



BENTUK LINGUAL DAN PROSES SINTAKSIS: PENAMAAN GERAI BISNIS KOPI KATEGORI EKSLUSIF DI KOTA DEPOK

Nico Harared¹⁾, Syahyuri²⁾, Riyanto³⁾

^{1,2,3}Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Indraprasta PGRI

Alamat Email: nico.hrd@gmail.com¹

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan nama gerai bisnis kopi eksklusif berdasarkan satuan lingual dan proses sintaksis. Bentuk penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode observasi pada beberapa gerai bisnis kopi eksklusif di kota Depok. Metode pengumpulan data dalam penelitian diperoleh dengan teknik observasi dan dokumentasi dengan menggunakan kamera gawai (smartphone). Berdasarkan hasil analisis bentuk lingual dan proses sintaksis penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di Kota Depok, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Terdapat dua bentuk lingual pada penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di kota Depok, yakni bentuk kata dan frasa. Seperti pada penggunaan kata pada nama gerai Starbucks, dan Fore. Hal ini dikarenakan dua nama tersebut sudah memiliki basis pelanggan loyal dan tidak perlu menambahkan kata coffee pada nama gerainya. (2) Terdapat 8 struktur sintaksis pada penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di kota Depok, yakni nomina, nomina + nomina, nomina + adjektiva, nomina + verba, nomina + preposisi + nomina, verba + nomina, adverbial + nomina, adjektiva + nomina. Pola penamaan gerai kopi eksklusif cenderung mengikutsertakan kata KOPI atau COFFEE sebagai CTA atau *call to action* bagi para penggemar kopi terutama di daerah urban, sedangkan nama brand sendiri memiliki sebuah *value* sehingga didapatkan struktur penamaan yakni, **value + CTA** ataupun sebaliknya karena struktur seperti ini dinilai lebih berterima di masyarakat perkotaan. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya akan difokuskan pada penamaan gerai bisnis lainnya guna memperkaya penelitian lanskap linguistik mengenai penamaan pada bisnis F&B. Hal ini terjadi karena di era sekarang, penamaan bisnis sedang berkembang dan menarik perhatian.

Kata Kunci: sintaksis, penamaan, gerai kopi, Depok

Pendahuluan

Nama adalah muka dan nama adalah identitas. Segala sesuatu yang ada di dunia ini memiliki nama. Banyak orang berpandangan bahwa nama menjadi harapan dan keinginan dari sang pemberi nama, oleh sebab itu hal ini menjadi sangat penting dalam memberikan nama untuk melabeli sesuatu. (Santosa, 2020) menyatakan proses penamaan tidak hanya pada nama seseorang, tetapi juga terjadi pada nama sebuah usaha atau bisnis. Usaha dan bisnis saat ini menjamur di kota besar. Salah satu kota satelit dan penyangga ibukota Jakarta, Depok adalah lahan subur untuk bisnis dan usaha. Depok memunculkan banyak bisnis yang salah satunya adalah gerai bisnis kopi.



Kemunculan gerai bisnis kopi sudah ada sejak dahulu, namun sebelumnya kopi penikmat kopi masih sangat terbatas. Penikmatnya adalah mereka dari kalangan orang tua dan dewasa. Kopi biasanya diminum di warung kopi konvensional atau populer dengan nama Warkop. Dewasa ini, bisnis kopi sudah menyasar kaum milenial dan zilenial. Layaknya gaya hidup, bisnis ini menawarkan modernitas dan eksklusifitas. Tidak hanya dari segi tampilan gerai, tetapi juga sajian kopi yang dikemas dengan tampilan masa kini. Nama-nama gerai bisnis kopi eksklusif cukup variatif dengan tema perasaan, mulai dari Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Lain Hati, Kopi dari Hati, dan sebagainya.

