Utara.

Selain itu, dahulu kafe memiliki fungsi sosial yang sebagai saluran ruang bertukar pikiran dan saling berinteraksi. Namun demikian fungsi sosial telah bergeser dan menjadi sebuah ajang gaya hidup baru dikalangan masyarakat terutama dikalangan remaja semenjak menjamurnya *coffee shop* yang bernuansa kekinian.

Dan kini masyarakat dihadapkan pada permasalahan mengenai leisure time (waktu luang). Kesibukan dan mobilitas yang tinggi, tuntutan pekerjaan serta perubahan budaya yang terjadi itu membuat seseorang yang tinggal di perkotaan mengalami kepenatan dalam menjalani rutinitas sehari-harinya. Sehingga masyarakat perkotaan mulai mencari leisure time (waktu luang) yang dapat melepaskan

kepenatannya pada hal tertentu seperti nongkrong dengan teman-teman, pergi ke mall, shopping, atau bersantai dengan secangkir kopi di *coffee shop*.

Permasalahan *leisure time* memberikan perubahan terhadap gaya hidup seseorang. Salah satunya adalah gaya hidup tentang budaya minum kopi. Budaya meminum kopi pada zaman sekarang tidak hanya terletak pada kebutuhan meminum kopi, tetapi kopi sudah masuk kedalam ranah gaya hidup dengan varian kopi sekaligus memiliki nilai praktis, yang mudah dijangkau dan menyediakan tempat yang sangat nyaman untuk para anak remaja dan menyediakan fasilitas: WiFi, Charging, sehingga harganya cenderung tidak terlalu mahal untuk para remaja. Dan kini budaya meminum dan menikmati kopi telah menjadi sebuah gaya hidup yang kekinian. Banyak anak remaja melakukan kegiatan nongkrong terutama pada malam hari diakhir pekan, karena disituasi tersebut para remaja akan melepaskan setresnya mereka dengan tugas-tugas sekolah yang membeludak. Sehingga banyak sekali remaja yang nongkrong dalam beberapa kelompok pertemanan, baik itu nongkrong dengan teman satu sekolah atau dari sekolah lain bahkan dengan teman dari latar belakang yang berbeda-beda untuk saling berbagi cerita pengalaman. Biasanya mereka nongkrong sambil makan ataupun minum bersama teman mereka, apalagi kalau harga makanan dan minumannya murah, lalu lokasi yang strategis, tempat nyaman, menu

makanan dan minuman yang variatif, serta cara penyajian yang berbeda, tentunya remaja akan sering mengunjunginya.

Perkembangan inovasi *coffee shop* yang semakin kini menjadi tempat atau wadah untuk remaja sebagai gaya hidup. Hal ini terbukti bahwa hampir semua *coffee shop* di Aek Kanopan memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan. Terutama, *coffee shop* yang sudah terkenal, hal ini membuat masyarakat ingin mencari tahu menggunakan sosial media yang mereka miliki.

fenomena menjamurnya *coffee shop* pada saat ini memang menarik untuk dibicarakan, tidak hanya sekedar aktivitas jual beli minuman dan makanan saja seperti di warung kopi biasa, tetapi *coffee shop* juga menawarkan yang berbeda dari mulai fasilitas dan kenyamanan tempat. Bahkan *coffee shop* sudah bisa dikatakan menjadi tempat ketiga setelah rumah dan sekolah, maksudnya orang-orang cenderung memilih *coffee shop* untuk bersantai dan tempat untuk menghilangkan kepenatan, bahkan *coffee shop* tidak hanya dijadikan tempat untuk nongkrong saja, tetapi sudah menjadi tempat hal yang serius, seperti pertemuan dengan rekan bisnis atau mengerjakan tugas sekolah/kampus. Maka tidak heran jika kita dapat menemui sekumpulan anak remaja di *coffee shop-coffee shop* sekitar Aek Kanopan atau kota lainnya.

Tingginya antusias anak remaja terhadap *coffee shop* menyebabkan

tumbuhnya berbagai macam industri baru, termasuk didalamnya industri-industri bisnis yang muncul dari kreativitas dan inovasi seseorang. Mulai dari kebutuhan makanan, minuman, pakaian, alat tulis, transportasi, sampai kebutuhan yang ditujukan hanya untuk pemenuhan keinginan diri semata. Maraknya *coffee shop* ini menjadi peluang bisnis, kemudian menciptakan manusia-manusia yang lebih kreatif dalam berpikir dan berkarya. Banyak usaha-usaha yang muncul akibat dari ide-ide kreatif yang kemudian berhasil menciptakan pasarnya sendiri.

