

**UJI BEDA PENGARUH PENGGUNAAN SALURAN  
DISTRIBUSI *OFFLINE* DAN *ONLINE* TERHADAP MINAT  
BELI PRODUK MILKY MALTY**



OLEH :  
NEILLEN YANG  
1723018004

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2021

UJI BEDA PENGARUH PENGGUNAAN SALURAN DISTRIBUSI  
*OFFLINE* DAN *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
MILKY MALTY

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Binis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

NEILLEN YANG

1723018004

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA

2021

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neillen Yang  
NRP : 1723018004  
Judul Skripsi : Uji Beda Pengaruh Penggunaan Saluran Distribusi  
*Offline* dan *Online* Terhadap Minat Beli Produk Milky  
Malty

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 19 November 2021  
Yang Menyatakan,



Neillen Yang  
NRP 1723018004

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neillen Yang  
NRP : 1723018004  
Judul Skripsi : Uji Beda Pengaruh Penggunaan Saluran Distribusi  
*Offline* dan *Online* Terhadap Minat Beli Produk Milky  
Malty

Menyetujui skripsi saya untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian persyaratan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 November 2021  
Yang Menyatakan,



Neillen Yang  
NRP 1723018004

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

UJI BEDA PENGARUH PENGGUNAAN SALURAN DISTRIBUSI  
*OFFLINE* DAN *ONLINE* TERHADAP MINAT BELI PRODUK  
MILKY MALTY

Oleh:

Neillen Yang  
1723018004

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

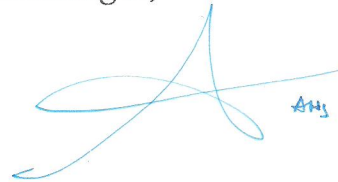
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Diyah Tulipa, S.E., M.M.  
Tanggal: 19 November 2021

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M.  
Tanggal: 19 November 2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Neillen Yang      NRP: 1723018004  
Telah diuji pada tanggal 01 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji

Ketua Tim Penguji,

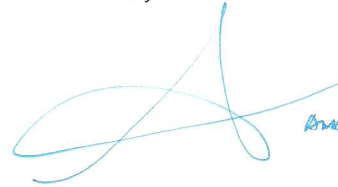


Dr. Diyah Tulipa, S.E., M.M.

Mengetahui:

Dekan  
  
Dr. Diyah Tulipa, S.E., M.M.  
NIK. 172.02.0543

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M.  
NIK. 172.18.0997

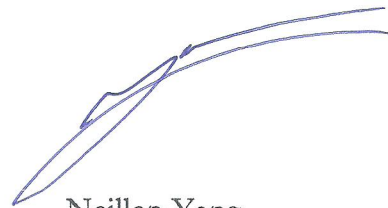
## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan penyertaan-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penelitian tugas akhir berjudul “Uji Beda Penggunaan Saluran Distribusi *Offline* dan *Online* Terhadap Minat Beli Produk Milky Malty” dibuat oleh peneliti dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Kewirausahaan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, banyak pihak yang telah membantu serta mendukung peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, peneliti dengan segala kerendahan hati ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing I saya yang telah meluangkan banyak sekali tenaga, waktu, dan pikiran dalam membimbing peneliti .
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E. M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah meluangkan banyak tenaga, waktu, dan pikiran dalam membimbing peneliti .
3. Segenap Dosen Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah membagikan banyak ilmu dan pengetahuan selama masa studi peneliti.
4. Ibu Peneliti, Linda, yang selalu mendukung apapun yang peneliti lakukan dan selama ini telah berjuang membesarkan peneliti tanpa pamrih.
5. Anggota keluarga lain yang juga telah memberikan dukungan kepada peneliti, baik secara jasmani maupun rohani.
6. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas doa dan dukungannya.

