

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN SUASANA TOKO
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA KEDAI SASTRA KOPI PEKAYON
KOTA BEKASI**

Skripsi diajukan untuk melengkapi

Persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

Oleh

Farhan Aprilianto

NPM : 41183402180215



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM 45

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN SUASANA TOKO
TERHADAP BRAND AWARENESS PADA KEDAI SASTRA KOPI PEKAYON
KOTA BEKASI

Tanggal: 23 Juni 2025

Oleh

Farhan Aprilianto

NPM: 41183402180215

Disetujui,

Pembimbing



Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

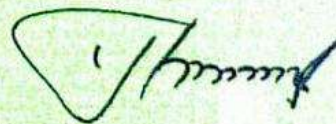
Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN SUASANA TOKO
TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA KEDAI SASTRA KOPI PEKAYON
KOTA BEKASI**

Tanggal: 25 Juni 2025

Oleh

Farhan Aprilianto

NPM: 41183402180215

Diuji oleh,

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Disetujui,

Pembimbing



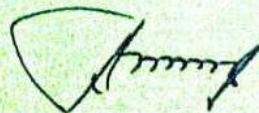
Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farhan Aprilianto
NPM : 41183402180215
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : Farhanaprilianto8@gmail.com

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Suasana Toko terhadap *Brand Awareness* pada Kedai Sastra Kopi Pekayon” merupakan hasil karya orisinal saya. Penulisan ini sepenuhnya didasarkan pada hasil penelitian, pemikiran, serta analisis pribadi, tanpa menyalin atau menjiplak karya ilmiah milik pihak lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi mana pun, kecuali jika dikutip secara jelas dalam isi naskah dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya unsur plagiarisme atau pelanggaran akademik lainnya, saya siap menerima sanksi dan konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pernyataan ini saya buat sebagai bentuk tanggung jawab ilmiah, tanpa adanya tekanan maupun paksaan dari pihak mana pun.

Bekasi, 24 Juni 2025

nyatakan

Farhan Aprilianto

ABSTRAK

Farhan Aprilianto (41183402180215)

Pengaruh Media Sosial Instagram dan Suasana Toko terhadap *Brand Awareness* Kedai Sastra Kopi Pekayon.

X + 120 halaman + 16 tabel + 5 gambar + 15 lampiran

Kata Kunci : Instagram, Suasana Toko, *Brand Awareness*, Sastra Kopi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial Instagram dan suasana toko terhadap *brand awareness* pada Kedai Sastra Kopi Pekayon Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden yang telah mengunjungi kedai minimal dua kali dan mengetahui akun Instagram Sastra Kopi. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, dengan koefisien regresi sebesar 0,457, nilai t-hitung $5,266 > 1,660$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Suasana toko juga berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi 0,740, t-hitung $8,896 > 1,660$, dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Uji simultan melalui uji F menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* dengan nilai F-hitung 191,407 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai *R Square* sebesar 0,798 menunjukkan bahwa 79,8% variasi *brand awareness* dapat dijelaskan oleh media sosial Instagram dan suasana toko, sisanya 20,2% oleh faktor lain di luar model.

Daftar Pustaka : 37 (2010-2024)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt atas limpahan rahmat, hidayah, dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Instagram dan Suasana Toko terhadap *Brand Awareness* pada Kedai Sastra Kopi Pekayon Kota Bekasi.”

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada Program Studi Manajemen, Universitas Islam 45 Bekasi. Penulis menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini bukan semata hasil usaha pribadi, melainkan berkat doa, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah turut membantu sepanjang proses pengerjaan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Ibu Yuni Astuti Tri Tartiani, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi, mengarahkan serta memberikan saran atau berbagai masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam 45 Bekasi.
4. Terima kasih kepada ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E M.Si., dan ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku dosen penguji yang turut memberikan pandangan, arahan, serta masukan demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Tata Usaha Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45 Bekasi yang telah memberikan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan, serta membantu kelancaran proses administrasi dalam penyusunan skripsi ini..
6. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan semangat yang tak pernah putus, yang menjadi kekuatan utama dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Terimakasih sebesar-besarnya kepada pembina UKM bola basket Ibu Mia Kusumawati, M.Pd., AIFO dan pelatih UKM bola basket UNISMA Kota Bekasi Upah Tendi, S.Pd sebagai pembuka jalan saya untuk berkuliah.
8. Terimakasih kepada saudara saya Syahrudi Holid Amin, A.Md. dan Fadri Mohammad, S.T. yang telah menjadi donatur dalam menyelesaikan akhir kuliah saya.
9. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang dengan tulus bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
10. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang turut berperan namun tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala dukungan, semangat, dan doa yang telah diberikan hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, mengingat keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi kontribusi yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Bekasi, Juni 2025

Penulis

Farhan Aprilianto

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Peneliatian.....	12
1.4 Ruang lingkup dan Pembatasan Masalah	13
1.5 Sistematika Pelaporan	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 <i>Brand Awareness</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>Brand Awaraness</i>	15
2.1.2 Indikator <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	16
2.2 Media Sosial Instagram	16
2.2.1 Pengertian Media Sosial Instagram.....	16
2.2.2 Indikator Media Sosial Instagram	17
2.3 <i>Store Atmosphere</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	18
2.3.2 Indikator-indikator <i>Store Atmosphere</i>	18
2.4 Penelitian Terdahulu.....	19
2.5 Kerangka Pemikiran	22

2.6	Hipotesis	23
BAB III		26
METODE PENELITIAN.....		26
3.1	Metode Penelitian Kuantitatif	26
3.1.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.1.2	Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.1.3	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.2	Instrumen Penelitian.....	30
3.2.1	Variabel Independen atau bebas.....	30
3.3	Variabel Terikat atau Dependen.....	32
3.3.1	Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	32
3.4	Metode Analisis Data	33
3.4.1	Uji Kuantitas Data.....	33
3.4.2	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.4.3	Analisis Data dan Uji Hipotesis	36
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
4.1	Hasil Penelitian.....	39
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.1.2	Deskripsi Subjek Penelitian	41
4.1.3	Profil Responden.....	41
4.2	Deskripsi Hasil Uji Validitas.....	42
4.3	Deskripsi Analisis Data	46
4.3.1	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y) ...	46
4.3.2	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Media Sosial Instagram (X1)	47
4.3.3	Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Suasana Toko (X2).....	49
4.4	Uji Asumsi Klasik	51
4.4.1	Uji Normalitas.....	51
4.4.2	Uji Multikolinearitas	52

4.4.3	Uji Heterokesdatisitas	53
4.5	Hasil Uji Hipotesis	54
4.5.1	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	54
4.5.2	Hasil Uji Signifikasi Hipotesis (Uji T).....	56
4.5.3	Hasil Uji F	57
4.5.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi	58
4.6	Pembahasan	59
4.6.1	Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Kesadaran Merek Kedai Sastra Kopi Pekayon.....	59
4.6.2	Pengaruh Suasana Toko terhadap <i>Brand Awareness</i> di Kedai Sastra Kopi Pekayon.....	60
4.6.3	Pengaruh Media Sosial Instagram dan Suasana Toko terhadap <i>Brand Awareness</i> di kedai Sastra Kopi Pekayon.....	61
4.6.4	Ringkasan Penelitian.....	62
4.7	Kelemahan Penelitian.....	64
BAB V.....		65
SIMPULAN DAN SARAN		65
5.1	Simpulan.....	65
5.2	Saran	67
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN - LAMPIRAN.....		74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pra-Survey <i>Brand Awareness</i> Kedai Sastra Kopi Pekayon 2025	4
Tabel 1. 2 <i>Engagement Rate</i> Media Sosial Instagram Kedai Sastra Kopi	7
Tabel 1. 3 Data Pra-Survey Instagram Kedai Sastra Kopi Pekayon 2023	9
Tabel 1. 4 Data Pra-Survey Suasana Toko Kedai Sastra Kopi Pekayon 2023	10
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden Penelitian	41
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i> (Y)	43
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Media Sosial Instagram (X1)	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Suasana Toko (X2)	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	45
Tabel 4. 6 Skor Jawaban Responden atas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	46
Tabel 4. 7 Skor Jawaban Responden terhadap Variabel Media Soisal Instagram (X1)	48
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Suasana Toko (X2)	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	51
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	52
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	54
Tabel 4. 12 Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Signifikasi Hipotesis (Uji T)	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi (Uji F)	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	59
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Statistik media sosial Instagram dan Suasana Toko terhadap <i>Brand Awareness</i> Kedai Sastra Kopi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produksi kopi Indonesia 2017 – 2023	2
Gambar 1. 2 Instagram Kedai Sastra Kopi Pekayon	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	23
Gambar 3. 1 Skala Likert	29
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heterokedastisitas	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	74
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Penelitian Setelah Uji Validitas	79
Lampiran 3 Pernyataan yang Tidak Lolos Uji Validitas.....	79
Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Mengenai Data Kuesioner <i>Brand Awareness</i> (Y)	80
Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Mengenai Kuesioner Variabel Media Sosial Instagram (X1) Setelah dieliminasi.....	83
Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden Mengenai Data Kuesioner Suasana Toko (X2) Setelah dieliminasi	86
Lampiran 7 Hasil Analisis Data	89
Lampiran 8 Tabel F	95
Lampiran 9 Tabel T.....	96
Lampiran 10 Tabel R	97
Lampiran 11 Surat Keputusan Skripsi	98
Lampiran 12 Kartu Bimbingan	99
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal	100
Lampiran 14 Surat Izin Penelitian	102
Lampiran 15 Hasil Wawancara Dengan Pemilik Kedai Sastra Kopi	103
Lampiran 16 Suasana Kedai Sastra Kopi	104
Lampiran 17 Riwayat Hidup Peneliti	105
Lampiran 18 <i>Turnitin</i>	106

Lampiran 18

Turnitin

34%	30%	20%	20%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%	
2	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	
3	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%	
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%	
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%	
6	Submitted to Universitas Sains Alquran Student Paper	1%	
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
8	Submitted to stie-pembangunan Student Paper	1%	
9	journal.stiemb.ac.id Internet Source	1%	
10	Submitted to Universitas Nasional Student Paper	<1%	
11	dspace.uil.ac.id Internet Source	<1%	
12	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%	
13	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%	