Setiap gerai bisnis kopi mempunyai ciri khas yang berbeda-beda. Setiap gerai memiliki pangsa pasarnya masing-masing. Sebuah proses penamaan pada suatu benda termasuk dalam bagian dari kebudayaan. Budaya nama-nama gerai bisnis kopi bisa dipahami sebagai penamaan (naming process) yaitu sebuah proses penggunaan bahasa yang paling awal dalam keadaan manusia. Menurut Sibarani dalam (Astuty, 2021) menyatakan terdapat 2 macam proses penamaan, yakni common meaning atau proses penamaan untuk benda-benda umum sehingga membentuk kata-kata benda umum (common nouns) dan proper naming atau proses penamaan untuk nama-nama diri sehingga membentuk kata benda nama diri (proper nouns). Proper naming lebih berhubungan dengan kajian budaya yang akan diteliti. Karena nama diri (proper name) tidak hanya untuk nama orang tetapi bisa digunakan untuk nama-nama gerai bisnis kopi.

Penelitian tentang penamaan kedai kopi sudah dilakukan seperti (Hidayat & Anam, 2020) Kajian antropolinguistik nama kedai kopi di wilayah Kemang, Jakarta Selatan. Di tahun yang sama (Santosa, 2020) meneliti tentang nama kopi di Surabaya ditinjau dari etnolinguistik. Kemudian di tahun berikutnya ditulis sangat persis sama oleh (Astuty, 2021) tentang nama kopi di Magelang. Selanjutnya (Suwansa et al., 2021; Wijaya & Savitri, 2021) berturut dengan objek kedai kopi di Aceh dan Trenggalek kota. Dan terakhir (Rahayu, 2023) tentang penamaan kedai kopi di purwokerto. Selain itu, penelitian terkait penamaan tidak hanya pada bisnis minuman namun juga warung makan atau rumah makanan seperti yang pernah ditulis oleh (Wijana, 2016), (Karno & Saifullah, 2019), (Revita & Anwar, 2019),



(Budiono & Mubarak, 2020), (Damayanti, 2020), (Wulandari, 2021), (Utami et al., 2021) (Rahmadaniaulia et al., 2022) dan (Setiowati et al., 2022). Pada penelitian ini, penulis memberikan hal berbeda. Penulis berfokus pada struktur sintaksis. Penulis fokus pada nama-nama dari gerai bisnis kopi kategori eksklusif yang populer di wilayah Depok. Penulis mencatat 15 gerai bisnis kopi eksklusif tersebut, seperti: *Kopi Kenangan, Kopi dari Hati, Kopi Tuku, Kopi Nako, Kopi Kotak, Kopi Calf, Janji Jiwa, Lain Hati, Starbuck, Fore, Point Coffee, Flash Coffe, Tomoro Coffe, dan Maoi Coffe*. Seperti dijelaskan di atas, dalam penelitian ini, penulis mendeskripsikan bentuk lingual dan struktur sintaksis nama gerai bisnis eksklusif di kota Depok.

Materi dan Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan karena berkenaan dengan fokus dan fenomena yang dianalisis yang menitikberatkan pada mendeskripsikan bentuk lingual dan struktur sintaksi penamaan gerai kopi eksklusif di kota Depok. Metode pengumpulan data dalam penelitian diperoleh dengan teknik observasi dan dokumentasi dengan menggunakan kamera gawai (smartphone). Data penelitian yang diperoleh adalah nama-nama gerai kopi yang tertulis di papan nama, gerai kopi. Data tersebut akan dianalisis dalam penelitian lanskap linguistik. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik koleksi dan display data (penyajian data), kemudian penarikan kesimpulan. Penelitian ini dimulai dengan mengelompokkan data visual nama gerai kopi sesuai bentuk lingual yang ditampilkan seperti kata dan frasa, kemudian dilanjutkan dengan pengelompokkan struktur sintaksis berdasarkan kelas kata penamaan gerai kopi eksklusif di kota Depok.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Depok, untuk melihat nama gerai bisnis kopi eksklusif di Kota Depok, sehingga dapat mendeskripsikan bentuk lingual dan struktur sintaksis dari gerai kopi tersebut. Berikut nama gerai bisnis kopi eksklusif yang dipilih dan lokasinya:



