

RINGKASAN

Dwi Rezkhy Adiputra (08320160060). Komparasi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Minuman Kopi secara *Offline* dan *Online* di Kota Makassar (Studi Kasus pada *Coffee Shop* “JJ” di BTP Kec. Tamalanrea). Dibawah bimbingan Ibu St. Rahbiah Busaeri dan Ibu Nurliani.

Sulawesi Selatan memiliki potensi dalam pengembangan kopi di Kawasan Indonesia Timur. Penyajian kopi di Kota Makassar banyak dilakukan pada kedai kopi atau biasa juga disebut *Coffee Shop* yang sering dicari oleh banyak kalangan masyarakat terutama kalangan anak muda atau milineal. Kemunculan *Coffee Shop* yang sukses membuat pelaku usaha banyak yang terinspirasi dan mulai mengembangkan usaha *Coffee Shop*.

Tujuan Penelitian ini 1) Mengetahui jenis produk, harga dan jumlah pembelian. 2) Mengatahui sistim pemasaran secara *Offline* dan *Online*. 3) Menganalisis tingkat perilaku konsumen dalam minuman kopi secara secara *offline* dan *online*. 4) Menganalisis komparasi perilaku konsumen dalam pembelian minuman kopi secara *offline* dan *online*. Analisis data yang digunakan pada pnelitian ini adalah analisis kuantitatif dan analisis *Mann whitney U-test* dengan menggunakan metode Skala Likert yang diambil melalui responden sebagai alat ukur. Populasi dan sampel pada penelitian sebanyak 60 responden.

Hasil Penelitian ini 1) *Coffee Shop* “JJ” memiliki beberapa varian minuman kopi yang ditawarkan yaitu, Kopi Susu, *Double Shaken Senja*, *Americano*, *Latte*, *Vanilla Latte*, *Pandan Latte*, *Caramel Latte*, *Hezelnut latte*, *Caramel Macchiato*. Rata-rata harga minuman *Coffee Shop* “JJ” sebesar Rp 26.000,-. Rata-rata penjualan *Offline* sebesar 34 *cup*/bulan dan penjualan *Online* sebesar 82 *cup*/bulan. 2) Sistim pemasaran *Offline* yang dilakukan *Coffee Shop* “JJ” pada umumnya memajang *banner* promosi produk, promo harga, paket produk di pintu masuk atau bagian pemesanan. Sedangkan sistim pemasaran *Online* menggunakan *social media*, *Gofood*, *Grabfood*, serta aplikasi yang di kembangkan *Coffee Shop* “JJ”. 3) Perilaku konsumen *Coffee Shop* “JJ” dalam pembelian minuman kopi secara *Offline* berada pada kategori **Cukup Baik** dengan total skor **946** dan pembelian minuman kopi secara *Online* pada kategori **Cukup Baik** dengan total skor **1.097**. 4) Analisis statistik Uji *Mann Whitney U-*

Test menunjukkan Mean *Rank* pada pembelian secara *Offline* sebesar 17,75 lebih rendah dari pembelian secara *Online* sebesar 43,25. Hal ini menunjukkan nilai rata-rata peringkat pembelian secara *Offline* lebih rendah dari pada nilai peringkat pembelian secara *Online*. Secara statistik terdapat perbedaan yang signifikan pada perilaku konsumen dalam pembelian minuman kopi secara *Offline* dan *Online*.

Kata Kunci: perilaku konsumen, *coffee shop*, pemasaran *offline*, pemasaran *online*, *man- whitney*