Remaja adalah salah satu objek pada penelitian ini, Menurut Zakiah Daradjat, ketidakdewasaan (pubertas) adalah “masa peralihan dari masa remaja ke masa dewasa, di mana anak-anak mengalami perkembangan pesat di segala bidang. Mereka bukan lagi anak-anak kecuali untuk mereka juga tidak dewasa dewasa. Periode ini dimulai sekitar pada usia 13-21 tahun, karena remaja mempunyai ciri khas pola perilaku tertentu yang ingin ditunjukkan setiap orang untuk menunjukkan identitas dirinya. Kehidupan di perkotaan terutama di Aek Kanopan, dimana anak remaja dituntut untuk bisa lebih selektif dalam menerima pengaruh lingkungan yang baik maupun buruk. Berbicara mengenai lingkungan, suatu lingkungan dapat membentuk karakter dan kepribadian seseorang. Jika kita bandingkan dengan remaja yang tinggal di desa sangatlah berbeda dengan remaja yang tinggal di wilayah perkotaan. Dari segi

kebutuhan, remaja yang tinggal di perkotaan salah satunya adalah gaya hidup. Maka tidak heran jika kafe menjadi salah satu tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan dalam rangka untuk mensosialisasikan diri dengan pergaulan teman sebayanya.

*Coffee shop* atau kedai kopi identik dengan gaya hidup remaja yang mana antusiasme dan penikmat *coffee shop* paling banyak dikunjungi oleh remaja karena sering terlihat berkumpul dengan teman-temannya. Melihat fenomena keberadaan *coffee shop* anak remaja seolah menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk dapat melakukan berbagai hal. Bisa untuk sekedar mengobrol atau mengerjakan tugas bersama-sama, maupun hanya untuk menghabiskan waktu berjam-jam bertukar fikiran dan informasi di *coffee shop*. Melihat realitas yang terjadi pada hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* sebagai gaya hidup remaja, tentu saja banyak hal yang melatarbelakangi anak remaja memilih *coffee shop* sebagai salah satu tempat menghabiskan waktunya, akan tetapi juga perlu di perhatikan seberapa jauh *coffee shop* ini berpengaruh terhadap hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja dan apakah mereka memperhitungkan pengeluarannya dalam membeli minuman atau makanan jika mereka secara rutin datang ke *coffee shop* ini.

Jika berbicara dari sisi positif bahwa keberadaan *coffee shop* ini dapat menjadi tempat yang nyaman untuk melakukan interaksi atau silaturahmi

kepada teman sebaya ataupun rekan bisnis, sehingga anak remaja dapat bertukar pikiran dan menemukan inspirasi baru. Tetapi kita tidak boleh menutup mata bahwa disisi lain bisa saja generasi muda yang diharapkan menjadi generasi cerdas, produktif, inovatif, dan kritis justru terperangkap dalam kebiasaan yang membuatnya tidak produktif. Karena seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa anak remaja lebih senang menghabiskan waktu di *coffee shop*, sehingga membuat mereka lupa mengenai kewajiban.

Dari hasil observasi awal peneliti melakukan di Aek Kanopan, Kec.Kualuh Hulu, Kab.Labuhanbatu Utara, terdapat 18.089 jiwa, dengan kepadatan 1.467 jiwa/km<sup>2</sup>. Jumlah remaja terdiri dari 1000 orang. Dalam penelitian ini diambil usia remaja 13-21 tahun terdiri dari 50 remaja. Di Aek Kanopan ini penduduk yang mendiami sangat heterogeny, baik itu suku bangsa dan agama yang dianut. Dua suku yang banyak mendiami Kawasan ini termasuk suku Batak dan Jawa. Suku Batak khususnya BatakToba, dan sebagian Karo, Simalungun, dan Angkola. Dari Badan Pusat Statistik kabupaten Labuhanbatu Utara tahun 2021 yakni suku Batak, umumnya Batak Toba sebanyak 38%, Jawa 35%, Minangkabau 10%, Melayu 4%, kemudian suku Tionghoa, Nias dan lainnya sebanyak 13%.

Dengan melakukan observasi awal yang pernah diteliti di Aek Kanopan, saat ini permasalahan yang sering

terjadi dan sebagian orangtua merasakan bahwa di kalangan remaja adalah kebiasaan bergaul remaja yang sering mengunjungi *coffee shop*, remaja lebih suka nongkrong dibandingkan mengerjakan tugas sekolah, memaksakan diri untuk tetap nongkrong di *coffee shop* (Gaya Elit, Ekonomi Sulit), dan lebih menghabiskan waktu dengan teman dibandingkan dengan keluarganya. Hal ini dapat menyebabkan para anak remaja lupa dengan kewajibannya.