Tabel 1. Nama Gerai Bisnis Kopi Eksklusif di Kota Depok

No	Nama Gerai Kopi	Bentuk Lingual Struktur Sintaksis	Lokasi
1	<i>Starbucks</i> Value/CTA	Kata Nomina	Jl. Margonda, Depok
2	<i>Fore</i> Value/CTA	Kata Nomina	Jl. Margonda, Depok
3	<i>Tomoro Coffe</i> Value+ CTA	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
4	<i>Kopi Kenangan</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
5	<i>Kopi Calf</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Beji, Depok
6	<i>Kopi Nako</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
7	<i>Point Coffe</i> Value+ CTA	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
8	<i>Coffe Toffe</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
9	<i>Maoi Coffe</i> Value+ CTA	Frasa Nomina + Nomina	Jl. Margonda, Depok
10	<i>Kopi Kotak</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Adjektiva	Jl. Margonda, Depok
11	<i>Kopi Tuku</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Verba	Jl. Kelapa Dua, Depok
12	<i>Kopi dari Hati</i> CTA + Value	Frasa Nomina + Preposisi + Nomina	Jl. Sawangan, Depok
13	<i>Janji Jiwa</i> Value/CTA	Frasa Verba + Nomina	Jl. Sawangan, Depok
14	<i>Lain Hati</i> Value+/CTA	Frasa Adverbia + Nomina	Jl. Arif Rahman Hakim, Depok
15	<i>Flash Coffe</i> Value+ CTA	Frasa Adjektiva + Nomina	Jl. Margonda, Depok

*CTA [call to action] Kopi atau Coffee, Value: Brand

STARBUCK

Gerai kopi STARBUCK merupakan salah satu gerai kopi di Depok yang sangat eksklusif dengan basis pelanggan setia dan dari kalangan kelas atas. Starbucks sejatinya tidak menjual kopi tapi menjual kenyamanan dan pengalaman bekerja dan bersantai bersama rekan. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Kata**. Sementara itu, struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina**. "STARBUCK" adalah nomina (kata benda) yang merupakan gabungan dari kata STAR dan BUCK.



FORE

Gerai kopi FORE merupakan salah satu gerai kopi di Depok yang sangat eksklusif dengan ciri khas clean dan minimalis. Dengan harga premium, kopi ini memiliki basis pelanggan setia dan dari kalangan kelas *middle up*. FORE menjual kopi yang ditambah dengan kenyamanan dan pengalaman bersantai bersama teman. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Kata**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina**. Diketahui nama "FORE" sendiri merupakan abreviasi dari kata forest, yang berarti hutan. Nama ini diadaptasi dengan harapan agar gerai ini dapat berkembang tinggi menjulang, cepat, kuat dan sekaligus memberikan kehidupan bagi lingkungan sekitarnya seperti halnya sifat hutan.

TOMORO COFFE

Tomoro Coffee merupakan salah coffee shop yang cukup digemari saat ini, terutama oleh kalangan Gen Z. Coffee shop tersebut membuka banyak cabang di Indonesia, salah satunya terdapat di Kota Depok. Jika ditinjau secara lingual, brand "Tomoro Coffee" merupakan suatu bentuk **Frasa**. Sedangkan secara struktur sintaksis, brand ini terdiri dari **nomina + nomina**. Berdasarkan situs resmi, penamaan brand "Tomoro Coffee" berasal dari kata "tomorrow" yang berarti "besok" dalam bahasa Inggris, serta seharusnya menduduki kelas kata "Adverbia". Namun, berkat adanya inovasi, kata tersebut diserap menjadi "Tomoro" sehingga kelas katanya berubah menjadi nomina. Maka struktur sintaksis "Tomoro Coffee" adalah nomina+nomina.

KOPI KENANGAN

Kopi Kenangan merupakan brand kopi lokal yang salah satu cabangnya terdapat di Kota Depok. Ditinjau secara filosofis, Kopi kenangan mempunyai makna yang sangat mendalam. Penggunaan nama Kenangan karena gerai ingin memfokuskan pada kata kunci 'kenangan', dengan harapan dapat memperlakukan setiap konsumen yang datang ke gerai sebagai teman dan setiap cangkir kopi yang dibuat dengan cinta dapat meninggalkan kenangan yang baik untuk para konsumen.



Selain itu, secara lingual dan struktur sintaksis, "Kopi Kenangan" adalah suatu bentuk **Frasa** yang tersusun dari **nomina + nomina**.

