



## Analisis Pola Spasial Sebaran Dan Karakteristik Usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock

Yeremia Petra Vicky Merahabia<sup>1\*</sup>, Irja Tobawan Simbiak<sup>2</sup>, Sudiro<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Cenderawasih Jayapura

Alamat: Kampus : Jl. Kampwolker Yabansai Waena Jayapura, Papua

Korespondensi penulis: [yeremiav88@gmail.com](mailto:yeremiav88@gmail.com)

**Abstract.** *This study aims to analyze the spatial distribution patterns and business characteristics of Coffee Shops in Wai Mhorock Sub-district, Abepura District, Jayapura City. The rapid growth of Coffee Shops in this area is influenced by its strategic location, situated near educational institutions, shopping centers, and social activity hubs. The research employs a quantitative approach with spatial mapping techniques using Geographic Information Systems (GIS) and field surveys to identify the characteristics of each business.*

*The results show that the spatial distribution of Coffee Shops in Wai Mhorock tends to be clustered, with a high concentration along main roads and community activity centers. The characteristics of the businesses vary in terms of venue concept, types of menus offered, operational hours, supporting facilities, and target consumers. Most Coffee Shops target young people such as students and university attendees by offering a cozy atmosphere and free internet access.*

*In conclusion, understanding the spatial patterns and business characteristics of Coffee Shops can serve as a foundation for sustainable urban spatial planning and business development. This study also provides recommendations for entrepreneurs and local governments to consider location, accessibility, and environmental impacts in managing commercial space.*

**Keywords:** *Spatial pattern, Coffee Shop, business characteristics, GIS, Wai Mhorock Sub-district.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola spasial sebaran dan karakteristik usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock. Pertumbuhan pesat *Coffee Shop* di wilayah ini dipengaruhi oleh lokasinya yang strategis, berada di tengah kawasan pendidikan, pusat perbelanjaan, dan aktivitas sosial masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pemetaan spasial menggunakan sistem informasi geografis (SIG) serta survei lapangan untuk mengidentifikasi karakteristik masing-masing usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola sebaran *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock cenderung mengelompok (clustered), dengan konsentrasi tinggi di sekitar jalur utama dan pusat aktivitas masyarakat. Karakteristik usaha yang ditemukan bervariasi, baik dari segi konsep tempat, jenis menu yang ditawarkan, jam operasional, fasilitas pendukung, hingga segmentasi konsumen. Mayoritas *Coffee Shop* menyasar kalangan muda seperti pelajar dan mahasiswa dengan menawarkan suasana yang nyaman dan akses internet gratis.

Kesimpulannya, pemahaman terhadap pola spasial dan karakteristik usaha *Coffee Shop* dapat menjadi dasar bagi perencanaan tata ruang dan pengembangan usaha yang berkelanjutan di wilayah perkotaan. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi agar pelaku usaha dan pemerintah memperhatikan aspek lokasi, aksesibilitas, dan dampak lingkungan dalam pengelolaan ruang usaha kuliner.

**Kata kunci:** Pola spasial, Coffee Shop, Karakteristik Usaha, SIG, Kelurahan Wai Mhorock.

### 1. LATAR BELAKANG

Fenomena kedai kopi (*Coffee Shop*) telah lama mewarnai pola kehidupan masyarakat Indonesia, terutama di sebagian wilayah Indonesia industri kopi di Indonesia dalam beberapa kurun tahun terakhir terus bergairah, dan *Coffee Shop* menyediakan makanan kecil dan makanan berat dalam menghadapi persaingan bisnis *Coffee Shop* di Indonesia. Perkembangan *Coffee Shop* di Kota Jayapura *Coffee Shop* merupakan salah satu bisnis yang sedang marak

dikembangkan di berbagai wilayah kota Jayapura saat ini. Data BPS Kota Jayapura perkembangan *Coffee Shop* tahun 2017 sebanyak 44, tahun 2016 sebanyak 53, tahun 2019 sebanyak 60, tahun 2020 sebanyak 80 dan tahun 2021 sebanyak