#### Hipotesis Penelitian

H<sub>0</sub> : Tidak ada hubungan antara kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja

H<sub>1</sub> : Ada hubungan antara kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja

#### Metode Penelitian

Dalam ulasan ini, spesialis menggunakan jenis eksplorasi ilustratif dengan metodologi kuantitatif. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif peneliti dapat melakukan penelitian secara spesifik, sistematis, terencana, dan terstruktur. Dengan pendekatan ini peneliti dapat menemukan banyak angka yang digunakan untuk pengumpulan data, interpretasi data, dan nantinya akan muncul hasil dari penelitian.

Menurut Sugiyono (2018:16), Eksplorasi kuantitatif dicirikan sebagai tinjauan filosofis positif dan digunakan untuk berkonsentrasi pada populasi atau tes tertentu. Dalam tinjauan ini, pemeriksaan sebagian

besar dilakukan secara sewenang-wenang, pengumpulan informasi selesai menggunakan perangkat penelitian, dan pemeriksaan informasi kuantitatif direncanakan untuk menguji spekulasi yang diajukan.

Dalam penelitian ini memiliki 2 (dua) variabel yaitu: variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*).

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian utama penelitian. Menurut Sugiono (2012) variabel terikat sering kali disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Variabel terikat ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) yaitu: Gaya Hidup (Y).

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel terkait (Sugiyono, 2012). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Kebiasaan Bergaul (X).

#### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah kuesioner (angket), dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada setiap remaja di coffee shop. Kuesioner (angket) merupakan daftar-daftar pertanyaan

tertulis yang disebarikan kepada responden berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah diberikan alternatif menjawab dengan cepat dan dapat bekerja sama dengan ilmuwan dalam menyelidiki informasi tentang semua survei (jajak pendapat) yang telah dikumpulkan.

Kuesioner diberikan kepada anak remaja usia 13-21 tahun di Aek Kanopan dengan tujuan untuk mengetahui informasi tentang kebiasaan bergaul remaja di coffe shop. Ada empat keputusan tanggapan untuk setiap instrumen, khususnya, (1) "Sangat Setuju", (2) "Setuju", (3) "Kurang Setuju", (4) "Tidak Setuju". Tujuan diberikannya empat pilihan tersebut adalah untuk menghindari jawaban netral dari para responden. Sugiyono, (2017) mengatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur mentalitas, ketajaman dan penilaian seseorang atau kumpulan tentang suatu item. (Sultan dan Ruslan, 2021)

#### Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

##### Uji Validitas

##### Uji Validitas Kebiasaan Bergaul

Jika suatu instrumen dapat mengukur informasi yang diharapkan dan dapat menampilkan informasi variabel yang diteliti, maka instrumen tersebut cenderung dikatakan berhasil. Uji validitas dalam tinjauan ini yang melibatkan rumus *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut: Sugiono (2013: 255)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan: Untuk mengetahui validitas pada angket kebiasaan bergaul, kriteria pengujian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% atau  $\alpha = 0,05$  maka butir angket dianggap valid. Dan jika sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka dianggap tidak valid. Berikut ini hasil perhitungan validitas angket kebiasaan bergaul:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi antara X Y

N = jumlah sampel

$\sum X$  = variabel bebas

$\sum Y$  = variabel terikat

**Tabel 3.3**

**Hasil Uji Validitas Variabel X (Kebiasaan Bergaul)**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,384	0,279	Valid
2	0,312	0,279	Valid
3	0,175	0,279	Tidak Valid
4	0,680	0,279	Valid
5	0,782	0,279	Valid
6	0,506	0,279	Valid
7	0,479	0,279	Valid
8	0,485	0,279	Valid
9	0,664	0,279	Valid
10	0,720	0,279	Valid
11	0,717	0,279	Valid
12	0,639	0,279	Valid
13	0,713	0,279	Valid
14	0,542	0,279	Valid
15	0,443	0,279	Valid
16	0,638	0,279	Valid
17	0,600	0,279	Valid
18	0,716	0,279	Valid
19	0,621	0,279	Valid
20	0,676	0,279	Valid
21	0,778	0,279	Valid
22	0,396	0,279	Valid
23	0,400	0,279	Valid

24	0,408	0,279	Valid
25	0,719	0,279	Valid

Setelah menghitung  $r_{hitung}$ , hal yang harus dilakukan adalah membandingkan  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5%. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  berarti tidak valid. Maka dapat diketahui bahwa dari 25 item yang di uji dinyatakan 24 butir item valid yaitu 1,2,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,1

7,18,19,20,21,22,23,24,25 dan 1 butir item dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 3.

