

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG  
DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK  
BERKUNJUNG**

**(STUDI KASUS : *INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI  
JCC SENAYAN JAKARTA)**

**TUGAS AKHIR**

**CAHYA GILANG ANANDA KRESNA PUTRA**

**213404546082**



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

**2024**

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND THE PRODUCTS  
EXHIBITED ON CONSUMER INTEREST IN VISITING***

***(CASE STUDY : INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO AT  
JCC SENAYAN JAKARTA)***

**TUGAS AKHIR**

Disusun dan diserahkan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh  
gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nasional

**CAHYA GILANG ANANDA KRESNA PUTRA**

**213404546082**



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

**2024**

## LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi yang berjudul:

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG**

**(STUDI KASUS : *INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI  
JCC SENAYAN JAKARTA)**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan– kutipan yang sudah dijelaskan sumbernya. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Februari 2024



CAHYA GILANG ANANDA KRESNA PUTRA  
213404546082

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG


(STUDI KASUS : *INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI JCC SENAYAN JAKARTA)

Nama Mahasiswa : Cahya Gilang Ananda Kresna Putra

Nomor Pokok : 213404546082

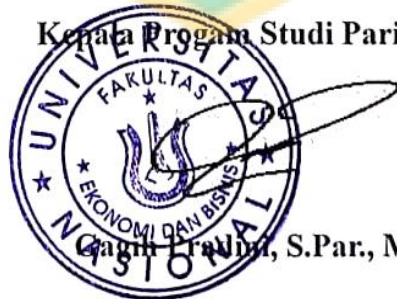
Program Studi : Pariwisata

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

  
Gagih Pradini, S.Par., M.M

Mengetahui,

Kepala Program Studi Pariwisata



Gagih Pradini, S.Par., M.M

Jakarta, 7 Februari 2024

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul Tugas Akhir : PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG  
(STUDI KASUS : *INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI JCC SENAYAN JAKARTA)

Nama Mahasiswa : Cahya Gilang Ananda Kresna Putra

Nomor Pokok : 213404546082

Program Studi : Pariwisata

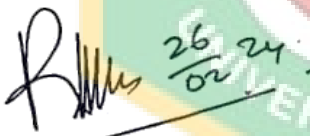
Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

Gagih Pradini, S.Par., M.M

Ketua Penguji

Anggota/Penguji

  
Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par

  
Annisa Putri Kusumaningrum, S.St.Par., M.M

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Kumba Wigdowiseiso, SE., M. App.Ec., Ph.D

Jakarta, 15 Februari 2024

Tanggal Lulus : 22 Februari 2024

## ABSTRAK

### PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG

(STUDI KASUS : INDONESIA *MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI  
JCC SENAYAN JAKARTA)

Oleh

CAHYA GILANG ANANDA KRESNA PUTRA

213404546082

Skripsi, dibawah bimbingan Gagih Pradini, S.PAR., M.M.

Indonesia *Modification & Lifestyle Expo* (IMX) merupakan suatu event yang memamerkan modifikasi mobil diselenggarakan rutin setiap satu tahun sekali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Digital Marketing* dan produk yang dipamerkan pada event Indonesia *Modification & Lifestyle Expo* (IMX) mempengaruhi minat konsumen untuk berkunjung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam pengambilan sampel ini untuk penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data yang diambil dalam penelitian ini melalui data primer dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 70 responden. Responden pada penelitian merupakan konsumen yang berkunjung ke Indonesia *Modification & Lifestyle Expo* Di JCC Senayan Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji – uji yang terdapat di SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*) versi 23. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa variable *Digital Marketing* ( $X_1$ ) dan produk ( $X_2$ ) memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap variable minat berkunjung ( $Y$ ).

**Kata kunci:** *Digital Marketing*, Produk, Minat Berkunjung

## **ABSTRACT**

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING AND THE PRODUCTS  
EXHIBITED ON CONSUMER INTEREST IN VISITING  
(CASE STUDY : INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO AT  
JCC SENAYAN JAKARTA)***

By:

CAHYA GILANG ANANDA KRESNA PUTRA  
213404546082

Thesis, under the guidance of Gagih Pradini, S.PAR., M.M.