92, tahun 2022 sebanyak 99 dan tahun 2023 sebanyak 113. Lokasi penelitian ini berada pada Kelurahan Wai Mhorock, Distrik Abepura, Kelurahan Wai Mhorock adalah salah satu dari 8 Kelurahan dan 3 Kampung di wilayah administrasi Distrik Abepura, Kota Jayapura. Jumlah *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock Distrik Abepura berkembang dengan pesat. Hal ini disebabkan karena lingkungan keruangan berada di tengah pusat pendidikan Sekolah menengah atas dan perguruan tinggi, pertokoan, mall sehingga menarik banyak pengunjung dari remaja sekolah, hingga dewasa muda. Pola persebaran *Coffee Shop* dapat dilakukan kajian secara ruang. Analisis keruangan mempelajari tentang sifat-sifat penting dalam perbedaan lokasi, sehingga mendapatkan suatu pertanyaan mengenai faktor-faktor pola persebaran dan bagaimana pola yang dimaksud berubah agar sebaran tersebut menjadi lebih efisien dan wajar. Penelitian ini bertujuan guna melakukan analisis tentang pola persebaran dan karakteristik setiap *Coffee Shop* yang ada di Kelurahan Wai Mhorock. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penikmat kopi yang ada di Kelurahan Wai Mhorock.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Pola spasial menjelaskan tentang fenomena geografis terdistribusi perbandingannya dengan fenomena lainnya. Statistika spasial juga merupakan alat yang banyak digunakan dalam hal mendiskripsikan dan pengertian *Coffee Shop*. Prospek bisnis *Coffee Shop* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Tren ini didorong oleh berbagai faktor yang membuat industri ini semakin menarik bagi para pelaku bisnis dan investor karena permintaan konsumen terhadap produk kopi berkualitas tinggi terus meningkat. Masyarakat semakin sadar akan pentingnya kualitas dan cita rasa kopi yang baik. Hal ini mendorong pertumbuhan *Coffee Shop* yang menawarkan pengalaman minum kopi yang unik dan autentik (Pratama, 2024). Dari segi sosial, tren nongkrong di *Coffee Shop* telah menjadi gaya hidup yang populer di kalangan anak muda Indonesia. Namun, terdapat dampak negatif seperti pengaruh budaya luar yang membawa perubahan perilaku konsumen, terutama kaum muda, serta adanya tekanan untuk "ikut-ikutan" gaya hidup tertentu. Selain itu, keberadaan *Coffee Shop* juga menuntut pengusaha untuk bersaing secara ketat dalam menyediakan pelayanan dan fasilitas yang menarik bagi konsumen, terutama anak muda. Dampak sosial ekonomi dan sebaran *Coffee Shop* dianalisis untuk memahami bagaimana keberadaan *Coffee Shop* berdampak pada kehidupan masyarakat, perekonomian, dan lingkungan sekitarnya.

