

## ABSTRAK

Judul : **Pengaruh Pemasaran *Online* dan Pemasaran *Offline* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada *Coffeeshop* Beli Kopi Kota Kediri**  
Penelitian :  
Dosen Pembimbing : Dra. Indah Listyani, M.M  
: Brahma Wahyu K, SE.,  
M.Pd  
Nama Mahasiswa : Tri Bagus Satria  
NPM : 20.13021.0301

### Abstaksi

Penelitian ini dilakukan di *coffee shop* Beli Kopi Kota Kediri cabang ke - 10. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pemasaran *online* dan *offline* terhadap minat beli konsumen dengan *marketing mix* sebagai indikator dari kedua variabel independen. Jumlah sampel 120 responden dengan teknik *insidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik dan uji hipotesis berupa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R<sup>2</sup>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pemasaran *online* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen secara parsial, variabel pemasaran *offline* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen secara parsial, serta variabel pemasaran *online* dan pemasaran *offline* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli konsumen secara simultan.

Kata kunci : Pemasaran *Online*, Pemasaran *Offline*, Minat Beli