

## ABSTRAK

Belanja *online* melalui *E-commerce* saat ini sangat berkembang di Indonesia. Penjualan barang yang dulu hanya dilakukan secara konvensional sekarang dilakukan juga secara *online*. Banyak toko-toko yang mulai menjual produknya secara *online* di berbagai *e-commerce* dan melalui website mereka sendiri. OR-K 689 merupakan salah satu distro yang juga menjual produknya secara *online* melalui website dan *e-commerce* seperti tokopedia dan zalora. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan keputusan pembelian *online* dan *offline customer* OR-K 689 Bandung pada tahun 2019.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan metode survei, dengan karakteristik penelitian komparatif. Populasi konsumen *online* dan *offline* tidak diketahui secara pasti jumlahnya sehingga sampel ditentukan dengan rumus Bernoulli sebanyak 100 responden masing-masing pada *online* dan *offline customer*. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah uji beda Mann Whitney yang diolah menggunakan SPSS 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada *offline customer* lebih tinggi dari pada *online customer*. Selain itu pada umumnya terdapat perbedaan signifikan pada keputusan pembelian *offline* dan *online customer* dengan nilai signifikan  $< 0,05$  kecuali pada dimensi pilihan produk yang nilai signifikannya  $> 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian agar keputusan pembelian pada *online* dan *offline customer* seimbang maka diharapkan OR-K 689 dapat meningkatkan kualitas produk dan melakukan promosi untuk meningkatkan penjualan.

**Kata kunci:** Online Customer, Offline Customer, Keputusan Pembelian, E-Commerce, Perbandingan