### 3. METODE PENELITIAN

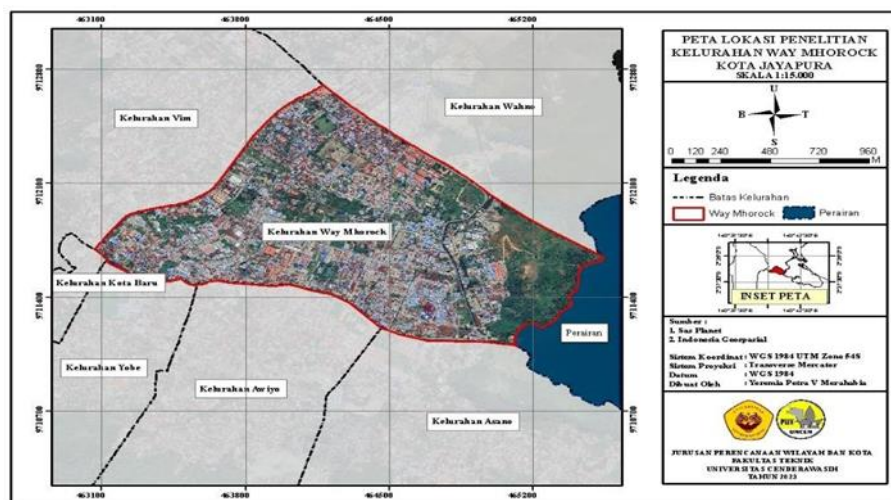
Metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif agar dapat mnedeskripsikan dan menggambarkan fenomena yang akan diteliti. Bahan yang digunakan adalah peta administrasi Kelurahan Wai Mhorock dan diolah menggunakan software Arcgis 10.2 dengan melakukan survey lapangan, analisis spasial, dan analisis tetangga terdekat.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara langsung dengan pemilik usaha, serta dokumentasi untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai karakteristik dan persebaran spasial *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis spasial, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola persebaran serta karakteristik usaha coffee shop di Kelurahan Way Mhorock.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Wai Mhorock merupakan salah satu kelurahan pemekaran dari Kelurahan induk Vim Distrik Abepura. Luas wilayah kelurahan adalah + 5,3 KM2 atau 3,4% dari luas keseluruhan Distrik Abepura dengan luasan distrik sebesar 155,7 KM2. Berikut adalah gambaran dari lokasi penelitian pada **Gambar 1**.

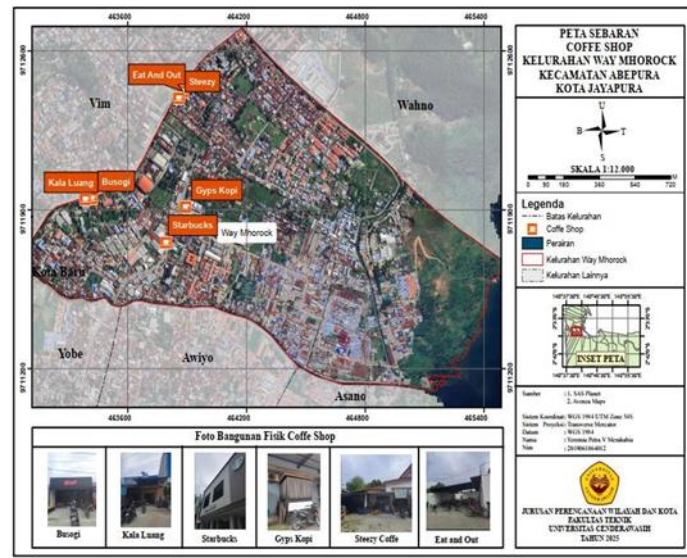


**Gambar 1.** Peta Lokasi Penelitian

Sumber. Penulis 2025

## 1. Pola Spasial Sebaran Usaha Coffee Shop

Hasil penelitian mengenai distribusi spasial usaha Coffee Shop di Kelurahan Wai Mhorock bahwa terdapat 6 Coffee Shop yang tesebar di Kelurahan Wai Mhorock. Dapat dilihat dari sistem pencarian titik koordinat yang sama dari seluruh daerah penelitian **Gambar 2**.



**Gambar 2.** Peta Sebaran *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock Sumber. Penulis 2025

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi *Coffe Shop* di Kelurahan Wai Mhorock

### a) Lokasi *Coffe Shop* ditinjau dari Aksesibilitas

Berdasarkan hasil survei, seluruh kafe (6 unit) berada di pinggir jalan raya, dengan 5 unit memiliki akses melalui jalan arteri dan 1 unit melalui jalan kolektor. Persebaran ini menunjukkan bahwa lokasi kafe cenderung terkonsentrasi di area dengan aksesibilitas tinggi. Tingkat aksesibilitas yang baik, didukung oleh infrastruktur jalan dan transportasi yang memadai, menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha kafe, sejalan dengan teori lokasi **Tabel 1**.

