

**PENGARUH PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO JAYA BAKERY 15A KOTA METRO
(STUDI PADA KONSUMEN JAYA BAKERY DI KOTA METRO)**

SKRIPSI



**OLEH
ANNISA KARTIKA PUTRI
NPM. 19610164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO**

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)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana**

**Oleh :
ANNISA KARTIKA PUTRI
NPM. 19610164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2023**

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

ABSTRACT

Annisa Kartika Putri 2023. The Influence of Online and Offline Marketing on Consumer Purchase Interest at Jaya Bakery 15A Stores, Metro City (Study on Jaya Bakery Consumers in Metro City). Faculty of Economics and Business Management Study Program Muhammadiyah Metro University. Advisor (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. (2) Fitriani, S.E. M.M.

This research was conducted at Toko Jaya Bakery 15A Metro City. This research is quantitative by interpreting the independent and dependent variables. This study aims to determine the effect of online and offline marketing on consumer buying interest in Jaya Bakery consumers in Metro City by using 50 respondents as a research sample and the technique of finding samples using accidental sampling. The data analysis method used is a quantitative analysis method including validity test, reliability test, analysis prerequisite test, hypothesis testing through multiple linear regression, t test, f test and coefficient of determination test (R²). The results of the study show that online marketing variables affect consumer buying interest. It can be concluded that customers feel attracted to online marketing carried out by Jaya Bakery. The results of testing the hypothesis regarding the relationship between offline marketing variables and consumer interest show that offline marketing has an effect on consumer interest. From the results of testing the hypothesis simultaneously on the relationship between online marketing and offline marketing variables on consumer buying interest, the results show that online marketing and offline marketing simultaneously influence consumer buying interest at the Jaya Bakery store.

Keywords: online marketing, offline marketing, consumer buying interest

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**PENGARUH PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO JAYA BAKERY 15A KOTA METRO
(STUDI PADA KONSUMEN JAYA BAKERY DI KOTA METRO)**

ANNISA KARTIKA PUTRI

NPM: 19610164

Telah disetujui oleh:

**Metro, Mei 2023
Pembimbing I**



**Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901**

Pembimbing II



**Fitriani, S.E., M.M.
NIDN. 0206068604**

Kaprodi S1 Manajemen



**Nani Septiana, S.E., M.M.
NIDN. 0220098901**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PEMASARAN *ONLINE* DAN *OFFLINE* TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO JAYA BAKERY 15A KOTA METRO
(STUDI PADA KONSUMEN JAYA BAKERY DI KOTA METRO)

ANNISA KARTIKA PUTRI

NPM. 19610164

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji,
Pada Tanggal 19 Mei 2023

Tim Penguji


Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M., Penguji I


Fitriani, S.E., M.M., Penguji II


Ratmono, S.E., M.M., Penguji Utama

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. Suwanto, S.E., M.M.
NIDN. 0219036801

MOTTO

“Jangan biarkan kesulitanmu menguasaimu, percayalah bahwa ini malam yang gelap dan hari yang cerah akan datang. Karena sesungguhnya dengan kesulitan akan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

(Imam Syafi'i)

“Kamu ngga harus menjadi seseorang yang hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai untuk menjadi hebat.”

(Annisa Kartika Putri)

PERSEMBAHAN

Kedua Orang Tua Tercinta

Untuk Alm. Papa Setia Budi terima kasih atas kasih sayang selama ini yang tak terlihat dengan ucapan namun dapat dirasakan, keperdulian serta candaan yang kini menjadi hal yang sangat dirindukan. Sekarang papa sudah tidak merasakan sakit lagi dan bahagia di surga-Nya Allah SWT. Untuk Mama Yuniati yang telah melahirkan dan membesarkan dengan senyum serta kesabaran yang sangat kukagumi, sosok teman yang dapat menjadi tempat curahan hati, menjadi tempatku berpegang atas rasa hidup, dan penguat dikala rasa ingin menyudahi hidup sering terlintas dibenak. Terima kasih orang tuaku karena hingga detik ini masih bertahan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi dan membuat kalian bangga atas perjuangan panjang ini.

Saudara Tersayang

Untuk Kakak tersayangku satu-satunya Reza Adi Pratama terima kasih karena telah menjadi kakak sekaligus memerankan sosok Ayah setelah Alm. Papa tiada, telah membantu dalam membiayai semua kebutuhan selama perkuliahan ini tanpa rasa keluh dan tetap menyemangatiku hingga detik ini. Terima kasih karena kakak sudah berhasil bertahan hidup dengan keadaan rumit dan cobaan yang bertubi-tubi. Aku harap kakak selalu diberi kesehatan serta kemudahan dalam hal apapun untuk masa depan. Untuk Bergita Novilan, Irma Arfiana dan Niken Indri Astuti terima kasih telah menjadi sahabat sekaligus keluarga sejak awal pertemuan kita di bangku perkuliahan yang selalu memberikan dorongan serta dukungan dalam hal apapun yang menurut kalian baik serta selalu bersedia mendengarkan keluh kesahku.

