



**OPTIMASI INTEGRASI KELENGKAPAN INFORMASI
DIGITAL, KEMUDAHAN MENJANGKAU, DAN ULASAN KEDAI
KOPI DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMILIHAN KONSUMEN
DI KAWASAN WISATA PANCAWATI BOGOR**



TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Magister Manajemen

RA. LORETTA KARTIKASARI
211100003

**PROGRAM PASCA SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA
2025**



**OPTIMIZING THE INTEGRATION OF DIGITAL
INFORMATION, EASE OF ACCESS, AND COFFEE SHOP
REVIEWS IN THE CONSUMER DECISION MAKING PROCESS
IN THE PANCAWATI TOURIST AREA, BOGOR**



**POSTGRADUATE PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
SATYA NEGARA UNIVERSITY INDONESIA
JAKARTA
2025**

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Nama : RA. Loretta Kartikasari
NIM : 211100003
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : **Optimasi Integrasi Kelengkapan Informasi Digital,
Kemudahan Menjangkau, dan Ulasan Kedai Kopi dalam
Proses Keputusan Pemilihan Konsumen di Kawasan
Wisata Pancawati Bogor**

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing I

(Dr. Guston Sitorus, SE., M.M.)

Dosen Pembimbing II

(Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom)

Diketahui oleh,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

(Dr. Drs. Dharmawan P. Hadad, M.M.)

Program Pascasarjana
Ketua Program Studi

(Dr. Noviarti, SE., M.M.)

**PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

TANDA PERSETUJUAN TESIS

Nama : RA. Loretta Kartikasari
NIM : 211100003
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : **Optimasi Integrasi Kelengkapan Informasi Digital,
Kemudahan Menjangkau, dan Ulasan Kedai Kopi dalam
Proses Keputusan Pemilihan Konsumen di Kawasan
Wisata Pancawati Bogor**

PENITIA UJIAN

Tanggal : 15 Agustus 2025

Ketua : Dr. Noviarti, SE., M.M.

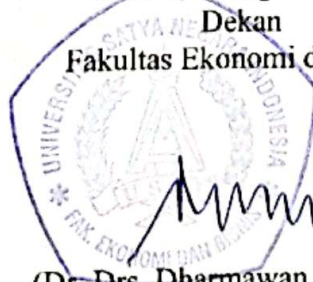
Penguji I : Dr. Guston Sitorus, SE., M.M.

Penguji II : Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Drs. Dharmawan P. Hadad, M.M.)

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

**OPTIMASI INTEGRASI KELENGKAPAN INFORMASI
DIGITAL, KEMUDAHAN MENJANGKAU, DAN ULASAN KEDAI
KOPI DALAM PROSES KEPUTUSAN PEMILIHAN KONSUMEN
DI KAWASAN WISATA PANCAWATI BOGOR**

OLEH

RA. Loretta Kartikasari
211100003

Telah disetujui dan diterima untuk memenuhi Sebagian dari persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen.

Jakarta, 15 Agustus 2025

Dosen Pembimbing I

(Dr. Guston Sitorus, SE., M.M.)

Dosen Pembimbing II

(Dr. Rustono Farady Marta, S.Sos., M.Med.Kom)

PERNYATAAN KARYA SENDIRI

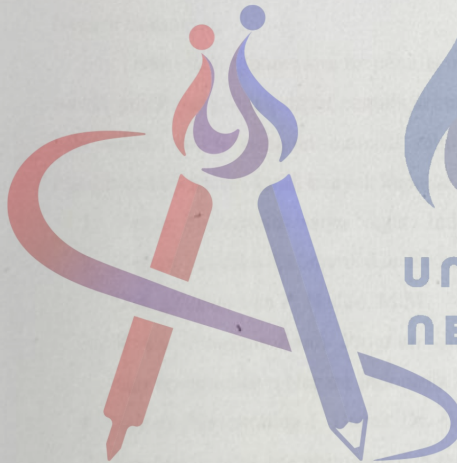
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RA. Loretta Kartikasari
NIM : 211100003
Program Studi : Magister Manajemen

