

DAMPAK OMNI-CHANNEL MARKETING
BERBASIS PLATFORM GINEE (*GLOBAL INTELLIGENT E-COMMERCE ENGINE*)
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KONSUMEN
PADA TOKO ONLINE SERVODIO

SKRIPSI



OLEH :

SILFA DIANA

NIM : 3121012

PROGRAM STUDI S-I ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS BAHASA DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM JOMBANG



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan ucapan Bismillahirrahmanirrahim,

Tiada kata yang pantas diucapkan selain rasa Syukur kepada Allah SWT dan ucapan Alhamdulillahirabbil'alamin. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus kepada :

1. Dr. dr. H. M. Zulfikar As'ad MMR. Selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Dr. Wiwik Maryati, S. Sos. MSM. Selaku Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan, Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang. Dan juga selaku dosen pembimbing satu, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan kepada penulis.
3. Ibu Ririn Susilawati, S. H. I., M. E. I. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis.
4. Bapak Bambang Setyobudi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing dua, yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan mengarahkan kepada penulis.
5. Seluruh Bapak Dan Ibu Dosen Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Kepada cinta pertama dan pintu surga, Bapak Muhaimin dan Ibu Lilik Farida. Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan dukungan berupa moral maupun material yang tidak terhingga sehingga penulis mampu





menyelesaikan studi sarjana hingga selesai di Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

7. Kepada saudara penulis, Achmad Nizar Habibi. Terima kasih telah menjadi adik yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada nenek tercinta, Chusnul Chotimah. Terima kasih telah memberikan begitu banyak do'a dan dukungan di setiap langkah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat-sahabat penulis yaitu Tiara, Henis, Halimah. Terima kasih telah menjadi rumah kedua bagi penulis. Terima kasih telah menjadi partner selama perkuliahan dan selalu setia menemani, memberikan semangat dan motivasi dalam hal apapun sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini bersama kalian di Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
10. Terakhir, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu penulis diriku sendiri, Silfa Diana. Terima kasih telah berusaha keras untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa kamu dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri. Rayakan kehadiranmu sebagai berkah dimanapun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu, dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

HALAMAN MOTTO

Orang-Orang Itu Telah Melupakan Bahwa Belajar Tidaklah Melulu Untuk Mengejar Dan Membuktikan Sesuatu, Namun Belajar Itu Sendiri, Adalah Perayaan Dan Penghargaan Pada Diri Sendiri.





PRAKATA

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Sholawat serta salam kami haturkan kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan fikiran penulis mampu untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “Dampak *Omni-Channel Marketing* Berbasis Platform Ginee (*Global Intelligent E-Commerce Engine*) Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Konsumen Pada Toko Online Servodio” sebagai wujud tanggung jawab penulis yang telah menempuh Pendidikan di program studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Penulisan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik dan lancar tanpa adanya bantuan dan Kerjasama dari pihak terkait. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, memberi dukungan dan bimbingan sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari penelitian ini tidak akan luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi bidang Pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikemangkan lagi lebih lanjut.

Jombang, 29 Mei 2025

Penulis

ABSTRAK

DAMPAK *OMNI-CHANNEL MARKETING* BERBASIS PLATFORM GINEE (*GLOBAL INTELLIGENT E-COMMERCE ENGINE*) DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KONSUMEN PADA TOKO ONLINE SERVODIO; Silfa Diana; 3121012; 90 Halaman ; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

Omni-channel marketing merupakan strategi pemasaran modern yang mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi dan distribusi untuk menciptakan pengalaman konsumen yang konsisten dan mulus. Strategi ini semakin relevan di era digital, terutama dengan maraknya penggunaan e-commerce dan meningkatnya tuntutan konsumen terhadap layanan yang cepat, akurat, dan personal. Platform Ginee sebagai salah satu alat pendukung strategi ini menawarkan berbagai fitur unggulan seperti master produk dan sinkronisasi stok real-time untuk menjawab tantangan operasional toko online.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi omni-channel marketing berbasis platform Ginee berdampak terhadap manajemen stok dan kualitas layanan konsumen di Toko Online Servodio. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan triangulasi terhadap pemilik dan konsumen Servodio. Lokasi penelitian berfokus di Mojokerto, Jawa Timur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Ginee mampu meningkatkan efisiensi manajemen stok, mengurangi risiko overselling, serta mempercepat proses pengiriman. Selain itu, kepuasan konsumen meningkat





karena pelayanan menjadi lebih responsif, akurat, dan terintegrasi. Dengan demikian, platform Ginee terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas layanan konsumen dan loyalitas terhadap toko online Servodio..

