

**ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI
MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN
DI BANDUNG TIMUR**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana
Pariwisata*



Oleh:

Pebri Pratama

1804711

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

LEMBAR PENGESAHAN

PEBRI PRATAMA

**ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI
MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN
DI BANDUNG TIMUR**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1,



Ridwan Iskandar, M.M

Pembimbing 2,



Dias Pratami Putri, S.Pd.,M.Si

NIP. 920200419910915201

Menyetujui,

Ketua Prodi Manajemen Industri Katering,



Dr.Dewi Turgarini,S.S.,MM.Par

NIP. 19700320.200812

PEBRI PRATAMA, 2022

*ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN
MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Saya Pebri Pratama dengan NIM 1804711 menyatakan bahwa skripsi yang saya buat ini yang berjudul “Analisis Motivasi Generasi Z Terhadap Minat Beli Minuman Tradisional dan Minuman Modern di Bandung Timur” adalah hasil karya saya sendiri dan tidak ada di dalamnya yang merupakan bagian dan plagiat dari karya orang lain. Saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai etika dan keilmuan dalam masyarakat.

Dari pernyataan ini saya siap menanggung segala resiko dan sanksi yang akan dijatukan kepada saya apabila saya melanggar etika keilmuan dalam skripsi saya ini atau ada klaim dari pihak lain mengenai keaslian skripsi yang saya buat ini.

Bandung, Juli 2022

Yang membuat pernyataan

Pebri Pratama

1804711

PEBRI PRATAMA, 2022

ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR HAK CIPTA
ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI
MINUMAN TRADISIONAL DAN MINUMAN MODERN DI BANDUNG
TIMUR

Oleh:
Pebri Pratama
1804711

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata Fakultas Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial

© Pebri Pratama
Universitas Pendidikan Indonesia
2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis

PEBRI PRATAMA, 2022

***ANALISIS MOTIVASI GENERASI Z TERHADAP MINAT BELI MINUMAN TRADISIONAL DAN
MINUMAN MODERN DI BANDUNG TIMUR***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik secara tepat waktu. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata. Penulis melakukan penelitian mengenai “Analisis Motivasi Generasi Z Terhadap Minat Beli Minuman Tradisional dan Minuman Modern di Bandung Timur” untuk mengetahui apa saja yang menjadi motivasi dalam pembelian minuman tradisional dan minuman modern.

Skripsi ini dibuat berdasarkan pengamatan dan pengetahuan penulis setelah melakukan penelitian di daerah Bandung Timur mengenai motivasi pembelian minuman tradisional dan minuman modern. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang terlibat dalam terlaksananya skripsi ini.

Penulis sangat berharap skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pembaca yang membutuhkan. Penulis juga sangat menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis sangat membutuhkan kritik dan saran untuk skripsi ini agar kedepannya penulis dapat memperbaiki segala kekurangan yang ada serta meningkatkan wawasan penulis untuk kedepannya.

Bandung, Juli 2022

Pebri Pratama

1804711

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian yang dilakukan oleh penulis ini tentunya tidak akan selesai apabila dikerjakan sendiri. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak dan individu yang turut membantu penulis selama proses studi hingga penyelesaian skripsi ini, antara lain:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian dan skripsi ini.
2. Ridwan Iskandar, M.M., selaku dosen pembimbing 1 yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh rasa sabar dalam memberi saran untuk penelitian ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
3. Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing 2 yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis dengan penuh rasa sabar dalam memberikan saran untuk penelitian ini sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
5. Staf dosen dan staf pengajar di Prodi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu serta pelajaran yang bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua penulis, Ibu Nurhasanah dan Bapak Sairin Umbara, yang selalu memberikan doa, semangat, materi, dan motivasi kepada anaknya dalam mengejar semua impian dan cita-citanya sehingga penulis bisa sampai pada tahap ini.
7. Kakak-kakak tercinta yang dengan ikhlas mendoakan dan menyemangati. Serta keluarga besar yang telah banyak membantu.
8. Ipang Muldiana yang telah menemani dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang ikut serta berpartisipasi dalam penelitian ini.