Almamater Tercinta Universitas Muhammadiyah Metro

Skripsi ini saya persembahkan untuk Almamater tercinta Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran *Online* dan *Offline* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Jaya Bakery 15A Kota Metro (Studi pada Konsumen Jaya Bakery di Kota Metro)”**. Adapun penulisan dari skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M. Pd. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwanto, S.E., M.M. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M. Selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM Metro serta Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
4. Fitriani, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang perlu dibenahi dalam skripsi ini. Adapun kelebihan dan kekurangan yang dapat disampaikan baik sebagai kritik maupun saran kepada penulis, akan penulis terima sebagai koreksi agar lebih baik lagi. Penulis juga berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Metro, Mei 2023



Annisa Kartika Putri

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Annisa Kartika Putri

Npm : 19610164

Prodi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pemasaran *Online* dan *Offline* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Jaya Bakery 15A Kota Metro (Studi Pada Konsumen Jaya Bakery di Kota Metro)”** adalah benar hasil karya tulis saya sendiri dan tidak merupakan plagiat karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Semua sumber data dan informasi yang saya gunakan dan saya peroleh dalam skripsi saya ini telah saya nyatakan dengan jelas dan benar apa adanya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Apabila dikemudian hari pernyataan ini tidak benar saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas.

Metro, 8 Mei 2023



Annisa Kartika Putri
NPM. 19610164



**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 94/II.3.AU/F/UPI-UK/2023

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : ANNISA KARTIKA PUTRI
NPM : 19610164
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PENGARUH PEMASARAN ONLINE DAN OFFLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO JAYA BAKERY 15A KOTA METRO (STUDI PADA KONSUMEN JAYA BAKERY DI KOTA METRO)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamspaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 05 Juni 2023
Kepala Unit,

Dr. Eko Susanto, M.Pd., Kons.
NIDN. 0213068302

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: help@upi.ummetro.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Dan Perumusan Masalah.....	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	8
BAB II. KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Manajemen	10
2. Manajemen Pemasaran	12
3. Pemasaran <i>Online</i>	15
4. Pemasaran <i>Offline</i>	17
5. Minat Beli Konsumen	19
B. Penelitian Relevan.....	20
C. Kerangka Pemikiran	24

D. Hipotesis Penelitian	25
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian	27
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	27
C. Metode Penelitian	27
D. Populasi dan Sampel Penelitian	29
1. Populasi	29
2. Sampel.....	29
E. Sumber Data.....	30
1. Data Primer.....	30
2. Data Sekunder.....	30
F. Teknik Pengumpulan Data.....	30
G. Instrumen Penelitian	31
H. Uji Instrumen Penelitian	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	32
I. Uji Asumsi Klasik	33
1. Uji Normalitas	33
2. Uji Linieritas	33
3. Uji Homogenitas	33
J. Pengujian Hipotesis	34
1. Analisis Regresi Berganda.....	34
2. Uji t	34
3. Uji f	35
4. Uji Koefisien Determinan (R^2)	35
5. Hipotesis Statistik.....	36
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	37
1. Sejarah Jaya Bakery	37
2. Visi, Misi dan Motto	37
3. Struktur Organisasi.....	38
B. Pengujian Hasil Angket.....	38
1. Uji Validitas	38
2. Uji Reliabilitas.....	39
C. Hasil Penelitian	39
1. Deskripsi Data	39
D. Uji Asumsi Klasik	43

1. Uji Normalitas	43
2. Uji Linieritas	44
3. Uji Homogenitas	46
E. Uji Hipotesis.....	46
1. Analisis Linear Regresi Berganda	46
2. Uji t.....	47
3. Uji f.....	48
4. Uji Koefisien Determinan (R^2)	48
F. Uji Hipotesis Statistik	49
G. Pembahasan	50

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	52
B. Saran	52

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Relevan.....	21
Tabel 2. Alternatif Jawaban	30
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen.....	31
Tabel 4. Frekuensi Skor Pemasaran <i>Online</i> (X1)	40
Tabel 5. Frekuensi Skor Pemasaran <i>Offline</i> (X2)	41
Tabel 6. Frekuensi Skor Minat Beli Konsumen (Y)	42
Tabel 7. Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 8. Hasil Uji X1 Terhadap Y	45
Tabel 9. Hasil Uji X2 Terhadap Y	45
Tabel 10. Hasil Uji Homogenitas	46
Tabel 11. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
Tabel 12. Hasil Uji Simultan (f)	48
Tabel 13. Hasil Koefisien Determinan (R ²)	49
Tabel 14. Hasil pengujian signifikan pemasaran <i>online</i> terhadap minat beli konsumen.....	49
Tabel 15. Hasil pengujian signifikan pemasaran <i>offline</i> terhadap minat beli konsumen.....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Sosial Media Paling Diminati di Indonesia.....	2
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3. Histogram Variabel Pemasaran <i>Online</i> (X1)	40
Gambar 4. Histogram Variabel Pemasaran <i>Offline</i> (X2)	41
Gambar 5. Histogram Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	42
Gambar 6. Hasil Uji Normalitas Pendekatan P-Plot.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian	57
2. Data karakteristik responden	61
3. Data Mentah tabulasi responden	63
4. Data Matang Hasil jawaban responden setelah uji validitas	67
5. Rekapulasi hasil uji validitas dan reliabilitas.....	71
6. Hasil Uji Normalitas	77
7. Hasil Uji Linieritas	78
8. Hasil Uji Homogenitas	78
9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
10. Hasil Uji T	79
11. Hasil Uji F	79
12. Hasil Koefisien Determinan (R ²)	80
13. Tabel T Product momen Pada Sig 0.05.....	80
14. Tabel T	81
15. Tabel L.df1/df1	83