

DAFTAR PUSTAKA

- (n.d.). *Pegadaian*. <https://www.pegadaian.co.id/>
- Alamudi, A. A. (2021, 11 Agustus). The Gade Coffee and Gold, Strategi Pegadaian Rangkul Generasi Milenial. *IDN Times Sumut*. <https://sumut.idntimes.com/business/economy/arifin-alamudi/the-gade-coffee-and-gold-strategi-pegadaian-rangkul-generasi-milenial?page=all>
- Amira, D. S. & Siregar, P. M. J. (2019). *#MilenialInvestor (Investasi Ala Milenial)*. Jakarta: Grasindo.
- Andreas, D. (2017, 21 November). Nasabah Pegadaian Paling Banyak Berasal dari Usia Produktif. *Tirto.id*. <https://tirto.id/nasabah-pegadaian-paling-banyak-berasal-dari-usia-produktif-cAo2>
- Ardianti, Y., & Amalia, N. (2022). Kurikulum Merdeka: Pemaknaan Merdeka dalam Perencanaan Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 6(3), 399-407.
- Aryani, E., Zanaria, Y., & Kurniawan, A. (2022). Analisis Perkembangan Coffee Shop sebagai Salah Satu Peranan UMKM di Kota Metro (Study Kasus pada Coffee Shop Janji Jiwa dan Coffee Et Bien). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 3(2), 139-145.
- Berg, B. L. (2020). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*. London: Pearson.
- Dahmiri. (2022). Strategi pengembangan pariwisata di kabupaten muaro jambi dengan pendekatan analisis SWOT. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 2085–1960. <https://www.unwto.org/tourism-in->
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fiantika, F. R., et al. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Penerbit Qiara Media: Pasuruan.
- Hijrah, L., Andreana, A. G., & Utami, R. A. (2021). Utilization of Social Media Instagram The Gade Coffee and Gold Samarinda as an Online Marketing Communication. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 8295-8307. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2769>
- Huda, F. N., & Putri, P. K. D. (2024). Eksistensi Budaya Minum Kopi pada Generasi Milenial. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(2), 3958-3962.
- Irawati, D., Natsir, N. F., & Haryanti, E. (2021). Positivisme, Pospositivisme, Teori Kritis, dan Konstruktivisme dalam Perspektif “Epistemologi Islam”. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 4(8), 870-880.
- Jo, B. (2023, 13 April). Mengenal Gen-Z dan Milenial: Peran Generasi Muda di Pemilu 2024. *Tirto.id*. <https://tirto.id/mengenal-gen-z-dan-milenial-peran-generasi-muda-di-pemilu-2024-gEKZ>
- Kartini, A. P. P. (2023, 25 Agustus). Mengenal Pegadaian, Fungsi, dan Jenis Produknya. *Tempo*. <https://bisnis.tempo.co/read/1764167/mengenal-pegadaian-fungsi-dan-jenis-produknya>
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 1 dan 2)*. Jakarta: Penerbit Erlangga