**Tabel 1.** Ukuran Coffe Shop

Nama Coffe shop	Ukuran Kafe (m)	Luas (m <sup>2</sup> )
1.Starbucks	41,10 x 24,10	98,81
2.Busogi	23,25 x 37,05	861,41
3.Steezy	6 x 10	60
4.Kala luang	10 x 6	60
5.Gyp's kopi	9 x 12	108
6. Eat and out	13,35 x 15,35	202,62

Sumber. Penulis 2025

### **b) Lokasi *Coffee Shop* ditinjau dari Jarak Kompetitor**

Hasil survei menunjukkan bahwa seluruh coffee shop di Kelurahan Wai Mhorock memiliki jarak antar-kompetitor antara 1–250 meter, menandakan adanya pola aglomerasi. Aglomerasi ini bertujuan menarik konsumen dengan menawarkan pilihan kafe beragam dalam satu area, meskipun juga meningkatkan persaingan antar pelaku usaha. Selain itu, lokasi coffee shop umumnya berada di pinggir jalan raya, terutama pada jalan arteri, kolektor, dan lokal, karena fungsi jalan tersebut mendukung aksesibilitas tinggi, yang menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan lokasi usaha.

### **c) Visibilitas**

Visibilitas lokasi menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan membangun ingatan pengunjung terhadap coffee shop. Pemilik kafe umumnya meningkatkan visibilitas melalui desain eksterior yang menarik, bentuk bangunan yang khas, serta penempatan papan nama berukuran besar di depan lokasi. Beberapa juga menambahkan petunjuk arah di titik strategis. Berdasarkan wawancara, seluruh pemilik menyatakan visibilitas coffee shop mereka cukup baik dan disesuaikan dengan karakteristik usaha untuk menarik minat pengunjung dari luar.

### **d) Kapasitas Ruang Parkir *Coffee Shop***

Tempat parkir yang luas dan aman menjadi faktor penting dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung. Hasil wawancara menunjukkan bahwa coffee shop seperti Starbucks, Busogi, dan Eat and Out memiliki kapasitas parkir yang cukup, meskipun Eat and Out kerap kelebihan kapasitas saat malam minggu. Sementara itu, Gyp's Kopi dan Stezzy memiliki area parkir terbatas, lebih cocok untuk motor. Pemilik kafe umumnya menyesuaikan kapasitas parkir dengan karakteristik pengunjung, dan jika lahan terbatas, mereka memanfaatkan tepi jalan umum sebagai alternatif. Survei terhadap pengunjung juga menunjukkan kepuasan bervariasi tergantung kafe, dengan tingkat kecukupan parkir antara 40% hingga 100% **Tabel 2.**

**Tabel 2.** Pernyataan Pengunjung Tentang Luas Parkir

<b>Nama <i>Coffe shop</i></b>	<b>Cukup</b>	<b>Kurang</b>
1.Starbucks	100%	0%
2.Busogi	100%	0%
3.Stezzy	40%	60%
4.Kala luang	70%	30%
5.Gyp's kopi	100%	0%
6. Eat and out	90%	10%

Sumber. Penulis 2025

**e) Persebaran *Coffee Shop* Kelurahan Wai Mhorock**

Sebaran kafe di Kelurahan Way Mhorock menunjukkan pola aglomerasi, di mana seluruh kafe memiliki kompetitor dalam jarak 1–250 meter. Pola ini bertujuan menarik lebih banyak konsumen dengan menyediakan pilihan yang beragam, meskipun memicu persaingan antar pelaku usaha. Berdasarkan wawancara, sebagian besar pemilik kafe menilai sebaran saat ini masih wajar dan tidak terlalu padat, sehingga daya saing antar kafe tetap sehat dan mampu menarik pengunjung masing-masing.