10. Segenap pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung, selama menempuh pendidikan ini.

Tidak ada kata yang dapat terucap lagi selain syukur dan terima kasih atas bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga segala ilmu yang diberikan dapat bermanfaat dan membawa kebaikan bagi kita semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangan serta membutuhkan saran dan kritik agar lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi para pembacanya.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti motivasi generasi Z terhadap minat beli minuman tradisional, untuk mengetahui faktor motivasi apa yang berpengaruh terhadap minat beli minuman tradisional, untuk mengetahui tanggapan responden tentang minat beli minuman tradisional, untuk mencari seberapa besar pengaruh motivasi terhadap minat beli minuman tradisional. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability accidental / insidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya sehingga penentuan sampel menggunakan tabel *Issac and Michael* yang telah menentukan jumlah sampelnya. Sampel dalam penelitian ini adalah 272 orang responden yang pernah membeli minuman tradisional. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Motivasi memiliki pengaruh terhadap minat beli minuman tradisional. Generasi Z masih memiliki ketertarikan terhadap minuman tradisional meskipun saat ini sudah banyak pengusaha yang menjual minuman modern dan kebanyakan konsumen generasi Z lebih mengetahui minuman modern dibandingkan minuman tradisional. Faktor motivasi yang berpengaruh terhadap minat beli adalah faktor rasional dan faktor emosional.

Kata kunci: motivasi pembelian, minat beli, minuman tradisional, minuman modern

ABSTRACT

This study aims to examine the motivation of generation z on the interest in buying traditional drinks, to find out what motivational factors influence the interest in buying traditional drinks, to find out respondents' responses to the interest in buying traditional drinks, to find out how much motivation influences the interest in buying traditional drinks. The research method used is descriptive quantitative method. The sampling technique used is *non-probability accidental / incidental sampling*. The population in this study is unknown so that the sample determination uses the *Isaac and Michael table* which has determined the number of samples. The sample in this study were 272 respondents who had bought traditional drinks. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis method used is Simple Regression Analysis to determine the direction of the relationship between the independent variable and the dependent variable. Motivation has an influence on the interest in buying traditional drinks. Generation Z still has an interest in traditional drinks even though there are now many entrepreneurs who sell modern drinks and most of the consumers of Generation Z are more aware of modern drinks than traditional drinks. Motivational factors that influence buying interest are rational factors and emotional factors.

Keywords: *purchase motivation, buying interest, traditional drinks, modern drinks*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pariwisata	6
2.1.2 Usaha Sarana Pariwisata	6
2.1.3 Pengertian Tradisional.....	7
2.1.4 Pengertian Modern	8
2.2 Minuman	8
2.2.1 Minuman Tradisional	9
2.2.2 Minuman Modern.....	9
2.3 Perilaku Konsumen	10
2.4 Gaya Hidup	10
2.5 Motivasi.....	11
2.5.1 Jenis-jenis Motivasi.....	11
2.6 Minat Beli Konsumen	12

2.6.1 Indikator minat beli	12
2.7 Penelitian Sebelumnya	13
2.8 Kerangka Pemikiran	16
2.9 Hipotesis.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	19
3.2 Metode Penelitian.....	19
3.3 Operasional Variabel.....	20
3.4 Sumber Data	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5.1 Wawancara	22
3.5.2 Kuesioner	22
3.5.3 Observasi.....	22
3.6 Populasi dan Sampel	23
3.6.1 Populasi	23
3.6.2 Sampel.....	23
3.7 Instrumen Penelitian.....	24
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reabilitas.....	26
3.8 Uji normalitas	27
3.9 Rancangan Analisis Data	27
3.9.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif	27
3.9.2 Analisis Data Verifikatif	28
3.9.3 Analisis Korelasi	29
3.9.4 Koefisien Determinasi	30
3.9.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	30
3.10 Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Identifikasi Penjual dan Konsumen Minuman Tradisional dan Modern di Bandung Timur	32