- Lubis, Y. (2022, October 18). Maraknya Nongkrong di Coffee Shop pada Kalangan Anak Muda. *Tribun Sumbar*. <https://www.tribunsumbar.com/maraknya-nongkrong-di-coffee-shop-pada-kalangan-anak-muda>
- Longdong, W., Genape, D., & Kumaat, A. (2022). Strategi Branding di Era Global: Studi Kasus Produk Scarlett dan Ms Glow. *Prosiding Seminar Nasional Produk Terapan Unggulan Vokasi Politeknik Negeri Manado*, 1(1). <https://jurnal.polimdo.ac.id/index.php/semnas/article/view/382/309>
- Marseno, S. (2023, 16 Oktober). Pegadaian: Pengertian, Sejarah, dan Jenis Usahanya. *Cermati*. <https://www.cermati.com/artikel/pegadaian>
- Mayasari, I., et al. (2020). *Branding: Konsep dan Studi Merek Lokal*. Universitas Paramadina: Jakarta.
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12(3), 145-151.
- Murti, B. (2013). *Desain dan Ukuran Sampel untuk Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif di Bidang Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University
- Muslim. (2018). Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi. *WAHANA*, 1(10), 77-85.
- Nashrullah, M., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data)*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Nurdiyanto, A. D., & Purnomo, M. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan Komunikasi Pemasaran terhadap Ekuitas Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 7(3), 558-570.
- Oktaviani, F. (2018). Strategi Branding Public Relations “Jendela Alam” dalam Mengembangkan Produk Agrowisata. *MediaTor*, 11(2), 203-213. <https://doi.org/10.29313/mediator.v11i2.3950>
- Permana, H. (2023). Effective Branding Strategy to Build a Strong Brand. *Jurnal Scientia*, 12(4), 313-319. <https://infor.seaninstitute.org/index.php/pendidikan/article/view/1966>
- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. UIB Press: Malang.
- Pratama, C. D., & Gischa, S. (2020, 16 November). Pegadaian: Definisi dan Kegiatan Usahanya. *Kompas*. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/16/125209669/pegadaian-definisi-dan-kegiatan-usahanya>
- Priyatna, M, F. & Dartanto, T. (2020, 1 Januari). Middle-class millennials in Indonesia: Concept, measurement, and determinants. Nova Science Publishers, Inc. <https://isei.or.id/uploads/aktivitas/file/middle-class-millennials-in-indonesia-concept-measurement-and-determinants-169277639221.pdf>
- Safitri, T. R., & Lestari, M. T. (2023). Strategi Digital Public Relations dalam Mendukung Transformasi Digital PT Pegadaian. *e-Proceeding of Management*, 10(4), 3245. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/20827>
- Sebastian, Y., Amran, D., & Lab, Y. (2016). *Generasi Langgas (Millennials Indonesia)*. Jakarta: GagasMedia.

- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi Membangun Branding bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 125-136. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/abdimas/article/view/4864/2942>
- Sudirman, A., *et al.* (2024). *Manajemen Merek*. Widina Media Utama: Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmawijaya, A., & Firmansyah, R. (2018, 7 November). Gaet Millenial, Pegadaian Buka 36 The Gade Coffee and Gold Tahun Ini. *Kumparan Bisnis*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/gaet-millennial-pegadaian-buka-36-the-gade-coffee-and-gold-tahun-ini-1541583773132885235/full>
- Sulistiani, D. (2014). Analisis Swot Sebagai Strategi Perusahaan Dalam Memenangkan Persaingan Bisnis.
- Suryadi, B. (2015). *Generasi Y: Karakteristik, Masalah, dan Peran Konselor*. Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah.
- Syahrullah, M. (2023). STRATEGI BRANDING SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENGUMPULAN WAKAF. *Jurnal ISLAMIKA*, Vol. 6, No. 1. Universitas Muhammadiyah Riau. <file:///C:/Users/user/Downloads/5286-Article%20Text-16836-1-10-20230808.pdf>
- Tarigan, M. (2017, 28 November). Hasil Riset: Generasi Milenial Paling Suka Investasi Emas. *Tempo*. <https://gaya.tempo.co/read/1037759/hasil-riset-generasi-milenial-paling-suka-investasi-emas>
- Tristiawati, P. (2018, 29 Desember). Gaet Generasi Milenial, Pegadaian Bikin Kafe di 23 Kantor Cabangnya. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3859492/gaet-generasi-milenial-pegadaian-bikin-kafe-di-23-kantor-cabangnya?page=2>
- Witari, S. R. A. (2022). Strategi Pemasaran Pada Peningkatan Pendapatan Foto Copy Spectra Rumbai Pekanbaru Di Tinjau Menurut Ekonomi Syariah. <http://repository.uin-suska.ac.id/60203/>
- Zuchri, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.