Menyatakan bahwa Tesis ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh isi tesis ini menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan Tesis ini apabila melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 10 Agustus 2024

Yang menyatakan,



(RA. Loretta Kartikasari)

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

KATA PENGANTAR

وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ السَّلَامُ عَلَيْكُمْ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul " **Optimasi Integrasi Kelengkapan Informasi Digital, Kemudahan Menjangkau, dan Ulasan Kedai Kopi dalam Proses Keputusan Pemilihan Konsumen di Kawasan Wisata Pancawati Bogor**". Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materiil sehingga tesis ini dapat selesai. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Sihar Sitorus, B.S.B.A., M.B.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Drs. Dharmawan P. Hadad, M.M.
3. Ketua Program Studi Program Studi Pascasarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia Bapak/Ibu Dr. Novianti, S.E., M.M.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. Guston Sitorus, SE., M.M. yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan Tesis.
5. Dosen Pembimbing II, Bapak Dr. Rustono Frady Marta, S.Sos., M.Med.Kom yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan Tesis.
6. Orangtua, keluarga yang selalu memberikan dukungan mental dan semangat kepada penulis selama menjalani kuliah dan penelitian.

7. Rekan–rekan dilingkungan akademisi, asosiasi, industri dan kantor yang mengisi berbagai diskusi berkaitan dengan keilmuan yang saya tekuni.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan tesis ini. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran digital dan pariwisata.

Jakarta, 05 Agustus 2025

(RA. Loretta Kartikasari)



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi integrasi kelengkapan informasi digital, kemudahan menjangkau, dan ulasan kedai kopi dalam mempengaruhi proses keputusan pemilihan konsumen di Kawasan Wisata Pancawati Bogor. Desain penelitian menggunakan metode campuran (*mixed method*) dengan model *Parallel Convergent*. Populasi penelitian adalah pengunjung dan calon pengunjung kedai kopi di kawasan tersebut, dengan sampel kuantitatif sebanyak 60 responden yang dipilih melalui *stratified random sampling* dan informan kualitatif yang dipilih melalui *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linier dan analisis model Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan informasi digital, kemudahan menjangkau, dan ulasan kedai kopi secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pemilihan. Analisis statistik membuktikan ulasan menjadi faktor dominan dan prediktor paling kuat. Secara kualitatif, ditemukan konvergensi sempurna antara perspektif pengelola dan konsumen pada aspek kelengkapan informasi digital serta pengelolaan ulasan yang organik dan natural. Namun, terungkap pula adanya kesenjangan pada sistem pembelian *online*, tantangan navigasi fisik, dan kurangnya sistem proaktif untuk mendorong testimoni serta analisis kompetitor.

Kata Kunci: Integrasi Digital, Pemasaran Strategik, Keputusan Konsumen, Kedai Kopi, Pemasaran Digital

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA

ABSTRACT

This study aims to analyze the optimization of digital information completeness, accessibility, and coffee shop reviews in influencing the consumer decision-making process in the Pancawati Bogor Tourist Area. The research design uses a mixed method with a Parallel Convergent model. The research population consists of visitors and potential visitors to coffee shops in the area, with a quantitative sample of 60 respondents selected through stratified random sampling and qualitative informants selected through purposive sampling. Data analysis methods include linear regression and Miles & Huberman model analysis. The results indicate that digital information completeness, accessibility, and coffee shop reviews simultaneously and partially have a positive and significant influence on the decision-making process. Statistical analysis confirmed that reviews are the dominant factor and the strongest predictor. Qualitatively, there was perfect convergence between the perspectives of managers and consumers regarding the completeness of digital information and the organic and natural management of reviews. However, gaps were also identified in the online purchasing system, physical navigation challenges, and the lack of a proactive system to encourage testimonials and competitor analysis.

Keywords: Digital Integration, Strategic Marketing, Consumer Decisions, Coffee Shops, Digital Marketing

UNIVERSITAS SATYA
NEGARA INDONESIA