Surabaya, 19 November 2021  
Yang Menyatakan,



Neillen Yang  
NRP 1723018004

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Ruang Lingkup.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1. Manfaat Akademis.....	6
1.5.2. Manfaat Praktis.....	6
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	10
2.2.1. Saluran Distribusi <i>Offline</i> .....	10
2.2.2. Saluran Distribusi <i>Online</i> .....	11
2.2.3. Minat Beli.....	12
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	12
2.4. Kerangka atau Model Konseptual.....	13
2.5. Hipotesis.....	14
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	15
3.2. Obyek Penelitian.....	15
3.3. Populasi dan Sampel.....	15
3.3.1. Populasi.....	15
3.3.2. Sampel.....	15
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	16



3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	16
3.5.1. Variabel Penelitian.....	16
3.5.2. Definisi Operasional .....	16
3.6. Statistik Deskriptif .....	17
3.7. Pengujian Kualitas Data.....	17
3.7.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	17
3.7.2. Uji Asumsi.....	18
3.7.3. Uji Model.....	18
3.7.4. Uji Hipotesis .....	18
3.7.5. Uji Beda .....	19
<b>BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner .....	20
4.2. Gambaran Umum Responden .....	20
4.2.1. Karakteristik Demografi.....	20
4.2.2. Analisis Data Deskriptif .....	23
4.3. Hasil Pengujian Kualitas Data.....	24
4.3.1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....	24
4.3.2. Hasil Uji Asumsi.....	26
4.3.3. Hasil Uji Model.....	27
4.3.4. Hasil Uji Hipotesis .....	28
4.3.5. Hasil Uji Beda .....	29
4.4. Pembahasan .....	29
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan.....	32
5.2. Saran .....	32
5.2.1. Saran Akademis .....	32
5.2.1. Saran Praktis.....	33
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	33
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>34</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Antara Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	8
Tabel 4.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....	20
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	20
Tabel 4.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	21
Tabel 4.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	21
Tabel 4.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili .....	22
Tabel 4.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tingkat Rutinitas Olahraga .....	22
Tabel 4.7 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Preferensi Metode Pembelian .....	23
Tabel 4.8 Kategori Hasil .....	24
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif .....	24
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas .....	25
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas .....	25
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	26
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	27
Tabel 4.14 Hasil Uji F .....	28
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	28
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Paired-Samples T Test</i> .....	29

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Digital Around The World In 2020.....	1
Gambar 1.2 Indonesia's Population and Internet Users In 2020.....	2
Gambar 1.3 Varian Choco Produk Milky Malty.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Minat Beli <i>Offline</i> .....	26
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Minat Beli <i>Online</i> .....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Kuesioner
- Lampiran 2: Data Deskriptif
- Lampiran 3: Data Penelitian
- Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5: Uji Asumsi
- Lampiran 6: Uji Model
- Lampiran 7: Uji Hipotesis
- Lampiran 8: Uji Beda

## ABSTRAK

Dalam membangun sebuah bisnis, diperlukan sarana untuk mengantarkan produk kepada konsumen. Banyak bisnis, khususnya bisnis industri makanan dan minuman berlomba-lomba menciptakan sebuah sarana yaitu saluran distribusi demi menarik konsumen. Salah satu bisnis tersebut adalah Milky Malty. Milky Malty adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang minuman sehat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi *offline* dan *online* terhadap minat beli produk Milky Malty dan perbedaan pengaruh keduanya terhadap minat beli produk Milky Malty. Obyek dari penelitian ini adalah Milky Malty dengan subyek penelitiannya adalah calon konsumen produk Milky Malty. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 116 responden yang datanya dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan angket berskala likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi *offline* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Milky Malty, saluran distribusi *online* berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Milky Malty, dan tidak terdapat perbedaan minat beli antara saluran distribusi *offline* dan *online*.

Kata Kunci: Saluran Distribusi *Offline*, Saluran Distribusi *Online*, dan Minat beli.

## ***ABSTRACT***

*In building a business, a tool is needed to deliver products to customers. Many food and beverage businesses are competing to create distribution channels to attract customers. One of them is Milky Malty, which is specialized in healthy drinks. Hence, this study was conducted to analyze the effect of offline and online distribution channels on purchase intention in Milky Malty products and the difference in their influence on purchase intention in Milky Malty products. The research design used in this study is a quantitative research design. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a total sample of 116 respondents whose data were collected through Likert Scale questionnaires. The results show that offline distribution channels have significant effect on purchase intention in Milky Malty products, online distribution channels have significant effect on purchase intention in Milky Malty products, and there is no difference in purchase intention between offline and online distribution channels.*

*Keywords: Offline Distribution Channel, Online Distribution Channel, and Purchase Intention.*