

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK WISATA ALAM, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KEMBALI KONSUMEN
PADA KOPI DAONG BOGOR, JAWA BARAT**

TUGAS AKHIR

WIKEY DAMAI YANTI

213404516043



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK WISATA ALAM, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KEMBALI KONSUMEN
PADA KOPI DAONG BOGOR, JAWA BARAT**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

WIKEY DAMAI YANTI

213404516043



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa semua pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK WISATA ALAM, DAN
VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KEMBALI KONSUMEN
PADA KOPI DAONG BOGOR, JAWA BARAT**

Merupakan ide atau hasil penelitian pribadi penulis, kecuali untuk kutipan yang secara jelas dikreditkan. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan dalam rangka memperoleh gelar di program serupa di Perguruan Tinggi lain. Apabila terdapat kesalahan atau kelalaian, saya bertanggung jawab sepenuhnya sebagai penulis.

Jakarta, 14 Februari 2025



Wikey Damai Yanti

NPM : 213404516043

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Pada Kopi Daong Bogor, Jawa Barat

Nama Mahasiswa : Wikey Damai Yanti

Nomor Pokok : 213404516043

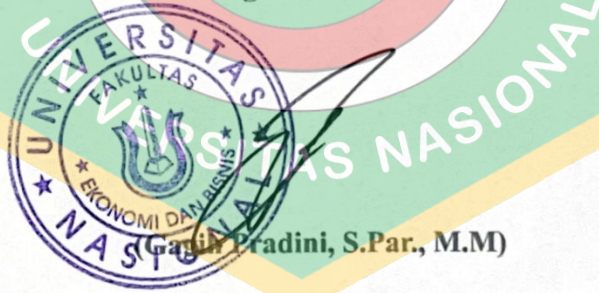
Program Studi : Pariwisata

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**



(Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M)

**Mengetahui,
Ketua Program Studi Pariwisata**



(Garin Pradini, S.Par., M.M)

Jakarta, 14 Februari 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Pada Kopi Daong Bogor, Jawa Barat

Nama Mahasiswa : Wikey Damai Yanti

Nomor Pokok : 213404516043

Program Studi : Pariwisata

Diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir

(Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M)

Ketua Penguji

Anggota/Penguji

(Gagih Pradini, S.Par., M.M)

(Ardi Mularsari, S.Pd., M.Pd)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional



Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M)

Jakarta, 14 Februari 2025

Tanggal Lulus : 28 Februari 2025

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen Pada Kopi Daong Bogor, Jawa Barat

Oleh :

Wikey Damai Yanti

213404516043

Tugas Akhir ini dibimbing oleh Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M. Penelitian ini bertujuan untuk (a) mengidentifikasi pengaruh kualitas produk, daya tarik wisata alam, dan viral marketing terhadap minat beli kembali konsumen pada Kopi Daong Jawa Barat, (b) mengevaluasi secara simultan pengaruh kualitas produk, daya tarik wisata alam, dan viral marketing terhadap minat beli kembali konsumen pada Kopi Daong Bogor Jawa Barat, dan (c) menentukan variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli kembali konsumen pada Kopi Daong Bogor Jawa Barat.

Sampel dalam penelitian ini melibatkan 100 responden, yaitu para konsumen yang mengunjungi Kopi Daong Bogor. Metode yang digunakan untuk analisis adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, daya tarik wisata alam, dan viral marketing secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kembali konsumen pada Kopi Daong Bogor Jawa Barat. Pada penelitian ini variabel viral marketing merupakan variabel yang paling mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap minat beli kembali konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, Viral Marketing, Minat Beli Kembali

ABSTRACT

The Influence of Product Quality, Natural Tourism Attraction, and Viral Marketing on Consumer Repurchase Interest in Daong Coffee Bogor, West Java

By:

Wikey Damai Yanti

213404516043

This final assignment was supervised by Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M. This research aims to (a) identify the influence of product quality, natural tourist attraction, and viral marketing on consumer repurchase interest in Kopi Daong West Java, (b) evaluate simultaneously the influence of product quality, natural tourist attraction, and viral marketing on consumer repurchase interest in Kopi Daong Bogor, West Java, and (c) determine the variables that have a significant influence on consumer repurchase interest in Kopi Daong Bogor, West Java.

The sample in this research involved 100 respondents, namely consumers who visited Kopi Daong Bogor. The method used for analysis is quantitative, with data collection carried out through distributing questionnaires.

The results of the study indicate that product quality, natural tourist attractions, and viral marketing together have a positive and significant influence on consumer repurchase interest in Kopi Daong Bogor, West Java. In this study, the viral marketing variable is the variable that most positively and significantly influences consumer repurchase interest.

