

**ANALISIS MINAT PEMBELIAN DARI PELANGGAN TOKO
DARING DAN PELANGGAN TOKO LURING
(STUDI GENERASI Z DI JAKARTA)**

WANNA MELANIE VANESHA

1702521023



**Skripsi ini disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Terapan Pemasaran Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM SARJANA TERAPAN PEMASARAN DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

2025

**ANALYSIS OF PURCHASING INTENTION FROM ONLINE
STORE CUSTOMERS AND OFFLINE STORE CUSTOMERS
(STUDY OF GENERATION Z IN JAKARTA)**

**WANNA MELANIE VANESHA
1702521023**



*This Thesis was Prepared as One of the Requirements for obtain a Bachelor's
Degree of Digital Marketing at Faculty of Economics and Business State
University of Jakarta*

**BACHELOR'S DEGREE DIGITAL MARKETING STUDY
PROGRAM FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINNES
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

2025

ABSTRAK

WANNA MELANIE VANESHA. Analisis Minat Pembelian dari Pelanggan Toko Daring dan Pelanggan Toko Luring (Studi Generasi Z di Jakarta). Skripsi, DKI Jakarta: Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Tim Pembimbing: Dr. Edo Siregar, S.E., M.B.A dan Shandy Aditya BIB., MPBS.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh minat pembelian terhadap perilaku pembelian dari pelanggan Toko Daring dan pelanggan Toko Luring di Jakarta. Dalam era digitalisasi yang semakin pesat, perubahan perilaku konsumen dalam berbelanja, baik secara daring maupun luring, menimbulkan tantangan bagi pelaku bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif Toko Daring dan pelanggan Toko Luring di Jakarta. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan *software* SPSS (*Stastical Program for Social Sciene*). Hasil analisis menunjukkan bahwa minat pembelian baik Toko Daring maupun Toko Luring memiliki pengaruh lebih dominan pada *customer* Toko Daring, yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan akses pada aksesibilitas, variasi produk, dan promosi daring sangat berpengaruh dalam menarik minat beli. Sebaliknya, pelanggan Toko Luring lebih dipengaruhi oleh pengalaman langsung dan interaksi sosial saat berbelanja. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis untuk merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan karakteristik dan preferensi masing-masing segmen konsumen.

Kata Kunci: Toko luring, Toko daring, minat beli, aksesibilitas, prefrensi sosial

ABSTRACT

WANNA MELANIE VANESHA. *Analysis of Purchase Interest from Online Store Customers and Offline Store Customers (Generation Z Study in Jakarta).* Thesis, DKI Jakarta: Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University. Advisory Team: Dr. Edo Siregar, S.E., M.B.A and Shandy Aditya BIB., MPBS

This study aims to analyze the influence of purchase interest on the purchasing behavior of online store customers and offline store customers in Jakarta. In the era of increasingly rapid digitalization, changes in consumer behavior in shopping, both online and offline, pose challenges for business actors. This study uses a quantitative approach with a survey design, where data is collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are active users of online stores and offline store customers in Jakarta. The collected data were analyzed using SPSS (Statistical Program for Social Science) software. The results of the analysis show that purchase interest in both online and offline stores has a more dominant influence on online store customers, which shows that factors such as ease of access to accessibility, product variety, and online promotions are very influential in attracting purchase interest. Conversely, offline store customers are more influenced by direct experience and social interaction when shopping. This study provides insight for business actors to formulate more effective marketing strategies, taking into account the characteristics and preferences of each consumer segment.

Keywords: *Offline store, Online store, purchase interest, accessibility, social preferences*

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Pernyataan Bebas Plagiat

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wanna Melanie Vanesha

NIM : 1702521023

Program Studi : D4 Pemasaran Digital

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "Analisis Minat Pembelian dari Pelanggan Toko Daring dan Pelanggan Toko Luring (Studi Generasi Z di Jakarta)" ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Oleh karena itu, terkait sumber informasi yang telah saya kutip ini disebutkan dalam teks lalu dicantumkan pada daftar pustaka.

