

**PENGARUH *MULTICHANNEL MARKETING* BERBASIS INTERNET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI NIMNA BOOK CAFE KOTA BANDUNG**

SKRIPSI

*diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata*



Disusun oleh:
Zenal Arifin
NIM 1808330

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

ZENAL ARIFIN

PENGARUH *MULTICHANNEL MARKETING* BERBASIS INTERNET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI NIMNA BOOK
CAFE KOTA BANDUNG

disetujui dan disahkan oleh:


Pembimbing I

Pembimbing II



Caria Ningsih, M.Si. Ph.D

NIP: 198001312008121002



Dias Pratami Putri, S.Pd.,M.Si

NIP: 920200419910915201

Mengetahui,

Ketua Departemen Prodi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si

NIP. 19710309.201012.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *MULTICHANNEL MARKETING* BERBASIS INTERNET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI NIMNA BOOK CAFE KOTA BANDUNG**

Oleh
Zenal Arifin

Proposal skripsi yang diajukan untuk memenuhi persyaratan penelitian dan penulisan skripsi sebagai akhir studi S1 Program Studi Manajemen Industri Katering

© Zenal Arifin
Universitas Pendidikan Indonesia
Oktober 2023

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lain tanpa izin penulis

iii

**PENGARUH *MULTICHANNEL MARKETING* BERBASIS INTERNET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI NIMNA BOOK CAFE KOTA BANDUNG**

Zenal Arifin

1808330

Abstrak

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk meneliti bagaimana penerapan multichannel marketing berbasis internet di Nimna Book Café, untuk mengetahui tanggapan responden tentang Multichannel marketing berbasis internet di Nimna Book Café, untuk mengetahui tanggapan reponden tentang keputusan pembelian melalui stragei multichannel marketing berbasis internet Nimna Book café dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Multichannel marketing berbasis internet terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik probability sampling. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden yang pernah berkunjung/melakukan pembelian di Nimna Book Café. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan multichannel marketing berbasis internet dapat diidentifikasi dengan melihat kuantitas media yang digunakan serta memuat informasi tentang Nimna Book Cafe pada media berbasis internet. strategi multichannel marketing berbasis internet di Nimna Book Café berdampak baik dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Nimna Book Cafe. Multichannel marketing berbasis internet memiliki arah serta pengaruh positif dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan setiap keputusan pembelian tersebut menunjukkan hasil yang positif.

Kata kunci: Pemasaran multi-saluran, Pemasaran internet, Keputusan pembelian

**THE INFLUENCE OF INTERNET BASED MULTICHANNEL
MARKETING ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS IN NIMNA
BOOK CAFÉ BANDUNG CITY**

Zenal Arifin

1808330

Abstract

This study was made with the aim of examining how to apply internet-based multichannel marketing at Nimna Book Café, to respond to respondents about internet-based Multichannel marketing at Nimna Book Café, to find out responses about purchasing decisions through Nimna Book Café's internet-based multichannel marketing strategy and to find out how much large influence of internet-based Multichannel marketing on purchasing decisions. The research method used is a quantitative method. The sampling technique used is probability sampling technique. The sample in this study were 100 respondents who had visited/made a purchase at Nimna Book Café. The data collection technique used is a questionnaire questionnaire. The analytical method used is simple linear regression analysis. The results of this study show that internet-based multichannel marketing can be identified by looking at the quantity of media used and containing information about Nimna Book Cafe on internet-based media. Internet-based multichannel marketing strategy at Nimna Book Café has a good impact on influencing purchasing decisions at Nimna Book Cafe. Internet-based multichannel marketing has a positive direction and influence in influencing purchasing decisions and each purchase decision shows positive results.

