ABSTRACT

Online purchasing systems and offline purchasing systems are tools used by the people in purchasing products. Online purchase is a form of percentage and promotion, marketing of goods and services using certain media such as newspapers, magazines, radio, television, billboards, brochures, social media, internet and others, while offline purchase is a situation when a seller offer / sell product products directly to consumers (both individual consumers and businesses). So, these two transaction systems will make a good relationship in the minds of the people. Interests arising from within the consumer will influence the increase in the number of purchasing, because it will increase consumer purchasing decisions to buy goods. The main objective of this study is to determine the effect of the difference between online purchase and offline purchase of consumer buying interest in purchasing decisions. This research was conducted with quantitative methods using questionnaires. The population in this study was the people of the city of Yogyakarta who had made purchases online and offline at the 3Second company. The number of respondents from this study were 100 respondents. Data analysis technique used by using PLS software. The results of this study show that offline purchasing system has a greater effect than online purchasing system on consumer interest in creating decisions.

Keywords : *online purchasing systems, offline purchasing systems, consumer buying interest, and purchasing decisions.*

ABSTRAK

Sistem pembelian *online* dan sistem pembelian *offline* adalah alat yang digunakan masyarakat dalam melakukan pembelian produk. Pembelian secara *online* adalah bentuk persentase dan promosi, pemasaran barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur, sosial media, *internet* dan lain-lain, sedangkan pembelian secara *offline* adalah situasi ketika seorang penjual menawarkan/menjual produk produknya secara langsung kepada konsumen (baik konsumen perorangan maupun bisnis). Jadi, kedua sistem transaksi ini akan membuat hubungan yang baik dalam pikiran masyarakat. Minat yang timbul dari dalam diri konsumen akan berpengaruh dalam peningkatan jumlah pembelian, karena akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk membeli barang. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perbedaan antara pembelian secara *online* dan pembelian secara *offline* terhadap minat beli konsumen pada keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan Kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Yogyakarta yang pernah melakukan transaksi pembelian *online* dan *offline* di perusahaan *3Second*. Jumlah responden dari penelitian ini sejumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakandengan menggunakan *software* PLS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sistem pembelian secara *offline* berpengaruh lebih besar dibandingkan dengan sistem pembelian secara *online* terhadap minat konsumen dalam menciptakan keputusan.

Kata kunci : Sistem pembelian *online,* sistem pembelian *offline*, minat belikonsumen, dan keputusan pembelian.