#### Uji Validitas Gaya Hidup

Validitas butir instrument angket gaya hidup dalam tinjauan ini melibatkan rumus *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut:

Sugiono (20134: 255)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien kolerasi antara X Y

N = jumlah sampel

$\sum X$  = variabel bebas

$\sum Y$  = variabel terikat

Untuk mengetahui validitas pada angket kebiasaan bergaul, kriteria pengujian apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% atau  $\alpha = 0,19$  maka butir angket dianggap valid. Dan jika sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  maka dianggap tidak valid.

Berikut ini hasil perhitungan validitas angket gaya hidup

:

**Tabel 3.4**

#### **Hasil Uji Validitas Variabel Y (Gaya Hidup)**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,833	0,279	Valid
2	0,807	0,279	Valid
3	0,701	0,279	Valid
4	0,494	0,279	Valid
5	0,762	0,279	Valid
6	0,823	0,279	Valid

7	0,574	0,279	Valid
8	0,720	0,279	Valid
9	0,848	0,279	Valid
10	0,593	0,279	Valid
11	0,631	0,279	Valid
12	0,606	0,279	Valid
13	0,523	0,279	Valid
14	0,698	0,279	Valid
15	0,695	0,279	Valid
16	0,792	0,279	Valid
17	0,556	0,279	Valid
18	0,648	0,279	Valid
19	0,654	0,279	Valid
20	0,724	0,279	Valid
21	0,670	0,279	Valid
22	0,721	0,279	Valid
23	0,792	0,279	Valid
24	0,493	0,279	Valid
25	0,576	0,279	Valid

Setelah menghitung  $r_{hitung}$ , hal yang harus dilakukan adalah membandingkan

$r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5%. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berarti valid, sebaliknya jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  berarti tidak valid. Maka dapat diketahui bahwa dari 25 item yang di uji dinyatakan 25 butir item semua valid yaitu 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16, 17,18,19,20,21,22,23,24, dan 25 butir.

#### Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2014:221), reliabilitas merupakan suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini untuk mencari reliabilitas yaitu dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran, dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$ . Apabila hasil analisis diperoleh jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir angket

memenuhi reliabilitas. Sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir angket dikatakan tidak memenuhi

reliabilitas. Rumus reliabilitas angket adalah dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut

$$r_{11} = \left( \frac{K}{(K-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

$K$  = Banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$  = Varians total

Tehnik Analisis Data

Sutanta (2019, h. 70) menjelaskan pemilihan tehnik dan alat pengumpulan data yang tepat memungkinkan diperolehnya data

yang objektif. Prosedur penelitian ini menggunakan metode pemeriksaan informasi kuantitatif dengan tabel frekuensi:

Uji Kecenderungan

Tes kecenderungan adalah suatu strategi penanganan informasi yang berencana untuk menggambarkan informasi dengan memberikan garis besar faktor-faktor yang diteliti, menjadi kecenderungan sosial dan cara hidup tertentu.

**Tabel 3.6**

**Tabel Kriteria Kecenderungan**

Rumus	Kategori
$X \geq M + 1,5 SD$	Sangat Tinggi
$M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$	Tinggi
$M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$	Sedang
$M - 1,5 SD \leq X < \bar{X} - 0,5 SD$	Rendah
$X \leq M - 1,5 SD$	Sangat Rendah

Sumber: Djemari. 2007, h. 70)

Keterangan:

$M$  = Nilai rata-rata

$SD$  = Standar deviasi (Simpangan Baku)

**Uji Korelasional**

Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji korelasi *Product moment* yang merupakan salah satu teknik korelasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan dari dua variabel. Teknik ini dikembangkan oleh Karl Pearson, karena angka korelasinya hasil dari perkalian yang dikorelasikan.

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{(N\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi X dan Y

N : Banyaknya pernyataan

$\sum X$  : Nilai variabel pengaruh

$\sum Y$  : Nilai variabel terpengaruh

### Uji Hipotesis (Uji t)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{S_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{S_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$$

(Sugiono, 2017)

Keterangan:

$X_1$  : Rata-rata sampel sebelum perlakuan

$X_2$  : Rata-rata sampel setelah perlakuan

$S_1$  : Simpangan baku sebelum perlakuan

$S_2$  : Simpangan baku setelah perlakuan

$n_1$  : Jumlah sampel sebelum perlakuan

$n_2$  : Jumlah sampel setelah perlakuan

### Pembahasan

Berikut ini deskripsi data hasil penelitian variabel kebiasaan bergaul (X) dan variabel gaya hidup (Y) yaitu sebagai berikut:

#### Variabel Kebiasaan Bergaul

Data pada variabel Kebiasaan Bergaul didapat menggunakan instrument skala psikologi. instrument yang diisi

Untuk mengetahui apakah variabel X dan Y mempunyai hubungan yang berarti, maka perlu dilakukan pengujian terhadap hipotesis. Untuk melakukan uji *Paired Sampel T Test*, data yang digunakan harus distribusi normal. Sehingga hipotesis yang dibuat dapat dilakukan analisis dengan uji *Paired Sample T Test* dengan rumus:

oleh 50 anak remaja ini memiliki 25 butir pernyataan. Setiap butir pernyataan memiliki empat alternatif jawaban yang dapat dipilih responden. Skor tertinggi yang dapat diraih pada setiap butir adalah 4 dan skor terendah adalah 1. Jadi, skor maksimum yang didapat dari skala psikologi ini adalah  $25 \times 4 = 100$  dan skor minimum adalah  $25 \times 1 = 25$ .