KOPI CALF

Kopi Calf merupakan salah satu brand kopi inovasi baru dengan konsep kekinian. Kopi-kopinya disajikan dengan desain-desain unik, seperti kopi berkemasan kaleng yang sangat *eye-catching* sehingga digemari oleh kaum muda. Saat ini, Kopi Calf sendiri sudah tersebar di berbagai daerah, salah satunya di Kota Depok. Ditinjau secara lingual dan struktur sintaksis, "Kopi Calf" merupakan **Frasa** karena adanya gabungan antar **nomina + nomina**, yaitu "Kopi" (nomina) dan "Calf" (nomina) yang mana mempunyai arti anak sapi dalam bahasa Inggris

KOPI NAKO

Kopi Nako merupakan salah satu [kafe](#) kekinian yang sangat terkenal selama pandemi dan menjadi tempat nongkrong anak muda Depok. Setiap siang dan malam, Kopi Nako selalu ramai pengunjung untuk sekadar melepas lelah sambil menikmati suasana sore di kawasan Margonda. Secara lingual, "Kopi Nako" merupakan suatu bentuk **Frasa** dengan struktur sintaksis yang terdiri dari **nomina + nomina**. "Nako" di sini menduduki kelas kata nomina. Kopi Nako merupakan bisnis dari Warung Nako dimana awal mula konsep tersebut diawali dari ide, di samping warteg pasti ada warung kopi atau warkop. Filosofi nama Kopi Nako adalah kepanjangan dari nasi dan kopi, karena konsep makanan yang dijual adalah warteg dan warung kopi.

POINT COFFEE

Bukan hal yang asing lagi bahwa kopi merupakan salah satu minuman yang digemari muda-mudi saat ini, salah satunya kopi dari brand Point Coffee. Point Coffee sendiri merupakan coffee shop yang salah satu cabangnya berlokasi di kota Depok. Cita rasanya yang nikmat membuat Point Coffee menjadi salah satu opsi bagi anak muda pecinta kopi. Secara lingual, "Point Coffee" merupakan suatu bentuk **Frasa** dengan struktur sintaksis yang terdiri dari **nomina + nomina**. "Point" di sini menduduki kelas kata nomina, begitupun juga "Coffee".



COFFEE TOFFEE

Gerai kopi Coffee Toffee merupakan salah satu gerai kopi di Depok yang cukup eksklusif. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Frasa**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina + nomina**. “Coffe” adalah nomina (kata benda), dan “Toffe” adalah nomina (kata benda). Coffee Toffee. Mempunyai arti permen coklat, nama Coffee Toffee ini dianggap pas, unik, dan juga seirama oleh pendiri dari gerai kopi ini, yakni Odi Anindito dan istrinya, Rakhma Sinseria. Didirikan pada tahun 2006 silam di Surabaya, Odi dan Ria memulai usaha kedai kopi ini di garasi yang mereka sulap jadi tempat coffee shop. Sempat mengenyam pendidikan di negeri kangguru, dan menjadi barista di salah satu kafe di sana, Odi menemukan bahwa produk kopi yang digunakan oleh kafe tersebut berasal dari Indonesia. Dari sinilah Odi tergugah dan berfikir, mengapa bukan orang-orang Indonesia yang seharusnya berbisnis dan menikmati kopi-kopi enak asal Indonesia. Lantas, Odi dan Istri merealisasikan ide tersebut dalam kedai kopi kecil pertamanya di Surabaya

MAOI COFFEE

Gerai kopi MAOI COFFE merupakan salah satu gerai kopi eksklusif di Depok yang cukup terkenal. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Frasa**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina + nomina**. “Maoi” adalah nomina (kata benda), dan “coffe” adalah nomina (kata benda). Berlokasi di Spot paling terkenal di Margonda Raya, Maoi, mengisi salah satu unit ruko di depan Apartemen Margonda Residence. Diketahui, namanya diambil dari singkatan unsur kimia yang berfungsi sebagai penetral racun. Pemilik berharap kelak para pengunjung dapat melepas segala penat atau sebagai *stress release* setelah minum kopii di sini. Maoi sendiri diketahui masih satu grup dengan Aiko Coffee di Cibubur dan Oi Coffee di Kelapa Dua. Semua tonenya didominasi oleh warna serba putih bersih.