*Indonesia Modification & Lifestyle Expo (IMX) is an event that showcases car modifications held regularly every year. This study aims to determine whether Digital Marketing and products on display at the Indonesia Modification & Lifestyle Expo (IMX) event affect consumer interest in visiting. This research uses quantitative methods. In this sampling for this study using purposive sampling. The data taken in this study through primary data by distributing questionnaires as many as 70 respondents. Respondents in the study were consumers who visited the Indonesia Modification & Lifestyle Expo at JCC Senayan Jakarta. The data analysis technique used is the test contained in SPSS (Statistical Package for Social Sciences) version 23. The results of the study can be seen that the Digital Marketing ( $X_1$ ) and product ( $X_2$ ) variables have positive and significant results on the visiting interest variable ( $Y$ ).*

**Keywords:** *Digital Marketing, Product, Interested In Visiting*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Cahya Gilang Ananda Kresna Putra  
Nomor Pokok : 213404546082  
Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 25 Mei 2000  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat : Jl. Lele 4 No 364, RT 003/ RW 005  
Kelurahan Kayuringin Jaya, Kecamatan  
Bekasi Selatan, 17144  
No Telpon/Hp : 083115925241  
Email : [Cahyagilangananda@gmail.com](mailto:Cahyagilangananda@gmail.com)

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

2005-2006 : TK Al-Hasanah Bekasi  
2006-2012 : SDN XVI Bekasi  
2012-2015 : SMA Martia Bhakti Bekasi  
2018-2021 : Program Studi Perjalanan Wisata, Fakultas  
Ilmu Sosial Universitas Jakarta (D3)  
2022-2024 : Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi &  
Bisnis Universitas Nasional (S1)



## KATA PENGANTAR

Penulis bersyukur kepada kehadiran Allah SWT atas segala berkah dan rahmat yang diberikan-Nya kepada semua makhluk hidup, terutama manusia yang diangkat-Nya sebagai pengelola bumi. Hanya Allah yang memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis masih diberi kemampuan untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN PRODUK YANG DIPAMERKAN TERHADAP MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG (STUDI KASUS : *INDONESIA MODIFICATION & LIFESTYLE EXPO* DI JCC SENAYAN JAKARTA)”. Doa dan penghormatan senantiasa diarahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang diutus sebagai nabi terakhir dan contoh bagi umat manusia. Sejak zaman beliau, kita tetap berpegang teguh pada ajaran-ajaran yang diajarkan dan menjalankan kehidupan sehari-hari dengan konsisten serta percaya sepenuhnya kepada Allah SWT. Penulis menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, besar harapan Penulis, semoga penulisan ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi pihak-pihak yang memerlukannya, terutama bagi mahasiswa/i yang sedang melakukan penelitian sejenis. Demikianlah penelitian ini, semoga dapat memberikan manfaat bagi pihak yang memerlukannya. Penulis juga mengucapkan terimakasih dengan segala ketulusan serta kerendahan hati. Terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penelitian dan pembuatan tugas akhir. Adapun rasa terimakasih tersebut penulis haturkan kepada:

1. Rektor Universitas Nasional, bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A., dengan senang hati memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar di sana.
2. Bapak Profesor Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D., yang memegang jabatan sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nasional, telah memberikan persetujuan tugas akhir.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., yang menjabat sebagai Wakil Dekan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M., yang menduduki posisi Kepala Program Studi Pariwisata di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

5. Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M., selaku Dosen Pembimbing tugas akhir saya yang telah banyak membantu, memberikan motivasi, dan meluangkan waktunya dalam membimbing dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak Dr. Ramang H. Demolingo, S.S., M.Par., yang merupakan dosen pembimbing akademik yang setia, telah memberikan waktu, tenaga, pikiran dalam melakukan bimbingan selama masa perkuliahan.
7. Semua dosen yang terhormat, baik Bapak maupun Ibu, yang telah melimpahkan pengetahuan serta memberikan arahan kepada penulis selama menempuh studi di Program Studi Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
8. Penghormatan penulis ditujukan orang tua tersayang, Ayah Sukrisno Hadi Purnomo. Ibu Hesti Utami dan keluarga saya yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, doa yang tiada henti kepada penulis sehingga pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Semua teman selama perkuliahan Universitas Nasional Program Studi Pariwisata angkatan 2019, 2020, 2021 yang telah memberikan dukungan.
10. Teruntuk Cahya Gilang Ananda K.P yaitu diri saya sendiri terima kasih sudah kuat baik jiwa, raga dan pikiran, sudah mampu bertahan dan berjuang sampai akhir pengerjaan tugas akhir dengan penuh sabar.
11. Semua individu yang turut serta dalam proses penyusunan tugas akhir ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhirnya Penulis mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih. Kritik dan saran selalu diharapkan demi meningkatkan kualitas tulisan ini. Semoga Allah SWT merestui apa yang telah penulis sajikan, dan diharapkan agar tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca, terutama dalam konteks akademis, serta bagi penulis sendiri