Data Kebiasaan Bergaul memiliki mean atau rata-rata sebesar 83,89; median 87; modus 92; dan standar deviasi 10,565. Nilai maksimum yang dicapai responden adalah 100, sedangkan nilai terendah yang ditemukan yaitu 48. Distribusi frekuensi data kebiasaan bergaul dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Bergaul**

NO	INTERVAL	FREKUENSI	PRESENTASE KUMULATIF
1	48 - 58	1	2%

2	59	64	0	0%
3	65	70	4	8%
4	71	76	10	20%
5	77	82	6	12%
6	83	88	6	12%
7	89	94	16	32%
8	95	100	7	14%
JUMLAH			50	100%

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat diketahui bahwa interval 89 - 94 merupakan interval yang memiliki frekuensi remaja terbanyak, yakni sejumlah 16 remaja dengan persentase sebesar 32%. Sementara itu, interval yang memiliki frekuensi paling rendah adalah interval 59 - 64 dengan jumlah 0 remaja dengan persentase sebesar 0%.

### Variabel Gaya Hidup

Data pada variabel Gaya Hidup didapat menggunakan instrument skala psikologi. instrument yang diisi oleh 50 anak remaja ini memiliki 25 butir pernyataan. Setiap butir

pernyataan memiliki empat alternatif jawaban yang dapat dipilih responden. Skor tertinggi yang dapat diraih pada setiap butir adalah 4 dan skor terendah adalah 1. Jadi, skor maksimum yang didapat dari skala psikologi ini adalah  $25 \times 4 = 100$  dan skor minimum adalah  $25 \times 1 = 25$ .

Data Gaya Hidup memiliki mean atau rata-rata sebesar 76,75; median 79,5; modus 70; dan standar deviasi 15,904. Nilai maksimum yang dicapai responden adalah 100, sedangkan nilai terendah yang ditemukan yaitu 37. Distribusi frekuensi data Gaya Hidup dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Gaya Hidup**

NO	INTERVAL	FREKUENSI	PRESENTASE KUMULATIF	
1	37	43	1	2%
2	44	51	2	4%
3	52	59	6	12%
4	60	67	3	6%

5	68	75	11	22%
6	76	83	6	12%
7	84	89	10	20%
8	90	94	4	8%
9	95	100	7	14%
	JUMLAH		50	100%

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat diketahui bahwa interval 68 - 75 merupakan interval yang memiliki frekuensi remaja terbanyak, yakni sejumlah 11 remaja dengan persentase sebesar 22%. Sementara itu, interval yang memiliki frekuensi paling rendah adalah interval 37 - 43 dengan jumlah 1 remaja dengan persentase sebesar 2%.

### **Analisis Data Penelitian**

#### **Hasil Uji Instrumen**

Uji instrumen penelitian ini terdiri dari uji validitas dan reabilitas dilakukan di lokasi penelitian pada anak remaja usia 13-21 tahun yang terdiri dari 50 orang yang dijadikan sebagai responden uji instrumen oleh peneliti. Dalam tahap ini, peneliti meminta 50 orang anak remaja usia 13-21 tahun untuk mengisi angket yang sudah disediakan.

Kemudian setelah selesai pengisian angket yang diberikan, estimasi survei dilakukan dengan membuat desain skor berdasarkan skor pada setiap butir pernyataan angket. Kemudian skor yang merupakan keputusan

subjek dari segala sesuatu dalam survei tersebut disusun dan ditangani menggunakan *Microsoft Excel*.

#### **Uji Validitas**

##### **Hasil Uji Validitas Kebiasaan Bergaul**

Berikut penulis mengemukakan hasil uji validitas pada angket kebiasaan bergaul. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi, maka diperoleh koefisien validitas item nomor 1  $r_{hitung} = 0,384$  dengan  $N = 50$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  maka diketahui  $r_{tabel} = 0,279$ . Pada hasil tersebut dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu  $0,384 > 0,279$  sehingga dapat disimpulkan bahwa item nomor 1 dinyatakan valid. Setelah  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% dengan  $N = 50$ , maka diketahui 25 butir item pernyataan pada angket kebiasaan bergaul yang di uji dinyatakan 24 butir valid yaitu 1,2,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25 dan 1 butir item dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 3.

##### **Hasil Uji Validitas Gaya Hidup**

Berikut penulis mengemukakan hasil uji validitas pada angket kebiasaan bergaul. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi, maka diperoleh koefisien validitas item nomor 1  $r_{hitung} = 0,833$  dengan  $N = 50$  dengan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$  maka diketahui  $r_{tabel} = 0,279$ . Pada hasil tersebut dapat dilihat bahwa  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yaitu  $0,833 > 0,279$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item dinyatakan valid. Setelah  $r_{hitung}$  dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% dengan  $N = 50$ , maka diketahui 25 butir item pernyataan pada angket kebiasaan bergaul yang di uji dinyatakan 25 butir valid semua yaitu 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16, 17,18,19,20,21,22,23,24,25 butir.

### Uji Reliabilitas

#### Hasil Uji Reliabilitas Kebiasaan Bergaul

Diketahui hasil dari perhitungan uji reabilitas angket dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  maka

Dalam menghitung uji kecenderungan kebiasaan bergaul dapat digunakan rata-rata skor ideal ( $M_i$ ) dan standar

$M_i$  adalah rata-rata skor ideal dihitung dengan menggunakan rumus:

$$M_i = \frac{\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}}{2}$$

$SD_i$  adalah standar deviasi ideal dihitung dengan menggunakan rumus:

diketahui  $r_{11} = 0,899$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka angket tersebut memenuhi kriteria reabilitas. Diketahui  $r_{11} (0,899) > r_{tabel} (0,279)$ . Kesimpulan bahwa angket Kebiasaan Bergaul memenuhi kriteria reliabilitas dengan kategori Sangat Reliabel.

#### Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup

Diketahui hasil dari perhitungan uji reabilitas angket dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$  maka diketahui  $r_{11} = 0,089$ . Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka angket tersebut memenuhi kriteria reabilitas. Diketahui  $r_{11} (0,089) > r_{tabel} (0,279)$ . Kesimpulan bahwa angket Gaya Hidup memenuhi kriteria reabilitas dengan kategori Kurang Reliabel.

### Uji Kecenderungan

Untuk membedakan tingkat kecenderungan kebiasaan bergaul dan gaya hidup, dapat dilihat sebagai berikut:

#### Uji Kecenderungan Kebiasaan Bergaul

deviasi ideal ( $SD_i$ ). Adapun pengujian kecenderungan variabel sebagai berikut:

$$SD_i = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{6}$$

Berikut hasil dari uji kecenderungan yaitu:

$$M_i = \frac{100 + 48}{2} = 124$$

$$SD_i = \frac{100 - 48}{6} = 92$$

Berdasarkan dari  $M_i$  dan  $SD_i$  diperoleh tingkat kecenderungan sebagai berikut

**Tabel 4.9**  
**Tingkat Kecenderungan Kebiasaan Bergaul**

Interval	Kriteria	Frekuensi	Presentase
$X < 68$	Sangat Rendah	9	18%
$68 < X \leq 79$	Rendah	2	4%
$80 < X \leq 89$	Sedang	1	2%
$90 < X \leq 100$	Tinggi	0	0%
$X > 100$	Sangat tinggi	38	76%
TOTAL		50	100%

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa pernyataan dari kebiasaan bergaul termasuk dalam kategori sangat tinggi karena memiliki jumlah

sebanyak 38 frekuensi atau 76%. secara lebih rinci akan disajikan pada gambar 4.1



**Gambar 4 Frekuensi Kebiasaan Bergaul**

### Uji Kecenderungan Gaya Hidup

Dalam menghitung uji kecenderungan gaya hidup dapat digunakan rata-rata skor ideal ( $M_i$ ) dan standar deviasi ideal ( $SD_i$ ). Adapun pengujian kecenderungan variabel sebagai berikut:

$M_i$  adalah rata-rata skor ideal dihitung dengan menggunakan rumus:

$$M_i = \frac{\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah}}{2}$$

$SD_i$  adalah standar deviasi ideal dihitung dengan menggunakan rumus:

$$SDi = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{6}$$

Berikut hasil dari uji kecenderungan yaitu:

$$Mi = \frac{100+37}{2} = 119$$

$$SDi = \frac{100-37}{6} = 94$$

Berdasarkan dari Mi dan SDi diperoleh tingkat kecenderungan sebagai berikut:

**Tabel 5.0**

**Tingkat Kecenderungan Gaya Hidup**

Interval	Kriteria	Frekuensi	Presentase
X < 53	Sangat Rendah	3	6%
54 < X ≤ 69	Rendah	1	2%
70 < X ≤ 85	Sedang	3	6%
86 < X ≤ 101	Tinggi	1	2%
X > 101	Sangat Tinggi	42	84%
TOTAL		50	100%

Dari hasil tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pernyataan dari gaya hidup termasuk dalam kategori sangat tinggi karena memiliki jumlah sebanyak 42 frekuensi atau 84%.



**Gambar 5 Frekuensi Gaya Hidup**

### Uji Korelasi

Berdasarkan penghitungan skor angket dari kebiasaan bergaul dan gaya hidup maka dapat dianalisis melalui penghitungan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Dari penghitungan nilai korelasi di atas dari kebiasaan bergaul dan gaya hidup adalah 0,446 yang artinya ada korelasi antara kebiasaan bergaul dan gaya hidup.

### Analisis Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji *t*. berdasarkan perhitungan yang dilakukan oleh peneliti maka di peroleh  $t_{hitung} = -6,441$  dan  $t_{tabel} = -1,660$ . Dimana  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-6,441 > -1,660$ ), maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima atau “ada hubungan kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja di Aek Kanopan”.

Setelah dilakukan uji korelasi pada nilai angket kebiasaan bergaul dan gaya hidup diperoleh  $X$  dan  $Y = 0,446$  yang kemudian di bandingkan dengan  $r$  untuk *Product Moment*. Untuk  $N = 50$  untuk  $\alpha = 5\%$   $r_{tabel} 0,279$ ; jadi  $r_{hitung} \geq$  dari  $r_{tabel}$ . Maka dapat diambil keputusan ada hubungan antara kebiasaan bergaul dengan gaya hidup.

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian data variabel kebiasaan bergaul memiliki nilai rata-rata 83,4 yang tergolong dalam kategori sedang. Adapun indikator yang paling tinggi yaitu kebebasan emosional sebesar 86,3 yang tergolong pada kategori tinggi.

Berdasarkan hasil perhitungan data variabel gaya hidup memiliki nilai rata-rata 77,4 yang tergolong dalam kategori sedang. Adapun indikator yang tertinggi adalah opini memiliki rata-rata 79,1 berada pada kategori sedang.

Berdasarkan hasil perhitungan data kebiasaan bergaul dan gaya hidup memiliki hubungan yang signifikan terhadap kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan. Berdasarkan analisis data yang ditemukan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dimana  $-6,441 > -1,660$ , artinya hipotesis diterima. Maka hal ini dapat menunjukkan bahwa adanya hubungan kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja atau hipotesis dapat diterima. Dan adanya hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan, maka dapat meningkatkan kebiasaan bergaul dengan gaya hidup remaja usia 13-21 tahun.

### Daftar Pustaka

- Abdullah Idi dan Safarina HD. *Sosiologi Pendidikan Individu, Masyarakat, dan Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011.
- Adhistyo W, T. dan Nugraheni, K. S. (2020) "Studi Kepuasan Konsumen Pada Peacock Coffee Gajah Mada Semarang," *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), hal. 38-48. doi: 10.35130/jrimk.v4i1.79.
- Al-Farisi Salman. *Pergaulan Bebas*, Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017
- Angelis, B.D. (2006). *Confidence: Percaya Diri Sumber Sukses dan Kemandirian*. Jakarta: Gramedia.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmadja, T. F. A. *et al.* (2020) "Gambaran sikap dan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19," *Action: Aceh Nutrition Journal*, 5(2), hal. 195. doi: 10.30867/action.v5i2.355.
- Burdette, H. L., Whitaker, R. C. 2005. Resurrecting Free Play in Young Child-Resurrecting Free Play in Young Children Looking Beyond Fitness and Fatness to Attention, Affiliation, and Affect. *Arch Pediatric Adolesc Med*/Vol. 159, JAN 2005.
- Dariyo Agoes. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Dendy Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008)
- Engel, Blackwell, dan Miniard. 2012. *Consumer Behavior*. Singapore: Cengage Learning Asia.
- Engel, J.F, Blackwell, R.D, dan Miniard, P.W. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Farhatilwardah, F., Hastuti, D. dan Krisnatuti, D. (2019) "Karakter Sopan Santun Remaja: Pengaruh Metode Sosialisasi Orang Tua dan Kontrol Diri," *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 12(2), hal. 114-125. doi: 10.24156/jikk.2019.12.2.114.
- Febrian, P. R. *et al.* (2021) "Trend Coffee Shop Di Bandar Lampung Dan Strategi Dalam Bertahan Di Tengah Banyaknya Coffee Shop Di Bandar Lampung," *Jurnal ...*, xx(xx), hal. 23-29.
- Fitri, E., Zola, N. dan Ildil, I. (2018) "Profil Kepercayaan Diri Remaja serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhi," *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 4(1), hal. 1-5. doi: 10.29210/02017182.
- Habibi, Mukhamad. 2013. "Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry di Purworejo." *Segmen-Manajemen*.
- Hardiyanti, N. Y. dan Puspa, R. (2021) "Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi Coffee Culture di Indonesia: Pola Konsumsi Konsumen Pengunjung Kafe, Kedai Kopi dan Warung Kopi di Gresik," *Medkom: Jurnal Media dan Komunikasi*, 1(02), hal. 93-106.
- Harfiyanto, D., Utomo, C. B. dan Budi, T. (2015) "Pola interaksi sosial Siswa pengguna Gadget di SMAN 1 Semarang," *Journal of Educational Social Studies*, 4(1), hal. 1-5.