KOPI KOTAK

Kopi Kotak merupakan salah satu [kafe](#) kekinian yang sering dijadikan tempat berkumpulnya anak muda Depok. Setiap malam, Kopi Kotak selalu ramai pengunjung yang ingin melepas lelah sembari menikmati sajian lezat ala kafe yang terletak di kawasan Margonda. Secara lingual, "Kopi Kotak" merupakan suatu bentuk **Frasa** dengan struktur sintaksis yang terdiri dari **nomina + adjektiva**. "Kotak" di sini menduduki kelas kata adjektiva,

KOPI TUKU

Gerai kopi **Kopi Tuku** merupakan salah satu gerai kopi eksklusif di Depok yang terkenal. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Frasa**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **nomina + verba**. "Kopi" adalah nomina (kata benda), dan "tuku" adalah verba (kata kerja), yang merupakan bahasa Jawa dari "membeli". Gerai Kopi Tuku hadir sebagai sebuah gerai kopi yang tidak hanya menjual minuman kopi saja, tetapi juga menjual biji dan bubuk kopi eceran, serta makanan ringan untuk pendamping kopi dengan harga yang relatif terjangkau.

KOPI DARI HATI

"Kopi dari Hati" merupakan brand kopi lokal yang salah satu cabangnya terdapat di Kota Depok. Ditinjau secara filosofis, "Kopi dari Hati" mempunyai makna yang sangat dalam, yaitu merepresentasikan kopi yang dibuat dari hati. Selain itu, secara lingual dan struktur sintaksis, "Kopi dari Hati" adalah suatu bentuk **Frasa** yang tersusun dari pertemuan antara **nomina + preposisi + nomina**. "Kopi" di sini menduduki kelas kata nomina, sedangkan "dari" adalah preposisi, dan "Hati" sendiri merupakan nomina.

JANJI JIWA

Gerai kopi Janji Jiwa merupakan salah satu gerai kopi eksklusif di Depok yang cukup terkenal. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Frasa**. Jika dilihat dari sisi struktur sintaksis, "janji" adalah **verba** (kata kerja), dan "jiwa" adalah **nomina** (kata benda). Di sini, verba (kata kerja) merupakan kelas kata yang menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya. Kata kerja umumnya menjadi predikat dalam suatu frasa atau kalimat.



Berdasarkan objeknya, kata kerja dibagi menjadi dua: kata kerja transitif (kata kerja yang membutuhkan objek) dan kata kerja intransitive (kata kerja yang tidak membutuhkan objek). Pada konteks “janji jiwa”, ini merupakan kata kerja transitif karena disini terdapat verba dan nomina yang saling berkaitan yang menjelaskan “janji” dari sebuah “jiwa”

LAIN HATI

"Kopi Lain Hati" merupakan brand kopi lokal yang salah satu cabangnya terdapat di Kota Depok. Ditinjau secara filosofis, "Kopi lain Hati" mempunyai makna karena gerai kopi ini muncul dengan misi memberikan warna baru kepada para pencinta kopi. Selain itu, gerai kopi ini juga ingin memiliki ciri khas unik yang ada hubungannya dengan hati. Secara lingual dan struktur sintaksis, "Lain Hati" adalah suatu bentuk **Frasa** yang tersusun dari **adverbia + nomina**.

FLASH COFFEE

Gerai kopi Flash Coffee merupakan satu diantara gerai kopi di Depok yang eksklusif dengan ciri khas merah dan kuning. FLASH COFFEE menjual kopi dengan kenyamanan dan pengalaman bersantai bersama teman. Bentuk lingual dari nama gerai kopi ini adalah **Frasa**. Sementara itu struktur sintaksis dari nama gerai kopi ini adalah **adjektiva + nomina**. Diketahui Flash Coffee pertama kali didirikan di Indonesia, khususnya Jakarta, tetapi Flash Coffee memilih Singapura sebagai kantor pusat bisnisnya karena Singapura memiliki akses yang baik terhadap global, regional, dan lokal

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis bentuk lingual dan proses sintaksis penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di Kota Depok, dapat disimpulkan sebagai berikut. (1) Terdapat dua bentuk lingual pada penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di kota Depok, yakni bentuk kata dan frasa. Seperti penggunaan kata pada nama gerai Starbuck, dan Fore. Hal ini dikarenakan dua nama tersebut sudah memiliki basis pelanggan loyal dan tidak perlu menambahkan kata coffe pada nama gerainya. (2) Terdapat 8 struktur sintaksis pada penamaan gerai bisnis kopi eksklusif di kota



