

ABSTRAK

Mabiftah Musdalifah. 105251105118. Analisis Perbandingan Strategi Pemasaran Jual Beli Offline dan Online untuk Kepuasan Konsumen (Studi Objek Pasar Terong Makassar). Dibimbing Oleh Dr. Ir. H. Muchlis Mappangaja, Mp. dan Fakhruddin Mansyur, S.E.I., M.E.I

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif, yang dilakukan di Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk perbandingan strategi pemasaran dalam jual online dan offline (Studi objek Pasar Terong Makassar). Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu X1 Online X2 Offline dan Y Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.

Total sampel pada penelitian ini berjumlah 80 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner atau angket. Selanjutnya data yang diperoleh tersebut kemudian diolah menggunakan metode Partial Least Square (PLS) yaitu metode berbasis keluarga regresi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel offline memiliki pengaruh signifikan karna nilai $t_{hitung} = 4,541435 >$ dari $t_{tabel} = 1,96$ terhadap variabel kepuasan konsumen Variabel offline memiliki pengaruh signifikan dengan nilai $t_{hitung} = 5,433304 >$. dari $t_{tabel} = 1,96$ terhadap variabel online. Sedangkan variabel online berpengaruh signifikan dengan nilai $t_{hitung} = 3,269864 >$ dari $t_{tabel} = 1,96$ variabel kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Online, Offline dan Kepuasan Konsumen