4.1.1	Penjual Minuman Tradisional dan Modern di Bandung Timur	32
4.1.2	Karakteristik Konsumen Minuman Tradisional dan Modern	34
4.2	Tanggapan Konsumen Terhadap Motivasi Generasi Z.....	37
4.2.1	Respons Mengenai Sering Membeli Minuman Tradisional atau Modern Di sini Sebelumnya	39
4.2.2	Respons Mengenai Harga Minuman yang Ditawarkan Terjangkau ...	40
4.2.3	Respons Mengenai Pelayanan yang Ditawarkan Cepat dan Memuaskan 41	
4.2.4	Respons Mengenai Membeli Minuman karena Kualitas Terjamin.....	41
4.2.5	Respons Mengenai Produk yang Ditawarkan Bersih dan Higienis.....	42
4.2.6	Respons Mengenai Membeli Minuman karena Lokasi yang Dekat ...	42
4.2.7	Respons Mengenai Membeli Minuman karena Keinginan Sendiri	43
4.2.8	Respons Mengenai Membeli Minuman karena Diberitahu Orang Lain.....	44
4.2.9	Respons Mengenai Tempat Minuman Memiliki Reputasi yang Bagus	44
4.2.10	Respons Mengenai Cita Rasa Minuman Lebih Baik dibanding Tempat Lain.....	45
4.3	Tanggapan Konsumen Terhadap Minat Beli Minuman Tradisional dan Modern	48
4.3.1	Minuman yang Ditawarkan Menarik Perhatian Konsumen	49
4.3.2	Tanggapan Mengenai Merekomendasikan Minuman kepada Orang Lain.....	50
4.3.3	Tertarik Membeli Ulang Minuman karena Produk yang Berkualitas .	50
4.3.4	Mencari Informasi Minuman yang Akan Dibeli kepada Orang Lain .	51
4.3.5	Membeli Minuman Hanya untuk Memenuhi Kebutuhan Minum.....	52
4.3.6	Tertarik Membeli Minuman setelah Mendapatkan Informasi dari Teman.....	52
4.3.7	Respons Mengenai Sudah Yakin untuk Membeli Minuman Tersebut.....	53
4.3.8	Respons Mengenai Membeli Minuman Hanya untuk Mencobanya ...	53
4.3.9	Respons Konsumen tentang Senang Membeli Minuman Tersebut	54
4.3.10	Tanggapan tentang Tidak Ada Minuman Terbaik Selain Di sini.....	54

4.4 Hasil Uji Normalitas.....	56
4.5 Hasil Uji Regresi Sederhana	57
4.6 Hasil Uji Hipotesis	61
4.7 Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3. 1 Alat Ukur Penelitian.....	20
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	20
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas.....	25
Tabel 3. 4 Uji Reabilitas.....	27
Tabel 3. 5 Klasifikasi Koefisien Korelasi	29
Tabel 4. 1 Penjual minuman tradisional dan minuman modern.....	33
Tabel 4. 2 Respon Konsumen Mengenai Motivasi Generasi Z	38
Tabel 4. 3 Respon Konsumen Mengenai Sering atau Tidak Membeli Minuman Sebelumnya.....	40
Tabel 4. 4 Respon Konsumen Mengenai Harga Minuman.....	40
Tabel 4. 5 Respon Konsumen Mengenai Pelayanan Cepat dan Memuaskan	41
Tabel 4. 6 Respon Konsumen Tentang Pembelian Minuman Karena Kualitas Terjamin.....	41
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Tentang Produk yang Bersih dan Higienis....	42
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Karena Lokasi Dekat	43
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Tentang Pembelian Minuman Karena Keinginan Sendiri.....	43
Tabel 4. 10 Respon Konsumen Tentang Melakukan Pembelian Setelah diberitahu Orang Lain	44
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden Mengenai Reputasi Tempat Minuman yang Dibeli.....	44
Tabel 4. 12 Respon Konsumen Mengenai Cita Rasa Minuman	45
Tabel 4. 13 Kelas Interval Motivasi Generasi Z	46
Tabel 4. 14 Respon Konsumen Mengenai Minat Beli Minuman Tradisional dan Modern.....	48
Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Tentang Daya Tarik Minuman yang Dibeli. 49	

Tabel 4. 16 Respon Konsumen Tentang Merekomendasikan Minuman yang Dibeli Kepada Orang Lain	50
Tabel 4. 17 Taggapan Konsumen Mengenai Pembelian Ulang karena Produk Berkualitas	51
Tabel 4. 18 Tanggapan Konsumen Tentang Mencari Informasi Minuman yang Akan Dibeli Kepada Orang Lain	51
Tabel 4. 19 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Minuman Untuk Kebutuhan Minum	52
Tabel 4. 20 Tanggapan Konsumen Mengenai Membeli Minuman Setelah Dapat Informasi dari Teman.....	52
Tabel 4. 21 Tanggapan Konsumen Mengenai Sudah Yakin Membeli Minuman Tersebut.....	53
Tabel 4. 22 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Minuman Hanya Untuk Mencoba.....	53
Tabel 4. 23 Respon Konsumen Mengenai Perasaan Senang Membeli Minuman Tersebut.....	54
Tabel 4. 24 Tanggapan Konsumen Mengenai Minuman disini Merupakan Minuman Terbaik.....	55
Tabel 4. 25 Kelas Interval Minat Beli Minuman Tradisional dan Modern.....	56
Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4. 27 Hasil Uji Regresi Sederhana	58
Tabel 4. 28 Hasil Uji Koefisien Korelasi	58
Tabel 4. 29 Klasifikasi Koefisien Korelasi	59
Tabel 4. 30 Koefisien Determinasi	59
Tabel 4. 31 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	60
Tabel 4. 32 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Data prasurvei minuman tradisional dan minuman modern	2
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	16
Gambar 3. 1	Tabel Issac dan Michael	24
Gambar 4. 1	Tempat minuman tradisional dan minuman modern.....	34
Gambar 4. 2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	35
Gambar 4. 3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4. 4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	37
Gambar 4. 5	Garis Kontinum Motivasi Generasi Z	46
Gambar 4. 6	Garis Kontinum Minat Beli	56

