

ABSTRACT

TAFFIA EFENLIE

03013210029

THE INFLUENCE OF CAFÉ ATMOSPHERE, CUSTOMER SATISFACTION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON INSTAGRAM TOWARDS PURCHASING INTENTION AT NAKAMA BREW GURU PATIMPUS MEDAN

(xviii+105 pages; 12 figures; 61 tables; 11 appendixes)

The food and beverage industry is always innovating, developing, and competing in the market. Various challenges such as unstable sales, limited space, and decreasing interest in uploaded content are the main reasons for the purpose of this study. In this condition, an attractive café atmosphere, customer satisfaction, and effective social media marketing through Instagram are important variables in increasing customer purchasing intention.

The purpose of this research is to analyze The Influence of Café Atmosphere (X_1), Customer Satisfaction (X_2), and Social Media Marketing on Instagram (X_3) Towards Purchasing Intention (Y) at Nakama Brew Guru Patimpus Medan.

This research used a quantitative method and collected data from 97 respondents who had visited the café. Journals and articles with similar topics were also used for data collection.

The findings revealed that Customer Satisfaction (X_2) has the most substantial impact, with the highest t-value among the variables. Social Media Marketing on Instagram (X_3) also demonstrated a significant influence, where the importance of engaging marketing can increase driving customer interest. Although the Café Atmosphere (X_1) was found to have a positive effect, its influence was smaller compared to the other variables.

The multiple linear regression analysis indicated that 84.1% of the variation in purchasing intention could be explained by the three independent variables, while 15.9% remained unexplained, showing the existence of other influential factors not covered in this research. Based on these findings, the research recommends that Nakama Brew Guru Patimpus prioritize strategies aimed at enhancing customer satisfaction and social media engagement.

Keywords: Café Atmosphere, Customer Satisfaction, Social Media Marketing on Instagram, Purchasing Intention

References: 32 (2019-2024)

ABSTRAK

TAFFIA EFENLIE

03013210029

PENGARUH SUASANA KAFE, KEPUASAN PELANGGAN, DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI INSTAGRAM TERHADAP MINAT MEMBELI DI NAKAMA BREW GURU PATIMPUS MEDAN

(xviii+105 pages; 12 figures; 61 tables; 11 appendixes)

Industri makanan dan minuman selalu berinovasi, berkembang, dan bersaing di pasar. Berbagai tantangan seperti penjualan yang tidak stabil, keterbatasan tempat, dan menurunnya minat terhadap konten yang diunggah adalah alasan utama dalam tujuan penelitian ini. Dalam kondisi ini, suasana kafe yang menarik, kepuasan pelanggan, dan pemasaran yang efektif melalui Instagram menjadi variabel penting dalam meningkatkan minat beli pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Pengaruh Atmosfer Kafe (X_1), Kepuasan Pelanggan (X_2), dan Pemasaran Media Sosial di Instagram (X_3) Terhadap Minat Beli (Y) di Nakama Brew Guru Patimpus Medan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mengumpulkan data dari 97 responden yang pernah mengunjungi kafe tersebut. Jurnal dan artikel dengan topik serupa juga digunakan untuk pengumpulan data.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kepuasan Pelanggan (X_2) memiliki pengaruh paling besar, dengan nilai t-value tertinggi di antara variabel-variabel tersebut. Pemasaran Media Sosial di Instagram (X_3) juga menunjukkan pengaruh yang signifikan, di mana pentingnya pemasaran yang menarik dapat meningkatkan minat pelanggan. Meskipun Atmosfer Kafe (X_1) terbukti memiliki pengaruh positif, pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan variabel lainnya.

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa 84,1% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan 15,9% tidak dapat dijelaskan, yang menunjukkan adanya faktor-faktor lain yang berpengaruh yang tidak tercakup dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar Nakama Brew Guru Patimpus memprioritaskan strategi yang bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan keterlibatan media sosial.

Kata Kunci: Café Atmosphere, Customer Satisfaction, Social Media Marketing on Instagram, Purchasing Intention

References: 32 (2019-2024)