

**PENGARUH MEDIA KATALOG TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN INDOMARET
DI KECAMATAN BENGKALIS
(Studi Kasus Pada Masyarakat Bengkalis)**

Nama : Fitriya Lisma Wina
NIM : 5103211557
Dosen Pembimbing : Rizqa Arimurti, S.E., M.Acc

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh media katalog terhadap minat beli konsumen Indomaret. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif (kuesioner). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden masyarakat Bengkalis yang pernah berbelanja di Indomaret. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil dari perhitungan uji signifikan, nilai thitung $9.887 > t_{tabel} 1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa media katalog berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Indomaret Di Kecamatan Bengkalis. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran media katalog sebagai salah satu strategi pemasaran ritel modern dalam membentuk dan meningkatkan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak manajemen Indomaret dalam mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif dan berbasis data. Dampak dari penelitian ini secara praktis adalah mendorong pihak Indomaret untuk lebih memperhatikan kualitas media katalog, baik dari segi desain visual, konten informasi, maupun konsistensi dalam penyampaian promosi. Peningkatan kualitas ini diharapkan dapat memperkuat loyalitas konsumen dan meningkatkan volume pembelian.

Kata kunci: Media Katalog, Minat Beli, Indomaret, Konsumen, Kecamatan Bengkalis

***THE INFLUENCE OF CATALOG MEDIA ON
CONSUMER BUYING INTEREST AT INDOMARET
IN BENGKALIS DISTRICT
(Case Study on the Community of Bengkalis)***

Nama : Fitriya Lisma Wina
NIM : 5103211557
Dosen Pembimbing : Rizqa Arimurti, S.E., M.Acc

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of catalog media on consumers' purchase intention at Indomaret. The method used is a quantitative approach (questionnaire). The type of research conducted is associative research. The sample consisted of 100 respondents from the Bengkalis community who had previously shopped at Indomaret. The data analysis technique used is simple regression analysis. Based on the results of the significance test, the value of tcount is 9.887 > ttable 1.984 with a significance value of $0.000 < 0.05$. The test results indicate that catalog media has a positive and significant influence on consumers' purchase intention at Indomaret in the Bengkalis District. This research contributes to a deeper understanding of the role of catalog media as one of the modern retail marketing strategies in shaping and enhancing consumer purchase intention. The findings of this study can serve as a reference for Indomaret management in developing more effective and data-driven promotional strategies. The practical impact of this research is to encourage Indomaret to pay more attention to the quality of its catalog media, in terms of visual design, information content, and consistency in promotional delivery. Improving these aspects is expected to strengthen customer loyalty and increase purchase volume.

Keywords: *Catalog Media, Purchase Intention, Indomaret, Consumers, Bengkalis District*