DAFTAR PUSTAKA

- Dagustani, D. (2020). *Analisis Motivasi Rasional dan Emosional terhadap Pengambilan Keputusan Pemilihan Partai Politik PKB Dapil 4 Kota Bandung melalui Konstruksi*. 1238–1252.
- Damanik, D., & Purba, E. (2020). Analisis Daya Saing Sektor Pariwisata Di Kabupaten Simalungun. *EKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 2(2), 116–125.
- Daniel. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 3(2), 8–16. <https://doi.org/10.54783/jin.v3i2.398>
- Dumarçay, J. (2018). Surakarta. *Oxford Art Online*, 98–110. <https://doi.org/10.1093/gao/9781884446054.article.t082385>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)* (Cetakan ke). Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Hafrina, M. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Pembelian Minuman Chocolate Changer di Kota Padang*. <http://scholar.unand.ac.id/38384/>
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(November), 112–122. <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/5490>
- Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Sepatu Merek Nike di Kota Medan. *Jurnal Bisnis Administrasi*, 06(01), 37–43.
- Herlina, Loisa, J., & S.M, T. M. (2021). Pengaruh Model Promosi Flash Sale Terhadap Minat Pembeli Dan Keputusan Pembeli Di Marketplace Online. *Manajemen Ekonomi & Akuntansi*, 5(2), 1–16.

- <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1139>
- K, A. C. (2013). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Pembelajaran terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonic Merek MIZONE di Kota Banjarnegara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kariyamin, K., Hamzah, N., & Lantara, N. (2020). Pengaruh Motivasi, Kompetensi, dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Pegawai. *Tata Kelola*, 7(1), 10–18. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i1.65>
- Kurniasih, R. (2018). Analisis perilaku konsumen terhadap produk batik tulis Banyumas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 20(1). <https://doi.org/10.32424/jeba.v20i1.1082>
- Purbohastuti, A. wahyuni, & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37–46. <https://doi.org/10.24123/jbt.v4i1.2480>
- Purwani, D. A., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Kertamukti, R., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2020). *Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual*. January.
- Pusshanda, Fitri Eko. (2017). *Pengaruh Sikap, Motivasi dan Brand Image Terhadap Minat Konsumen Berkunjung ke Tempat Karaoke Happy Puppy Jogjakarta*.
- Rahayu, S. (2019). Kajian Karakteristik Organoleptik Minuman Tradisional Dipengaruhi Perbandingan Konsentrasi Ekstrak Jahe Merah (*Zingiber officinale* var. *Rubrum*) Dengan Konsentrasi Gula Aren. *Program Studi Teknologi Pangan*, 4(1), 1–77.
- Rayyan, A., & Paryanti, A. B. (2021). *PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN TOKO BUKU GRAMEDIA MATRAMAN JAKARTA*. 2(1), 9–19.
- Sambadagni, I. A. (2020). Analisis pengaruh gaya hidup dan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian: Studi kasus Starbucks Coffee Ijen Malang. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*.
- Sanjaya, R. (2022). *Kota Bandung Dinobatkan sebagai 'Surga' Kuliner Jajanan Tradisional Terbaik di Asia*. <https://www.jabarnews.com/pasundan/kota-bandung-dinobatkan-sebagai-surga-kuliner-jajanan-tradisional-terbaik-di->

asia/

- Stephanus, F., & Sutijono, C. (2020). Faktor-Faktor yang Mendorong Generasi Y dalam Mengadopsi Inovasi Minuman Teh. *Jurnal Hospitaliti Dan Manajemen Jasa*, 8(1), 239–252.
- Sudirana, I. W. (2019). Tradisi Versus Moderen: Diskursus Pemahaman Istilah Tradisi dan Moderen di Indonesia. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 34(1), 127–135. <https://doi.org/10.31091/mudra.v34i1.647>
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Statistika untuk Penelitian* (Cetakan ke). Afabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.
- Suryabrata, S. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Undang - Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. (2009). *Society*, 3.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman Kekinian di Kalangan Mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Journal of Health Development*, 2(2), 83–91. <https://ijhd.upnvj.ac.id/index.php/ijhd/article/view/48>
- Agus Purwoto. 2007. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo.