THE IMPACT OF INSTAGRAM FOOD INFLUENCER TO INCREASE FLOW CAFÉ & EATERY BRAND AWARENESS

A Thesis Presented as a Partial Fulfillment for the Requirements for the Degree of

***Sarjana Sastra* in the English Study Program**



By

Vincenzio Kurniawan Hartana

19.J2.0012

ENGLISH STUDY PROGRAM

FACULTY OF LANGUAGE AND ARTS

SOEGIJAPRANATA CATHOLIC UNIVERSITY

SEMARANG

2026

ABSTRACT

The research "The Influence of Influencers on Brand Awareness of Flow Café & Eatery," intended to ascertain how Instagram influencers build brand awareness toward Flow Café & Eatery. As such, the background of the research demonstrated how significant social media is to digital marketing, and Instagram had the most users in Indonesia. The intent of the research is to determine the amount by which influencers statistically improve brand awareness of the café. This study utilized survey data and feedback from previously engaged Instagram users aged 18 to 24, a part of the quantitative approach. The survey data was evaluated using Structural Equation Modeling (SEM) with the main consequences of the influencers evaluated in regards to trustworthiness, attractiveness, and expertise. It was found that influencers do affect brand awareness in a statistically significant and positive way; attractiveness along with communication styles were identified as the key influences toward brand awareness. Research results also showed that influencer content dramatically increased intent to visit the café, and also intent to recommend it to other users. Clear communicative influence with entertaining content significantly amplified brand awareness. Overall, this research supports the idea that partnering with relevant Instagram influencers can increase the brand's visibility and awareness among youth.

ABSTRAK

Studi yang berjudul ″The Effect of Influencers on the Brand Recognition of Flow Café & Eatery″ bertujuan untuk mengetahui bagaimana influencer Instagram berkontribusi terhadap kesadaran merek (brand awareness) Flow Café & Eatery. Latar belakang penelitian ini mengidentifikasi pentingnya media sosial dalam pemasaran digital, dengan Instagram sebagai platform yang paling populer di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana influencer dapat meningkatkan pengenalan merek kafe tersebut.Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dan umpan balik dari pengguna Instagram berusia 18 hingga 24 tahun yang telah berinteraksi dengan Flow Café & Eatery. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), dengan fokus utama pada hubungan antara influencer dan kesadaran merek. Para peserta menilai influencer berdasarkan kepercayaan (trustworthiness), daya tarik (attractiveness), dan keahlian (expertise). Hasil penelitian menunjukkan bahwa influencer memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kesadaran merek; daya tarik influencer serta gaya komunikasi merupakan karakteristik paling dominan yang berkaitan dengan pengaruh tinggi terhadap kesadaran merek. Temuan juga menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh influencer secara signifikan meningkatkan keinginan untuk mengunjungi kafe tersebut serta mendorong rekomendasi kepada pengguna lainnya. Pengaruh dengan komunikasi yang jelas dan konten yang menarik sangat meningkatkan kesadaran merek. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa kolaborasi dengan influencer Instagram yang relevan secara efektif dapat meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek, terutama di kalangan anak muda.