**f) Keberlanjutan *Coffee Shop***

Pengembangan usaha coffee shop di Kelurahan Way Mhorock harus mempertimbangkan keberlanjutan dari aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi. Berdasarkan wawancara, seluruh pemilik kafe optimis terhadap prospek usaha ke depan, dengan penekanan pada inovasi, kenyamanan, dan desain menarik agar tetap diminati. Lingkungan yang kondusif, keberadaan aktivitas pendidikan, serta prasarana seperti listrik dan air bersih yang sudah memadai turut mendukung kelangsungan usaha. Pemilik kafe juga cenderung memilih lokasi di kawasan dengan ekonomi menengah ke atas dan dominasi penduduk usia muda, karena dianggap memiliki potensi pasar yang tinggi

**g) Kepuasan Pelanggan**

Usaha coffee shop menjadi peluang menjanjikan di tengah meningkatnya minat masyarakat terhadap kopi. Pelaku usaha dituntut memiliki strategi dalam menciptakan kenyamanan dan daya tarik, terutama melalui pemilihan lokasi yang strategis serta desain tempat yang menarik. Berdasarkan survei, kepuasan pengunjung tertinggi terdapat pada Starbucks, Busogi, dan Gyp's Kopi (100%), disusul Eat Out (90%), Kala Luang (70%), dan Stezzy (60%). Untuk meningkatkan daya saing, pelaku usaha disarankan melakukan kajian lokasi secara spasial serta meningkatkan fasilitas dan kenyamanan agar lebih menarik bagi konsumen.

**3. Karakteristik pada setiap *Coffee Shop* yang berada di Kelurahan Wai Mhorock**

Terdapat perbedaan demografi pengunjung di tiap coffee shop. Pengunjung usia 10–18 tahun paling banyak terdapat di Stezzy (50%) dan Busogi (40%), sedangkan pengunjung usia 18–59 tahun mendominasi di Gyp's Kopi (100%), Starbucks dan Kala Luang (masing-masing 90%). Secara umum, pengunjung terbanyak adalah usia

dewasa. Jam kunjungan paling ramai terjadi pada malam hari (19.00–23.59 WIT), karena pengunjung mencari tempat bersantai setelah bekerja atau berkumpul bersama komunitas. Faktor penariknya meliputi desain minimalis, harga terjangkau, promosi, dan tampilan eksterior yang menarik **Tabel 3**.

**Tabel 3.** Karakteristik Setiap *Coffee Shop* Menurut Umur dan Jam di Kelurahan Wai Mhorock

<i>Coffee Shop</i>	Remaja (10-18 Tahun)	Dewasa (18-59 tahun)	Jam Siang (11.00- 14.59)	Jam Sore (15.00-17.59)	Jam Malam (19.00- 23.59)
Starbucks	10%	90%	20%	25%	55%
Busogi	40%	60%	-	20%	80%
Gyp's kopi	-	100%	-	-	100%
Stezzy	50%	50%	5%	15%	80%
Kala luang	10%	90%	-	10%	90%
Eat and out	5%	95%	-	-	100%

Sumber. Penulis 2025

**Tabel 4.** Karakteristik Model/Konsep dan Teori Ruang/Space

<i>Coffee Shop</i>	Karakteristik	Model/konsep <i>coffee shop</i>	Karakteristik	Teori ruang/space
Starbucks	<i>Coffee Shop</i> Modern	Desain Minimalis dan Kontemporer.	Ruang Produktif	Fasilitas kerja/belajar. Lingkungan kondusif dan tenang. Akses Wi-Fi cepat.
Busogi	<i>Coffee Shop</i> Modern	Fokus pada pengalaman pelanggan dengan teknologi, seperti pemesanan online dan Wi-Fi gratis.	Ruang Identitas	Desain interior dan visual unik
Gyp's kopi	<i>Coffee Shop</i> Tradisional/Modern	Menawarkan suasana klasik	Ruang Sosial	Tempat berkumpul komunitas lokal
Stezzy	<i>Coffee Shop</i> Tradisional/Modern	Desain Vintage	Ruang Sosial	Area tempat duduk beragam
Kala luang	<i>Coffee Shop</i> Tradisional/Modern	Fokus pada kopi klasik	Ruang Rekreasi	Pengalaman Menyenangkan dengan dekorasi menarik.
Eat and out	<i>Coffee Shop</i> Ekspres	Menu sederhana dengan kopi dan makanan ringan.	Ruang Sosial	Suasana ramah dan menyenangkan