Keywords: *Multichannel marketing, Internet Marketing, Purchase desicion*

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zenal Arifin

NIM : 1808330

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul:

“PENGARUH *MULTICHANNEL MARKETING* BERBASIS INTERNET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI NIMNA BOOK CAFE KOTA BANDUNG” merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri serta seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Mei 2022

Penulis



Zenal Arifin

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alaamiin. Puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Proposal skripsi ini berjudul Pengaruh *Multichannel Marketing* Berbasis Internet Terhadap Keputusan Pembelian Di Nimna Book Café Kota Bandung. Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumber untuk memperkaya keilmuan yang akan bermanfaat bagi masyarakat secara luas.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terkait dan telah terlibat dalam proses penelitian skripsi ini dilakukan hingga akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka kritik dan saran yang membangun akan sangat membantu penulis dalam proses perbaikan kedepannya.

Bandung, Mei 2022
Penulis



Zenal Arifin

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis dalam menyusun skripsi ini menyadari bahwa seluruh rangkaian skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan berbagai pihak berupa waktu, tenaga serta pikirannya. Maka, dengan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyusunan skripsi ini diantaranya kepada:

- 1) Allah SWT, atas berkat dan karunia Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dengan sebagaimana mestinya.
- 2) Nabi Muhammad SAW, nabi besar junjungan alam. sholawat serta salam semoga terlimpah kepada beliau.
- 3) Bapak Tono Rasmana dan Ibu Tuti Hayati. Selaku orang tua penulis, Terima kasih atas doa dan dukungan yang tiada henti di berikan kepada penulis sehingga semua kegiatan selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar. Semoga bapak dan ibu senantiasa diberi kesehatan oleh allah SWT.
- 4) Prof.Dr.H.M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
- 5) Prof.Dr. Agus Mulyana M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- 6) Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si., Selaku Ketua Prodi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
- 7) Caria Ningsih, M.Si. Ph.D., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 8) Dias Pratami Putri S.Pd.,M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dan memberi pengertian terhadap setiap masalah yang penulis hadapi hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 9) Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah mendidik dan membimbing penulis dalam menuntut ilmu.

- 10) Stephania Astrapia selaku owner Nimna Book Café yang telah memberi izin dan masukan kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi ini.
- 11) Dini Rusmiati dan Dani Nurvilla selaku kakak dan adik penulis yang telah membersamai dan memberi bantuan penulis dalam menyusun skripsi ini.
- 12) Faras ,Nando, Ipang, Tama dan Kenny serta seluruh rekan-rekan Manajemen Industri Katering angkatan 2018. Terima kasih telah menemani penulis selama menjalani studi di Program studi Manajemen Industri Katering serta memberi banyak dukung dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
- 13) Rika Mai sapitri, terima kasih telah setia menemani dan senantiasa memberi semangat serta dukungan kepada penulis.
- 14) Rekan-rekan petani serta supplier sayuran yang telah membantu penulis, menemani hari-hari penulis dan meringankan pekerjaan penulis sehingga penyusunan skripsi dapat berjalan dengan baik.
- 15) Seluruh responden penelitian yang telah membantu dan berkenan menjadi narasumber penulis.

Akhir kata, penulis mempersembahkan hasil karya tulis ilmiah ini dengan menyadari kekurangan dan keterbatasan kemampuan penulis. Penulis dengan rendah hati memohon maaf apabila terjadi kesalahan serta hal-hal yang kurang berkenan lainnya karena skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan.

Besar harapan penulis semoga dengan hadirnya skripsi ini dapat memberi kebermanfaatan secara luas tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi para pembaca lainnya khususnya pembaca pada bidang pariwisata dan pemasaran produk.