- Herlyana, E. (2012) "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda," *Thaqāfiyyāt*, 13(1), hal. 188–204.
- Hersika, E. I., Nastasia, K. dan Kurniawan, H. (2020) "Hubungan antara Kontrol Diri dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kafe," *Psyche 165 Journal*, 13(1), hal. 1–9. doi: 10.35134/jpsy165.v13i1.11.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Jannah, M. (2017) "Remaja Dan Tugas-Tugas Perkembangannya Dalam Islam," *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 1(1), hal. 243–256. doi:10.22373/psikoislamedia.v1i1.1493.
- Januati, F. dan Miharja, M. (2019) "Fenomena Kriminalitas Remaja Di Kota Depok," *Palar / Pakuan Law Review*, 5(2), hal. 181–197. doi: 10.33751/v5i2.1191.
- Juniarti, (2010). *Pengantar Administrasi Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Leman, M. (2000). *Membangun Rasa Percaya Diri Anak*. Jakarta: Majalah Anakku.
- Luxori, Y. (2005). *Percaya Diri*. Jakarta: Khalifa.
- Mowen, J. C. 1995. *Consumer Behavior (4th ed)*. New Jersey: Prenticehall, in
- MU'ARIF, S. S. dan others (2016) "Pembinaan Pergaulan Remaja Melalui Kegiatan Kerohanian Islam (Rohis) Di Sma Negeri Jatilawang Kabupaten Banyumas."
- Praja, D., & Damayantie Anita, D. (2010). *Potret Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung*. *Jurnal sociologie*, 1(3), 184.
- Pratama, R. dan Salim, A. (2017) "Manajemen Pemasaran PENGARUH GAYA HIDUP DAN MOTIVASI HEDONIS TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA STARBUCKS COFFEE," *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7(1), hal. 35–51.
- Saputro, K. Z. (2018) "Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja," *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 17(1), hal. 25. doi: 10.14421/aplikasia.v17i1.1362.
- Soekanto, S. 2007. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: Raja grafindo persada Press.
- Solomon, M. R. 2007. *Consumer Behavior 7th Edition: Buying, Having and Being* New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sovia wahyuni, D. (2020) "Jurnal Patriot Volume 2 Nomor 2, Tahun 2020 ISSN 2655-4984 (Print) ISSN 2714-6596 (Online) 1VO2MAX, DAYA LEDAK OTOT TUNGKAI, KELINCAHAN DAN KELENTUKAN UNTUK KEBUTUHAN KONDISI FISIK ATLETTAEKWONDO," *Kondisi Fisik*, 2, hal. 1–13.
- Stephen L. Franzoi, *Social Psychology*, ed. III (USA: McGraww Hill, 2003), hlm. 17.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sultan, M. A. dan Ruslan, R. (2021) "Analisis Motivasi Belajar Siswa Pada Masa Pandemi COVID-19 di SDN 273 Anabanua Kabupaten Wajo Pendahuluan," *Jurnal Sinestesia*, 11(2), hal. 93–99.

- Suradarma, I. B. (2018) "Revitalisasi Nilai-Nilai Moral Keagamaan Di Era Globalisasi Melalui Pendidikan Agama," *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan*, 18(2), hal. 50-58. doi: 10.32795/ds.v9i2.146.
- Susanto. A. (2013). (Online). *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style*. Volume 7, No. 2.
- Sutanta. 2019. *Belajar Mudah Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Thema Publishing.
- Syafei Sahlan. M. (2006). *Bagaimana anda mendidik anak*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Taylor,R. (2009). *Worklife, Mengembangkan Kepercayaan Diri*. Jakarta: Erlangga.
- Walgito,B. (2000). *Bimbingan dan Konseling (Studi dan Karir)*. Yogyakarta: Andi
- W.J.S. poerwadarmita, *Kamus Umum ...*, edisi III, cet. 4, p. 354
- Zakiah, K. *et al.* (2019) "Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea," *Media Tor*, 12(1), hal. 90-101.