Saya membuat surat ini dalam keadaan sadar dan tidak dalam pengaruh dari pihak manapun. Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya.

Jakarta, 27 Mei 2025
Yang membuat pernyataan

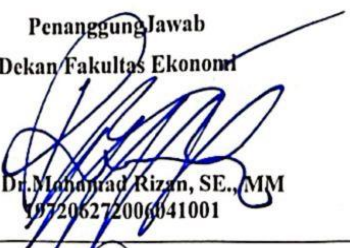
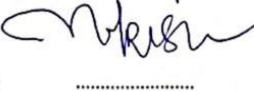


Wanna Melanie Vanesha

NIM. 1702521023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Prof. Dr. Mahanrad Rizan, SE., MM 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D 197412212008121001 (Ketua)		19/06/2025
2	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A, CHRP 199111022022032013 (Sekretaris)		19/06/25
3	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA 199107022023211023 (Penguji Ahli)		19/06/25
4	M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A 197201252002121002 (Pembimbing 1)		19/06/25
5	Shandy Aditya, BIB., MPBS 198404082019031003 (Pembimbing 2)		23/06/25
Nama : Wanna Melanie Vanesha No. Registrasi : 1702521023 Program Studi : D4 Pemasaran Digital Tanggal Lulus : 27 Mei 2025			

F072020

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wanna Melanie Vanesha

NIM : 1702521023

Fakultas/Prodi : Ekonomi/ Pemasaran Digital

Alamat email : wannamelaniev@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Analisis Minat Pembelian dari Pelanggan Toko Daring dan Pelanggan Toko Luring (Studi Generasi Z di Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juni 2025

Penulis

(Wanna Melanie Vanesha)

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Minat Pembelian Dari Pelanggan Toko Daring Dan Pelanggan Toko Luring (Studi Generasi Z Di Jakarta)”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu proses peneliti dalam meraih gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Program Studi D4 Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan skripsi ini tidak dapat diraih tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan rasa terimakasih yang mendalam kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. Andi Muhammad Sadat, SE., M.Si., Ph.D selaku Koordinator Program Studi D4 Pemasaran Digital yang telah banyak membantu peneliti, serta memberikan *support* dan memfasilitasi mahasiswa Pemasaran Digital selama penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Edo Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan dukungan, waktu, arahan, motivasi, dan pemikiran selama penyusunan skripsi berlangsung sehingga membantu peneliti untuk lulus lebih cepat.
4. Shandy Aditya BIB., MPBS. selaku dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan dukungan, waktu, arahan, motivasi, dan pemikiran selama penyusunan skripsi berlangsung

5. Papa Zon tersayang dan Mama Esdina Tercinta yang telah mendidik, membiayai, membimbing, dan harta sesungguhnya yang peneliti punya. Terimakasih atas segala pengorbanan serta doa yang telah engkau panjatkan sehingga peneliti bisa menyelesaikan pendidikan dengan baik.
6. Terimakasih kepada sahabat terbaik selama perkuliahan Islamia Ahsaina, Bella Amaliah, Putri Indah, Shafira Nur Aisyah, dan Dian Ayu yang telah banyak membantu peneliti serta selalu memberikan afirmasi positif.
7. Terimakasih kepada sahabat rasa keluarga di perantauan yang telah memberikan dukungan dan hiburan selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi yaitu Bella Amaliah selaku *room mate*, Alifia Aduba, dan Nadiva Aulia
8. Terimakasih kepada sahabat dari sejak saya magang yang telah memberikan dukungan selama saya menyelesaikan penyusunan skripsi ini yaitu Gabriella Febrina, Netanya Abigail, dan Gregorius Panggabea
9. Terakhir, kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Fahrizal Zainal. Terimakasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan