



UNIVERSITAS ANDALAS



**PENGARUH VARIASI MENU, *STORE ATMOSPHERE*, DAN MEDIA
PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI DI
TOKO KOPI KITA (KOPKIT) CABANG SUTOMO PADANG**

NINDY AULIA ADRIATI

2310526039

**PROGRAM STUDI S1 ALIH JENJANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2026

**PENGARUH VARIASI MENU, *STORE ATMOSPHERE* DAN MEDIA
PROMOSI MELALUI INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI DI TOKO
KOPI KITA (KOPKIT) CABANG SUTOMO PADANG**

Oleh:

Nindy Aulia Adriati

2310526039

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi menu, *store atmosphere* dan media promosi melalui instagram terhadap minat beli di Toko Kopi Kita (Kopkit) cabang Sutomo Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh konsumen atau calon konsumen Kopkit cabang Sutomo Padang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling*, dengan metode *purposive sampling*, dengan analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu, *store atmosphere* dan media promosi melalui Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik variasi menu, *store atmosphere* dan media promosi melalui instagram yang dirasakan konsumen, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen.

Kata Kunci: Variasi Menu, *Store Atmosphere*, Media Promosi Melalui Instagram, Minat Beli.