Sumber. Penulis 2025.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas terdapat kesimpulan yang dibuat sesuai dengan hasil analisis.

- 1) Distribusi Spasial Usaha *Coffee Shop* di Kelurahan Wai Mhorock terdapat 6 *Coffee Shop* yang tersebar yaitu Starbucks, Busogi, Stezzy, Kala luang, Gyp's kopi dan Eat and out. Pola persebaran usaha *Coffee Shop* melalui pencarian analisis tetangga terdekat yang diolah dari software Arcgis 10.4 dapat diketahui cenderung mengelompok (cluster) karena jarak antara *Coffee Shop* satu dengan *Coffee Shop* yang

lain berdekatan.

- 2) Dilihat dari beberapa Coffee Shop terdapat faktor yang mendukung dari persebarannya yaitu aksesibilitas lebih tinggi karena dengan bentuk wilayah terletak di jalan arteri dan jalan kolektor dan ditengah kota sehingga sebaran lebih dominan.
- 3) Setiap Coffee Shop di Kelurahan Wai Mhorock memiliki karakteristik yang berbeda-beda, baik dari segi konsep usaha, menu yang ditawarkan, jam operasional, segmentasi pasar, hingga fasilitas yang tersedia. Sebagian besar Coffee Shop mengusung konsep modern minimalis dengan target utama konsumen dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Variasi menu, kenyamanan tempat, serta aksesibilitas lokasi menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan. Perbedaan karakteristik ini mencerminkan adanya strategi diferensiasi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan bisnis Coffee Shop di wilayah tersebut.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Ambarsari, K. T. (2016). Penegakan hukum administratif terhadap pelaku usaha coffee shop di Kota Surabaya terkait kewajiban mempunyai tanda daftar usaha pariwisata. Universitas Negeri Surabaya.
- Anik. (2009). Jazz Coffee sebuah ekspresi. Jazz Coffee: A Place to Relax. <http://www.jazzcoffee.com/versi1/berita.php?detail=94>
- Bintarto, S. (1982). Metode analisa geografi (Vol. 1, No. 2).
- Bintarto. (1988). Geografi, ilmu dan aplikasinya: Sebuah informasi. Majalah Geografi Indonesia, 1(2).
- De Blij, H. J., & Murphy, A. B. (2003). Human geography: Culture, society, and space. John Wiley & Sons, Inc.
- Eppy Yuliani, M. K. (2021). Pola ruang ekonomi di kawasan pinggiran perkotaan. Jurnal Planologi, 254–255.
- Herlyana, E. (2012). Fenomena coffee shop sebagai gejala hidup baru kaum muda. *Thaqafiyat*, 3, 190.
- Ichsan, C., & dkk. (2020). Distribusi spasial pasar tradisional di Kota Padang. *Geographica: Jurnal Sains & Pendidikan*, 1(2), 71–82. <http://usnsj.com/index.php/Geographica>
- Idawanti, R. (2009). Perkembangan penggunaan teori lokasi dan penerapannya di Departemen Geografi, Universitas Indonesia.
- Jannati, R., & Noorva, R. (2012). Analisis pola spasial pusat perbelanjaan dan pengaruhnya terhadap nilai tanah di Kota Surakarta tahun 2008 (Vol. 1).



