

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

RINGKASAN

ALDI TRY SANTRIA. Hubungan Pemasaran *Online* Produk Krobas Merah dengan Minat Beli Konsumen. *The Correlation of Krobas Merah Product Online Marketing and Consumer Buying Interest*. Dibimbing oleh WORO WIRYARTUTIK.

Pemasaran *online* adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media internet. Pemasaran *online* dapat dilakukan melalui *website*, media sosial, *email*, dan aplikasi-aplikasi *marketplace*. Pemasaran *online* berhubungan dengan minat beli konsumen, karena keberhasilan dalam melakukan pemasaran *online* akan mempengaruhi minat beli konsumen. Minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut sampai pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli agar dapat memilikinya.

Krobas merah (kroket beras merah) adalah camilan bergizi yang dipasarkan secara *online* melalui media sosial dan memiliki manfaat yang utama dapat mengontrol kadar gula darah dalam tubuh serta menjaga kesehatan jantung dan mencegah hipertensi, karena adanya kandungan serat yang cukup. Serat dapat memperlambat penyerapan glukosa di usus halus, sehingga kadar gula darah dalam tubuh tetap terkontrol. Pemasaran produk krobas merah yang dilakukan secara *online* dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Tujuan umum dari laporan akhir ini adalah mengetahui hubungan pemasaran *online* produk krobas merah dengan minat beli konsumen. Tujuan khusus dari laporan akhir adalah mempelajari faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, mempelajari dan menganalisis hubungan pemasaran *online* produk krobas merah dengan minat beli konsumen, menghitung besar kontribusi yang diberikan pemasaran *online* terhadap minat beli konsumen.

Pengambilan data dilakukan pada tanggal 3 Juni 2021 dengan cara membagikan kuesioner kepada konsumen yang pernah mengonsumsi produk krobas merah di Kota Bengkulu. Data diolah dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Terdapat dua variabel yaitu pemasaran *online* produk krobas merah (X) dan minat beli konsumen (Y). Pengujian dilakukan dengan menggunakan aplikasi minitab untuk menguji hipotesis yang dibuat. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t.

Hasil dari pengolahan data dinyatakan bahwa terdapat hubungan pemasaran *online* produk krobas merah dengan minat beli konsumen, karena diperoleh nilai $P\text{-Value} < .$ Saran yang dapat dilakukan agar pemasaran *online* dapat menarik minat beli konsumen, yaitu pemasar harus mengetahui produk yang dijual, pemasar sebaiknya menentukan target konsumen, pemasar harus menyesuaikan kata-kata sesuai dengan target konsumennya, membuat deskripsi lengkap mengenai produk, menambahkan berbagai gambar atau video, cepat dalam merespon, dan memberikan diskon pada produk yang ditawarkan.

Kata kunci : krobas merah, minat beli konsumen, pemasaran *online*, regresi linear sederhana