Depok, yakni nomina, nomina+nomina, nomina+adjektiva, nomina+verba, nomina+preposisi+nomina, verba+nomina, adverbial+nomina, dan adjektiva+nomina. Pola penamaan gerai kopi eksklusif cenderung mengikutsertakan kata KOPI atau COFFE sebagai CTA atau *call to action* bagi para penggemar kopi terutama di daerah urban, sedangkan nama brand sendiri memiliki sebuah *value* sehingga didapatkan struktur penamaan yakni, **value + CTA** ataupun sebaliknya karena struktur seperti ini dinilai lebih berterima di masyarakat perkotaan. Penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya akan difokuskan pada penamaan gerai bisnis lainnya guna memperkaya penelitian lanskap linguistik mengenai penamaan pada bisnis F&B. Hal ini terjadi karena di era sekarang, penamaan bisnis sedang berkembang dan menarik perhatian.

Rujukan

- Astuty, A. (2021). Penamaan kedai kopi di Magelang: Kajian etnolinguistik. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2889–2900.
- Budiono, T., & Mubarak, Y. (2020). UNSUR NAMA WANITA DALAM PENAMAAN RUMAH MAKAN DI KECAMATAN PAMULANG. *Seminar Nasional Bahasa Dan Sastra Indonesia Unpam*.
- Damayanti, W. (2020). IDENTITAS DIRI PADA NAMA-NAMA RUMAH MAKAN DI KOTA PONTIANAK. *Tuahtalino*, 13(2), 242–252.
- Hidayat, F., & Anam, A. K. (2020). Kajian antropinguistik nama kedai kopi di wilayah Kemang, Jakarta Selatan. *Literatus*, 2(1), 52–58.
- Karno, J., & Saifullah, A. R. (2019). Penamaan Rumah Makan Padang di Sepanjang Jalan Gegerkalong Girang (Tinjauan Semantik). *Seminar Internasional Riksa Bahasa*.
- Rahayu, A. M. (2023). *Analisis Penamaan Kedai Kopi di Purwokerto*. [Universitas Jenderal Soedirman.]. <http://repository.unsoed.ac.id/id/eprint/24665>
- Rahmadaniaulia, F., Rahmi, A., & Pebriani, Y. (2022). Makna Idiomatic Pada Nama-Nama Rumah Makan di Kota Padang. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(02), 63–69.
- Revita, I., & Anwar, K. (2019). Lanskap linguistik nilai budaya pada rumah makan minang. *Mozaik*, 19(1), 90–108.
- Santosa, M. P. S. A. (2020). Analisis Penamaan Kedai Kopi di Surabaya: Kajian Etnolinguistik. *KREDO: Jurnal Ilmiah Bahasa Dan Sastra*, 3(2), 386–399.
- Setiowati, I., Rijal, S., & Purwanti, P. (2022). Penamaan Pada Nama Unik Makanan Di Kota Samarinda: Kajian Semantik. *Ilmu Budaya*, 6(2), 705–718.
- Suwansa, A., Nasution, W., & Mahmud, T. (2021). Kajian penamaan kedai kopi di kota Banda Aceh: Sebuah pendekatan etnolinguistik. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1).
- Utami, H., Siregar, S. A., Nurjanah, S., & Kudadiri, M. F. (2021). Fenomena penggunaan bahasa asing dan daerah dalam penamaan bisnis kuliner di kawasan Medan. *Prosiding Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3*, 267–272.



- Wijana, I. D. P. W. P. (2016). Bahasa Dan Etnisitas: Studi Tentang Nama-Nama Rumah Makan Padang. *Linguistik Indonesia*, 34(2), 195–206.
- Wijaya, T., & Savitri, A. D. (2021). Penamaan kedai kopi di Trenggalek Kota: Kajian lanskap linguistik. *Bapala*, 8(7), 57–70.
- Wulandari, A. (2021). Bahasa dan Etnisitas: Studi Tentang Nama-Nama Rumah Makan di Banyuwangi. In *NUSA* (Vol. 16, Issue 1).