Bandung, Mei 2022
Penulis



Zenal Arifin

Daftar Isi	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teoretis.....	7
2.1.1 Pariwisata.....	7
2.1.2 Wisata Kuliner.....	7
2.1.3 Usaha Jasa Boga.....	8
2.1.3.1 Kafe.....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.5 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>).....	10
2.1.5.1 Bauran Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	11
2.1.6 Multichannel Marketing.....	12
2.1.7 Internet Marketing.....	13
2.1.7.1 Indikator <i>Internet Marketing</i>	13
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	15
2.1.8.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	15
2.1.8.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18

2.4	Hipotesis	20
BAB 3	21
METODE PENELITIAN	21
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	21
3.2	Metode Penelitian	21
3.3	Teknik Pengumpulan Data	22
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian	22
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Sampel	23
3.5	Operasional Variabel	23
3.6	Jenis dan Sumber Data	25
3.7	Uji Instrumen	26
3.7.1	Uji Validitas	26
3.7.2	Uji Reliabilitas	29
3.8	Metode suksesif interval	30
3.9	Uji Normalitas	30
3.10	Analisis Data	31
3.10.1	Analisis Regresi Linier Sederhana	31
3.11	Uji Hipotesis	32
3.11.1	Uji Parsial (Uji-t)	32
3.11.2	Koefisien Korelasi	32
3.11.3	Koefisien Determinasi	33
3.12	Instrumen Penelitian	34
BAB 4	35
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Gambaran Umum Penelitian	35
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	36
4.2.1	Karakteristik Responden	36
4.2.2	Pengalaman Responden	37
4.3	Uji Asumsi Klasik	38
4.3.1	Uji Normalitas	38
4.3.2	Uji Linearitas	39

4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	40
4.4	Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	40
4.5	Uji Hipotesis	41
4.5.1	Uji Parsial (Uji-t)	41
4.5.2	Koefisien Korelasi	42
4.5.3	Koefisien Determinasi	43
4.6	Pembahasan	44
4.6.1	Identifikasi Penerapan <i>multichannel marketing</i> di Nimna Book Café	44
4.6.2	Identifikasi keputusan pembelian di Nimna Book Café	44
4.6.3	Pengaruh Multichannel Marketing berbasis internet Terhadap Keputusan Pembelian di Nimna Book Café	45
4.6.4	Identifikasi dampak hadirnya Nimna Book Café terhadap periwisata	46
BAB 5	48
PENUTUP	48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	52

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Hasil Pra Penelitian	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	24
Tabel 3. 2 Uji Validitas <i>Multichannel Marketing Berbasis Internet (X)</i> dan Keputusan Pembelian (Y)	27
Tabel 3. 3 Hasil Uji Realibilitas	30
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi	33
Tabel 3. 5 Skala Instrumen Penelitian	34
Tabel 4. 1 Karakteristik responden	36
Tabel 4. 2 Pengalaman Responden	37
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	39
Tabel 4. 4 Anova Tabel	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	41
Tabel 4. 6 Hasil Uji-t	42
Tabel 4. 7 Hasil Uji Koefisien Korelasi	42
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

Daftar Gambar

Gambar 1. 2 Strategi Pemasaran <i>Multichannel Marketing</i> Diterapkan di Nimna Book Café	4
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4. 1 Logo, Menu dan Suasana Nimna Book Café	35
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Metode Grafik	38
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	40

Daftar Lampiran

LAMPIRAN 1	57
LAMPIRAN 2	61
LAMPIRAN 3	63
LAMPIRAN 4	64
LAMPIRAN 5	66
LAMPIRAN 6	67
LAMPIRAN 7	68
LAMPIRAN 8	71
LAMPIRAN 9	72
LAMPIRAN 10	78
LAMPIRAN 11	79