Keywords: Product Quality, Natural Tourism Attraction, Viral Marketing, Repurchase Interest

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas anugerah dan petunjuk-Nya, penulis berhasil menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, DAYA TARIK WISATA ALAM, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP MINAT BELI KEMBALI KONSUMEN PADA KOPI DAONG BOGOR, JAWA BARAT". Proposal ini disusun sebagai bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) di Jurusan Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Selama proses penyusunan proposal tugas akhir ini, penulis sangat bersyukur atas dukungan moral dan materi yang diterima dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua yang telah membantu dalam pencapaian ini kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat-Nya yang senantiasa memberikan nikmat, karunia dan kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan secara tepat waktu.
2. Bapak Tukiman, Ibu Priyanti, Tristan Adi Nugroho, Sukamsih, dan Lilis Triyani selaku orang tua serta keluarga besar yang telah memberikan dukungan, motivasi dan doa sehingga penulis lebih semangat serta memiliki motivasi yang tinggi untuk menyelesaikan proposal tugas akhir.
3. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan studi di Universitas Nasional.
4. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Ibu Dr, Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
6. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M. selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
7. Miss Anisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M. selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu bersedia menyempatkan waktunya untuk

memberikan arahan dan juga bimbingan, selalu memberikan motivasi dan semangat serta perhatian yang diberikan saat bimbingan, petunjuk-petunjuk dan saran yang sangat berharga dalam penyusunan proposal tugas akhir ini.

8. Segenap Dosen Program Studi Pariwisata Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam bidang Pariwisata yang bermanfaat bagi penulis serta menyemangati dan memotivasi penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
9. Kepada Krisna Prasetya Putra Sadewa, yang telah membantu, memotivasi, mendukung, serta menemani penulis dalam penyusunan proposal tugas akhir ini.
10. Teman-teman penulis Ririn Anggraini, Dhea Fitrianti Ardiansyah, Nadifa Widianingtyastuti, Abeliza Firdauzi, Revita Susanti, Rachmawati yang senantiasa mendukung, menghibur, menemani, dan memberikan semangat dalam penyusunan proposal tugas akhir.
11. Teman Universitas Nasional Vira Dwi Anggraini, Rasya Agneta Sumadji, Ravanie Hanifa Rahmadanti, Syahla Carissa Liani yang selalu menghibur dan memberikan semangat dalam penulisan proposal tugas akhir ini.
12. Teman seperbimbingan Alisya Nur Insani, Rivani Tri Aprilliana, Dafrosa Hordembun, Ananda Amelia Putri, Aushaf Hisyam, Fahrezzy Dwitama Adriansyah yang selalu membantu, memberikan semangat, dan menghibur dalam penulisan proposal tugas akhir ini.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
14. Wikey Damai Yanti selaku penulis yang senantiasa telah bersemangat, bersabar dan penuh tekad untuk dapat menyelesaikan Proposal tugas akhir ini sampai selesai.

Jakarta, 14 Februari 2025

Penulis

Wikey Damai Yanti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Teori Yang Terkait Dengan Landasan Penelitian.....	9
1. Industri Pariwisata	9
2. <i>Coffee Shop</i>	10
3. Kualitas Produk.....	11
4. Daya Tarik Wisata Alam	17
5. Viral Marketing.....	19
6. Minat Beli Kembali.....	22
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	25
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen ...	25

2. Pengaruh Daya Tarik Wisata Alam Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen	26
3. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen....	26
4. Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, dan Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen	27
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	28
D. Kerangka Analisis Penelitian.....	31
E. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Objek Penelitian.....	33
B. Rencana dan Tahapan Penelitian	33
C. Data Penelitian.....	34
1. Sumber Data dan Jenis Data	34
2. Populasi dan Sampel.....	35
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	37
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
F. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Hasil Penelitian.....	48
1. Deskripsi Data Penelitian.....	48
2. Sejarah Tempat dan Objek Penyelenggara Acara Penelitian	48
3. Karakteristik Responden.....	51
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	55
B. Pembahasan Hasil Analisis dan Uji	72
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen ...	72
2. Pengaruh Daya Tarik Wisata Alam Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen	73
3. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen....	73

4. Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Wisata Alam, dan Viral Marketing Secara Bersama-sama Terhadap Minat Beli Kembali Konsumen	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	31
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Kopi Daong	49
Gambar 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Gambar 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Gambar 4. 5 Hasil Uji Normalitas Dengan Probability Plot.....	64



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Coffee Shop Bogor.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Data Konsumen Kopi Daong Tahun 2024	4
Tabel 2. 1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Rencana dan Tahapan Penelitian	34
Tabel 3. 2 Skala Likert untuk Kuisioner	38
Tabel 3. 3 Penjelasan Indikator	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Tabel 4. 4 Total Skor Mean Kualitas Produk	55
Tabel 4. 5 Total Skor Mean Daya Tarik Wisata Alam.....	57
Tabel 4. 6 Total Skor Mean Viral Marketing	58
Tabel 4. 7 Total Skor Mean Minat Beli Kembali Konsumen.....	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji T	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	71