

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG DI CAFÉ ASPASIA ORCHID FOREST
CIKOLE**

**(Survei Pada Café Aspasia Orchid Forest Cikole Lembang Kabupaten
Bandung Barat)**

Oleh,

Raihan Saefulloh

215020042

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (i) Penerapan digital marketing yang dilakukan oleh Café Aspasia Orchid Forest Cikole; (ii) Tingkat minat kunjungan konsumen di Café Aspasia Orchid Forest Cikole; (iii) Pengaruh digital marketing terhadap minat kunjungan konsumen di café tersebut. Latar belakang penelitian berangkat dari pentingnya strategi pemasaran berbasis digital dalam meningkatkan daya tarik dan kunjungan pada bisnis kuliner di kawasan wisata. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Data dikumpulkan melalui angket yang diberikan kepada konsumen dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS 27 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (i) Penerapan digital marketing di Café Aspasia Orchid Forest Cikole secara umum berada pada kategori “Baik” hingga “Sangat Baik”, dengan skor tertinggi sebesar 4,14 dan skor terendah 3,50, menunjukkan efektivitas strategi namun tetap memerlukan optimalisasi pada beberapa indikator. (ii) Minat kunjungan konsumen tergolong “Baik”, dipengaruhi oleh faktor konten digital yang menarik, suasana interior yang estetik, serta promosi yang konsisten melalui media sosial. (iii) Hasil uji regresi menunjukkan nilai signifikansi $< 0,05$ dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 42,1%, yang berarti digital marketing berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan konsumen, sedangkan 57,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan agar Café Aspasia terus memperkuat kualitas konten digital dan interaksi di media sosial, sekaligus mengombinasikannya dengan pengalaman konsumen yang optimal di lokasi. Selain itu, inovasi berkelanjutan pada menu, pelayanan, dan strategi promosi offline perlu dilakukan untuk mendukung keberlanjutan minat kunjungan di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Digital Marketing, Minat Kunjungan Konsumen, Café Aspasia Orchid Forest Cikole

***THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON THE INTEREST
IN VISITING THE ASPASIA ORCHID FOREST CIKOLE CAFÉ
(Survey at the Aspasia Orchid Forest Cikole Café in Lembang, West
Bandung Regency)***

By,

Raihan Saefulloh

215020042

ABSTRACT

This study aims to examine: (i) the implementation of digital marketing at Café Aspasia Orchid Forest Cikole; (ii) the level of consumer visit interest at Café Aspasia Orchid Forest Cikole; and (iii) the influence of digital marketing on consumers' interest in visiting the café. The background of this research stems from the importance of digital-based marketing strategies in increasing customer attraction and visits to culinary businesses located in tourist areas. The study employed a quantitative approach with a survey design. Data were collected through questionnaires distributed to consumers and analyzed using simple linear regression with IBM SPSS 27 for Windows. The results reveal that: (i) the implementation of digital marketing at Café Aspasia Orchid Forest Cikole is generally in the "Good" to "Very Good" category, with the highest score of 4.14 and the lowest of 3.50, indicating an effective strategy while highlighting the need for optimization in several indicators. (ii) Consumers' visit interest falls into the "Good" category, influenced by engaging digital content, aesthetic interior design, and consistent promotions through social media. (iii) Regression analysis shows a significance value of < 0.05 with a coefficient of determination (R^2) of 42.1%, meaning that digital marketing has a significant effect on consumers' interest in visiting, while 57.9% is influenced by other factors. Based on these findings, it is recommended that Café Aspasia continue to enhance the quality of its digital content and social media engagement while combining them with optimal on-site customer experiences. Moreover, continuous innovation in menus, services, and offline promotional strategies is essential to sustain customer interest amid increasing competition in the culinary industry.

Keywords: *Digital Marketing, Consumer Visit Interest, Café Aspasia Orchid Forest Cikole*

**PANGARUH DIGITAL MARKETING KANU MINAT
NGANJANGKEUN ASPASIA Orchid Forest CIKOLE CAFÉ.
(Survei di Kafé Aspasia Orchid Forest Cikole di Lembang,
Kabupaten Bandung Barat)**

Ku,

Raihan Saefulloh

215020042

RINGKESAN

Panalungtikan ieu tujuanana pikeun nalungtik: (i) palaksanaan digital marketing di Caf  Aspasia Orchid Forest Cikole; (ii) tingkat minat kunjungan konsumen ka Caf  Aspasia Orchid Forest Cikole; jeung (iii) pangaruh digital marketing kana minat kunjungan konsumen. Latar tukang panalungtikan ieu asalna tina pentingna strategi pamasaran dumasar digital pikeun ningkatkeun daya tarik jeung kapentingan konsum n dina usaha kuliner nu aya di da rah wisata. M tode nu dipak  nya ta pendekatan kuantitatif kalayan desain survey. Data dikumpulkeun ngaliwatan kuesioner sarta dianalisis ngagunakeun r gr si linier basajan ku bantosan program IBM SPSS 27 for Windows. Hasil panalungtikan nunjukkeun y n: (i) palaksanaan digital marketing di Caf  Aspasia Orchid Forest Cikole sacara umum aya dina kategori "Had " nepi ka "Sa stuna Had ", kalayan skor pangluhurna 4,14 jeung panghandapna 3,50, ngagambarkeun strategi nu geus  p ktip tapi masih aya indikator nu kudu dioptimalkeun. (ii) Minat kunjungan konsumen aya dina kategori "Had ", dipangaruhan ku eusi digital nu narik, d sain interior nu  st tis, sarta promosi nu konsisten ngaliwatan m dia sosial. (iii) Analisis r gr si n mbongkeun nilai signifikansi < 0,05 jeung ko fisi n determinasi (R²) 42,1%, hartina digital marketing mibanda pangaruh anu signifikan kana minat kunjungan konsumen, sedengkeun 57,9% deui dipangaruhan ku faktor s j n. Dumasar kana hasil ieu, disarankeun sangkan Caf  Aspasia terus ningkatkeun kualitas eusi digital jeung interaksi dina m dia sosial bari ngagabungkeun jeung pangalaman konsum n di tempat anu optimal. Salian ti  ta, inovasi anu kontinyu dina m nu, palayanan, jeung strategi promosi offline penting pikeun ngajaga minat konsum n di tengah kompetisi usaha kuliner anu beuki ketat.

Kecap Konci: *Digital Marketing, Minat Kunjungan Konsumen, Caf  Aspasia Orchid Forest Cikole*