- Kelana, R. I., Rahmanelli, & Syahar, F. (2018). *Jurnal Buana*. Buana, 3(3), 451–465.
- Knox, P. L., & Marston, S. A. (2004). *Human geography: Places and regions in global context*. Pearson Education.
- Lin, X., & Zu, Y. (2013). Multi-criteria GIS-based procedure for coffee shop location decision (June), 1–47. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:648067/FULLTEXT01.pdf>
- Listiana, E., et al. (2016). Penerapan Google Earth untuk penyajian data. *Jurnal Teknologi*, 15(4), 320–326.
- Luky, A. S., & Efendy, S. L. (2022). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada Nomad Coffee Shop. *Jurnal EMBA*, 135–143.
- Lutfihana, & dkk. (2011). *UNS Surakarta. Arbitration Brief*, 2(1), 2071–2079.
- Maharani, T. B. (2021). Korelasi antara desain coffee shop dan perilaku konsumen. Dalam *Kebangkitan Desain & New Media: Membangun Indonesia di Era Pandemi* (hlm. 240–247).
- Mambrasar, E. (2024). *Yamete kudesai*. Gramedia Tokyo.
- Marston, P. L. (2015). *Human geography: Culture, society, and space*. Prentice Hall.
- Novita Sari, T. T. (2020). Pengaruh ketimpangan pendapatan dan kemiskinan terhadap pertumbuhan ekonomi antar pulau di Indonesia. *Paradigma*, 4–21.
- Ompusunggu, M. P. (2014). Gaya hidup dan fenomena perilaku konsumen pada warung kopi di Malang. *Aplikasi Manajemen*, 456–467.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2007). Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2020). Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja.
- Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Putri, D. P. S., & Sapti, D. (2021). Distribusi dan pola spasial usaha coffee shop di Kecamatan Bangko Provinsi Jambi. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 217–223.
- Putri, T. A. (2020). The effect of product quality and product price with service quality as moderated variables to purchase decisions (Study at Kopi! Coffee Shop in Semarang).
- Rahmat, N. (2021). Persebaran coffee shop bermodal besar di pusat Kota Padang pada tahun 2014 sampai 2019 [Skripsi, Universitas Negeri Padang].

- Rohaya, S. (2019). Sebaran spasial lokasi pedagang kuliner di Kecamatan Bogor Tengah Kota Bogor [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah].
- Saritika, D. (2015). Manajemen keuangan daerah. Gramedia.
- Saskara, P. A., & dkk. (2020). Pola sebaran lokasi minimarket dan faktor-faktor yang mempengaruhinya di Kota Denpasar. *Jurnal Riset Planologi*, 1(1), 1–13.
- Tania, N. M., Purwanto, A., & Bayuardi, G. (2023). Pemetaan persebaran usaha coffee shop berbasis GIS di Kecamatan Ngabang Kabupaten Landak [Tesis, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Persatuan Guru Republik Indonesia].
- Tanjung, A. (2020). Pengaruh store atmosphere, lokasi, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Pelita Bangsa*, 1–18.
- Tomlinson, R. (2003). Thinking about GIS: Geographic information system planning for managers. Esri Press.
- Torobi, J. (2023). Perencanaan arui. Gramedia Yapun Barat.
- Trianingsih, W. (2021). Studi keruangan kedai kopi dan ekonomi kognitif-budaya di Kota Surakarta tahun 2019. *Pendidikan Geografi*, 1(1), 39–49.
- Ukers, W. H. (1992). All about coffee. The Tea and Coffee Trade Journal Company.
- Yunus, H. S. (2005). Dinamika wilayah periurban: Determinan masa depan kota. Pustaka Pelajar.
- Yurika Afrianita, T. S. (2022). Kajian teori lokasi Weber terhadap keberadaan industri kerupuk Bona di Lubuk Semut Kecamatan Karimun Kabupaten Karimun. *Jurnal Pelita Kota*, 3(1).