

## ABSTRAK

Annisa Kartika Putri 2023. Pengaruh Pemasaran *Online* dan *Offline* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Jaya Bakery 15A Kota Metro (Studi Pada Konsumen Jaya Bakery di Kota Metro). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi S1 Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E. M.M.

Penelitian ini dilakukan di Toko Jaya Bakery 15A Kota Metro. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menginterpretasikan variabel independen dan dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran secara *online* dan *offline* terhadap minat beli konsumen pada konsumen Jaya Bakery di Kota Metro dengan menggunakan 50 responden sebagai sampel penelitian dan teknik penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat analisis, uji hipotesis melalui regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemasaran *online* berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa tertarik terhadap pemasaran *online* yang dilakukan oleh Jaya Bakery. Hasil pengujian hipotesis mengenai hubungan variabel pemasaran *offline* terhadap minat beli konsumen diperoleh bahwa pemasaran *offline* berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dari hasil pengujian hipotesis secara simultan hubungan variabel pemasaran *online* dan pemasaran *offline* terhadap minat beli konsumen diperoleh hasil bahwa pemasaran *online* dan pemasaran *offline* berpengaruh secara bersamaan terhadap minat beli konsumen pada toko Jaya Bakery.

**Kata Kunci :** pemasaran *online*, pemasaran *offline*, minat beli konsumen