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. B. U., & Nurdyansyah. (2018). Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. Umsida Press, 1-143. <https://doi.org/10.21070/2018/978-602-5914-19-5>
- Alamsyah.Y, (2008). *Bangkitnya bisnis kuliner tradisional : meraih untung dari bisnis masakan tradisional kaki lima sampai restoran / Yuyun Alamsyah*. Jakarta :: Elex Media Komputindo,.
- Amos Neolaka, 2014. Metode Penelitian dan Statistik. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Banjarnahor, a. r., Purba, b., Sudarso, a., Sahir, h. s., Munthe, r. n., Kato, i., . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Chaffey, D., Mayer, R., Johnston, K., & Ellis-Chadwick, F. (2000). *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. United Kingdom: Pearson Education Limited. Gruen, T. ., & Al, E. (2006).
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hakim, Lukmanul. 2010. "Among Makarti, Vol.3 No.5 Juli 2010." 3(5):70–78.
- Banjarnahor, a. r., Purba, b., Sudarso, a., Sahir, h. s., Munthe, r. n., Kato, i., . . . Hasyim. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, M. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hendrayani, e., sitinjak, w., kusuma, g. p., yani, d. a., kerti yasa, n., chandrayanti, t., . . . hillal, n. (2021). *Manajemen Pemasaran (dasar & konsep)*. Bandung: media sains Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Khairawati, Salihah. 2021. "Strategi Bauran Pemasaran: Dalam Marketing 5.0."

(June):0–19.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2009).

Penjelasan UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Undang Undang
TentangKepariwisata.

https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/regulation_subject_1561519128_10_tahun_2009.pdf

Kokku, R. (2021). Omni and multi-channel: Relationship with utilitarian/hedonic benefits, shopping value and channel patronage. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 11.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Prinsip-prinsip pemasaran jilid 2 edisi 12. *Jakarta: Erlangga*

Kotler, P. (2011), "*Philip Kotler's Contributions to Marketing Theory and Practice*", *Review of Marketing Research*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 87-120. [https://doi.org/10.1108/S1548-6435\(2011\)0000008007](https://doi.org/10.1108/S1548-6435(2011)0000008007)

Kristiana, Yustisia, Michael Thomas Suryadi, and Samuel Riyandi Sunarya. 2018. "Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 9(1). doi: 10.31294/khi.v9i1.3604.

Mandey, J. B. (2013). Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild. Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild, 1(4), 9. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Manullang, Januardin, Holfian Daulat, Tambun Saribu, and Universitas Prima Indonesia. 2021. *Keputusan Pembelian CPO*

Ningsih, C., & Choi, Y. J. (2018). An effect of internet penetration on income inequality in Southeast Asian countries.

Ningsih, C., & Turgarini, D. (2020). Pelestarian dan Pengembangan Kampung Nikmat Cigugurgirang sebagai Destinasi Wisata Warisan Budaya Gastronomi Sunda. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 265-275.

- Putri, D. P., & Yulianto, Y. (2022). Gastronomy tourism of palm cabbage as a supporting tourism attraction in surrounding tamping lake. *Jurnal Kepariwisataaan*, 21(2), 187-196.
- Putri, E. D. H. (2016). *Pengantar akomodasi dan restoran / Emmita Devi Hari Putri*. Yogyakarta :: Deepublish,.
- Revida, E., Gaspersz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, N., Warella, S. Y., Nurmiati, N., ... & Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Yayasan Kita Menulis.
- Riduwan. (2018). *Pengantar Statistika Sosial*. Penerbit Alfabeta.
- Sarwono, J., & MSI, C. P. (2019). Mengubah data ordinal ke data interval dengan metode suksesif interval (MSI)
- Setyorini, R., Subekti, S., & Juwaedah, A. (2013). Manfaat Hasil Belajar Pengelolaan Usaha Jasa Boga Pada Kesiapan Peserta Didik Berwirausaha Warung Makan. *Media Pendidikan, Gizi, dan Kuliner*, 2(1).
- Sholihin, R. (2019). *Digital marketing di Era 4.0*. Anak Hebat Indonesia.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Supranto, J. [Johanes] , 1939-. (2006). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan : untuk menaikkan pangsa pasar / J. Supranto*. Jakarta :: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sulastiyono, A.
- Yani, S., Elfahmi Lubis, Wellyana, & Muslih Hasibuan. (2022). Pojok Literasi di SDN 47 Desa Bajak 1 untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Kelas 4. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandira Cendikia*, 1(2), 45–52. Retrieved from <http://journal-mandiracendikia.com/index.php/pkm/article/view/118>