

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN  
IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI  
COFFESHOP UWA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Oleh

**DIDAN RAMADHAN FAHREZI  
NIM. 20200510304**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KUNINGAN  
2024**

# LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI COFFESHOP UWA

Oleh

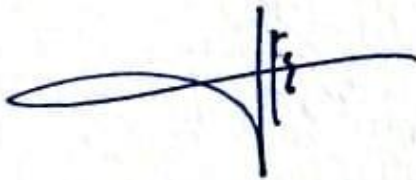
**DIDAN RAMADHAN FAHREZI**

**NIM. 20200510304**

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 21 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

### Susunan Dewan Penguji

**Penguji I,**



**Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M.Si.**  
**NIK. 41038971054**

**Penguji II,**



**Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si.**  
**NIK. 41038971055**

**Penguji III,**



**Tatang Rois, SE., M.Si.**  
**NIK. 41038091295**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN IKLAN PADA  
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI COFFESHOP UWA**

Oleh

**DIDAN RAMADHAN FAHREZI  
NIM. 20200510304**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari  
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Disetujui oleh :

**Pembimbing I**



**Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si.  
NIK. 41038971055**

**Pembimbing II**



**H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.  
NIK. 410104700197**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi,**



**Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, SE., M.Si.  
NIK. 41038971054**

**Kepala Program Studi Manajemen,**



**Dr. Rina Masruroh, SE., ME., Sy.  
NIK. 41038091296**

## PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillaahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, nama **DIDAN RAMADHAN FAHREZI**, Nomor Induk Mahasiswa **20200510304** menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI COFFESHOP UWA**" beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini.

Kuningan, Juli 2024  
Yang membuat pernyataan,



**DIDAN RAMADHAN FAHREZI**  
NIM. 20200510304

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Beljarlah dari kegagalan adalah hal yang perlu dilakukan agar tidak mengalami kegagalan yang sama”

“Bermimpilah yang tinggi, tetapi jangan berusaha menggapai mimpi tersebut, melainkan berusaha melampauinya

### **PERSEMBAHAN**

Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti saya kepada ayah saya yang sudah memberikan amanat kepada saya untuk menyelesaikan studi perkuliahan dan kepada ibu, adik, nenek, om, dan sahabat yang memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini

## ABSTRAK

**DIDAN RAMADHAN FAHREZI. 20200510304. PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI COFFESHOP UWA. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan. 2024. Pembimbing : Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si., dan H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peningkatan jumlah kedai kopi serta kalah bersaingnya pengunjung Coffeshop Uwa dibandingkan dengan Eueut Coffee Maniskidul dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, suasana kedai dan iklan pada media sosial terhadap minat beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Pengambilan sampel dalam mengisi kuesioner adalah sebesar 100 responden dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan angket dengan skala interval (1-10). Analisis data terdiri dari uji instrumen (uji validitas dan uji reliabilitas), analisis deskriptif, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, analisis koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis (uji F dan uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas produk, suasana kedai dan iklan pada media sosial secara simultan berpengaruh terhadap minat beli. Artinya ketika kualitas produk yang baik dipadukan dengan suasana kedai yang menarik dan iklan yang efektif di media sosial, maka minat beli konsumen cenderung meningkat secara signifikan, (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, (3) Suasana kedai berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan (4) Iklan pada media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci** : kualitas produk, suasana kedai, iklan pada media sosial, minat beli

## ABSTRACT

**DIDAN RAMADHAN FAHREZI. 20200510304. THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, STORE AMBIANCE, AND SOCIAL MEDIA ADVERTISING ON PURCHASE INTENTION AT COFFEESHOP UWA. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University. 2024. Advisors: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, SE., M.Si., and H. Ilham Akbar, S.E., M.Si.**

*This research was motivated by the increasing number of coffee shops and the declining number of visitors at Coffeshop Uwa compared to Eueut Coffee Maniskidul over the past three years. The purpose of this study was to determine the influence of product quality, store ambiance, and social media advertising on purchase intention. The method used in this research was a descriptive and verificative survey method. The sample size for filling out the questionnaire was 100 respondents using accidental sampling technique. Data collection was done using a questionnaire with an interval scale (1-10). Data analysis consisted of instrument testing (validity and reliability tests), descriptive analysis, classic assumption tests (normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing (F test and t test). The results of the study showed that: (1) Product quality, store ambiance, and social media advertising simultaneously influence purchase intention. This means that when good product quality is combined with an attractive store ambiance and effective advertising on social media, consumer purchase intention tends to increase significantly. (2) The quality of the product had a positive and significant effect on the buying interest, (3) Store ambiance has a positive and significant effect on purchase intention, and (4) Social media advertising has a positive and significant effect on purchase intention.*

**Keywords :** *product quality, store ambiance, social media advertising, purchase intention*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, SUASANA KEDAI DAN IKLAN PADA MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI COFFESHOP UWA**”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, masih banyak kesalahan dan kekurangan yang penulis perbuat sebagai akibat dari pengetahuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan selanjutnya.

Semoga skripsi ini memenuhi syarat untuk melakukan penyusunan Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Kuningan.

Kuningan, Juli 2024

**DIDAN RAMADHAN FAHREZI**  
NIM. 20200510304



## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur penulis panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat-Nya penyusunan skripsi ini telah selesai. Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari segala usaha, doa serta dukungan dari semua pihak. Terimakasih yang sebesar-besarnya tak lupa penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar, yang selalu mendukung dan memberikan doa serta semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini serta selaku Rektor Universitas Kuningan.
3. H. Ilham Akbar, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini
4. Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E.Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Pemilik dan konsumen Coffeshop Uwa yang telah memberikan izin penelitian dan bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi data kuesioner.
8. Teman-teman Kelas yang telah mengisi dunia perkuliahan saya serta seluruh sahabat dan teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah tulus membantu dan memberikan dukungan.

Terimakasih karena telah menemani sampai akhir penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b>	
<b>PERNYATAAN OTENTISITAS</b>	
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR</b>	
<b>DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Minat Beli.....	9
2.1.2 Kualitas Produk .....	12
2.1.3 Suasana Kedai .....	17
2.1.4 Iklan pada Media Sosial (Instagram).....	21
2.1.5 Hubungan Antar Variabel.....	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Kerangka Berpikir .....	33
2.4 Hipotesis .....	35

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Metode Penelitian .....	36
3.2 Variabel Penelitian .....	36
3.3 Operasionalisasi Variabel .....	37
3.4 Populasi dan Sampel.....	38
3.5 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6 Uji Instrumen.....	41
3.7 Metode Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	51
4.1.2 Karakteristik Responden .....	52
4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	56
4.1.4 Uji Asumsi Klasik .....	65
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
4.1.6 Koefisien Determinasi.....	70
4.1.7 Pengujian Hipotesis.....	70
4.2 Pembahasan .....	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR TABEL

1.1	Data Pengunjung Coffeshop Uwa Periode Tahun 2020 s.d. Tahun 2022 .....	2
2.1	Penelitian Terdahulu .....	30
3.1	Definisi Operasional Variabel .....	37
3.2	Hasil Uji Validitas Angket.....	42
3.3	Hasil Uji Reliabilitas Angket.....	44
4.1	Deskripsi Data .....	57
4.2	Hasil Uji Normalitas Data .....	65
4.3	Hasil Uji Multikolinearitas dengan VIF .....	66
4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.5	Hasil Uji Autokorelasi .....	68
4.6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	69
4.7	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70
4.8	Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F) .....	71
4.9	Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t) .....	72

## DAFTAR GAMBAR

1.1	Persentase Pengunjung Coffeshop Uwa Tahun 2020 s.d. Tahun 2022 .....	3
1.2	Perbandingan Pengunjung Coffeshop Uwa dengan Eueut Coffee Maniskidul Tahun 2021 s.d. Tahun 2023 .....	4
2.1	Elemen-elemen Suasana Kedai.....	19
2.2	Paradigma Penelitian .....	34
3.1	Skala Pengukuran yang Berbentuk <i>Semantic Defferensial</i> .....	41
4.1	Coffeshop Uwa .....	51
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	55
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
4.7	Kedudukan Kualitas Produk (variabel $X_1$ ) dalam Kontinum .....	59
4.8	Kedudukan Suasana Kedai (variabel $X_2$ ) dalam Kontinum .....	61
4.9	Kedudukan Iklan pada Media Sosial (variabel $X_3$ ) dalam Kontinum .....	63
4.10	Kedudukan Minat Beli (variabel $Y$ ) dalam Kontinum .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuisisioner Penelitian.....	88
2	Hasil Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas).....	97
3	Karakteristik Responden.....	115
4	Hasil Penelitian dan Deskripsi Data.....	122
5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	139
6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	144
7	Daftar Tabel.....	147
8	Dokumentasi Penelitian.....	151