Kata Kunci: Omnichannel Marketing, Ginee, E-Commerce, Kualitas Layanan

ABSTRACT

THE IMPACT OF GINEE (GLOBAL INTELLIGENT E-COMMERCE ENGINE)-BASED OMNI-CHANNEL MARKETING IN IMPROVING CUSTOMER SERVICE QUALITY AT THE SERVODIO ONLINE STORE, Silfa Diana; 3121012; 90 Pages; Business Administration Study Program; Faculty of Business, Languages, and Education; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum

Omni-channel marketing is a modern marketing strategy that integrates various communication and distribution channels to create a consistent and seamless customer experience. This strategy has become increasingly relevant in the digital era, particularly with the rise of e-commerce and growing customer demands for fast, accurate, and personalized service. Ginee, as one of the supporting platforms for this strategy, offers various advanced features such as master product management and real-time stock synchronization to address operational challenges in online retail.

This study aims to examine how the implementation of omni-channel marketing strategies using the Ginee platform affects inventory management and service quality at the Servodio online store. The research used a qualitative approach with data collection techniques including observation, in-depth interviews, documentation, and triangulation with the owner and customers of Servodio. The study was conducted in Mojokerto, East Java.

The findings reveal that the use of Ginee significantly improves inventory efficiency, reduces the risk of overselling, and accelerates the delivery process. Furthermore, customer satisfaction increased as services became more responsive, accurate, and integrated. Therefore, the Ginee platform has proven to have a



positive impact on enhancing customer service quality and fostering customer loyalty at the Servodio online store.

Keywords: Omni-Channel Marketing, Ginee, E-Commerce, Service Quality



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERNYATAAN	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Manajemen Pemasaran	18
2.2.2 <i>Omnichannel Marketing</i>	20
2.2.3 Platform Ginee	23
2.2.4 Kualitas Layanan.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
Study Empiris	31





Study Teoritis	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Penetapan Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Fokus Penelitian.....	33
3.4 Pemilihan Informan.....	33
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1 Observasi.....	34
3.5.2 Wawancara.....	34
3.5.3 Dokumentasi	35
3.5.4 Trianggulasi	35
3.6 Teknik Analisa Data.....	36
BAB IV.....	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Penyajian Data	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.2 Struktur Organisasi	46
4.2 Data Fokus Penelitian.....	51
4.3 Data Hasil Wawancara	52
4.4 Analisis Data	58
4.5 Interpretasi Data.....	61
4.5.1 Perbandingan dengan penelitian terdahulu.....	61
4.6 Keterbatasan dan Penelitian yang akan datang	62
BAB V.....	64
PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

tabel 4. 1 Daftar Dan Harga Produk Servodio	44
Tabel 4. 2 Daftar Beberapa Pelanggan Servodio Yang Berbelanja Dari Tahun 2022-2025	45
Tabel 4. 3 Data Informan Penelitian	51
Tabel 4. 4 Data Triangulator Penelitian	52





HALAMAN PERSETUJUAN
DAMPAK OMNI-CHANNEL MARKETING
BERBASIS PLATFORM GINEE (GLOBAL INTELLIGENT E-COMMERCE ENGINE)
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KONSUMEN
PADA TOKO ONLINE SERVODIO

Oleh :

Silfa Diana

NIM : 3121012

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing.

Dosen Pembimbing I,

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos.,M.SM

Dosen Pembimbing II,

Bambang Setyobudi, S.E.,M.M.

Mengetahui,

Ketua Program Studi :




Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I



HALAMAN PENGESAHAN
DAMPAK OMNI-CHANNEL MARKETING
BERBASIS PLATFORM GINEE (GLOBAL INTELLIGENT E-COMMERCE ENGINE)
DALAM UPAYA MENINGKATKAN KUALITAS LAYANAN KONSUMEN
PADA TOKO ONLINE SERVODIO

Oleh :

Silfa Diana

Nim : 3121012

Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal Bulan Tahun
2025 dan dinyatakan LULUS.

Majelis penguji :

Ketua Penguji,

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., MSM

Penguji I,

M. Imsin., S.E., MP 25/25

Penguji II,

Aizun Najih, S.Psi. M.Kom

Mengetahui,

Dean Fakultas Bisnis, Bahasa, Dan Pendidikan

Dr. Wiwik Maryati, S.Sos., MSM



LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Silfa Diana

Nim : 3121012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Dampak Omni-Channel Marketing Berbasis Platform Ginee (Global Intelligent E-Commerce Engine)* Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Layanan Konsumen Pada Toko Online Servodio adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya didalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 29 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,