**Bekasi, 15 Februari 2024**

**Cahya Gilang Ananda Kresna Putra**

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Masalah.....	7
D. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Teori Yang Terkait Dengan Landasan Penelitian .....	8
1. Pariwisata .....	8
2. Pameran.....	9
3. <i>Digital Marketing</i> .....	13
4. Produk .....	17
5. Minat Berkunjung .....	25
B. Keterkaitan antar variabel .....	28
C. Hasil Penelitian yang Sesuai sebagai Rujukan Penelitian.....	29
D. Kerangka Pemikiran.....	31
E. Hipotesis .....	33

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian .....	34
B. Rencana Tahap Penelitian .....	35
C. Data Penelitian .....	35
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	35
2. Populasi dan Sampel .....	36
a. Populasi .....	36
b. Sampel.....	37
c. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	38
d. Jenis Variabel yang Digunakan .....	39
e. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	39
f. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesi .....	40
1) Metode Analisis Deskriptif .....	40
2) Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3. Uji Instrumen.....	41
a. Uji Validitas.....	41
b. Uji Reabilitas.....	42
4. Uji Asumsi Klasik .....	42
a. Uji Normalitas .....	42
b. Uji Multikolinearitas .....	43
c. Uji Heteroskedastisitas .....	43
d. Uji Autokorelasi .....	44
5. Uji Kelayakan Model .....	44
a. Uji F .....	44
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	44
c. Pengujian Hipotesis (Uji T).....	45

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian .....	46
1. Deskripsi Data Penelitian.....	46
2. Profil Tempat Penelitian.....	46
3. Karakteristik Responden .....	47

4. Analisis Deskriptif .....	54
a. Analisis Deskriptif <i>Digital Marketing</i> .....	55
b. Analisis Deskriptif Produk .....	55
c. Analisis Deskriptif Minat Berkunjung .....	55
5. Uji Instrument Penelitian .....	56
a. Uji Validitas .....	56
b. Uji Realibilitas.....	57
6. Uji Asumsi Klasik .....	57
a. Uji Normalitas .....	57
c. Uji Multikolinearitas .....	58
d. Uji Heteroskedastisitas .....	59
e. Uji Autokorelasi.....	60
7. Uji Kelayakan Model	
a. Uji F (Simultan).....	62
b. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	62
f. Uji T.....	63
g. Uji Regresi Linear Berganda .....	64
B. Pembahasan Hasil Analisis dan Uji .....	65
1. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Berkunjung .....	65
2. Pengaruh Produk Terhadap Minat Berkunjung.....	66
3. Pengaruh <i>Digital Marketing</i> dan Produk Secara Bersamaan Terhadap Minat Berkunjung .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA .....	71

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengguna Internet Di Asia tahun 2022 .....	2
Tabel 1.2 <i>Digital Marketing Indonesia Modification &amp; Lifestyle Expo</i> .....	4
Tabel 3.1 Rencana dan Tahap Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Pengukuran Skala .....	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	52
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	53
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Hasil Uji Autokorelasi .....	61
Tabel 4.12 Uji Durbin-Watson .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	61
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji T .....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Pengaruh Digital Marketing Dan Produk Yang Dipamerkan Terhadap Minat Konsumen Untuk Berkunjung .....	32
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
Gambar 4.1 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	49
Gambar 4.3 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
Gambar 4.4 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	52
Gambar 4.5 Diagram Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Operasional Variable

Lampiran 4 Analisis deskriptif

Lampiran 5 Uji Validitas

Lampiran 6 Tabel Distribusi R Tabel

Lampiran 7 Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

Lampiran 8 Titik Persentase Distribusi F (0,05)

Lampiran 9 Titik Presentasi Distribusi t

Lampiran 10 Hasil Penelitian Menggunakan SPSS 23

Lampiran 11 Logbook Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 12 Laporan Berita Acara Seminar Proposal

Lampiran 13 Bukti Hasil Turnitin

