

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik iklan, harga, dan kelompok referensi terhadap minat beli toko online JD.ID. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Mercu Buana Jakarta barat. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 133 responden, Responden penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Mercu Buana Jakarta Barat, dihitung berdasarkan rumus indikator dikali kan skala 5-10 untuk nilai minimal dan maksimal. Metode penarikan sampel menggunakan *convenience sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Analisis data yang di gunakan adalah analisis statistik dalam bentuk SEM-PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t daya tarik iklan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa mercu buana Jakarta barat.Lalu, harga dan kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada mahasiswa mercu buana Jakarta barat

Kata Kunci : Daya Tarik Iklan, Harga, Kelompok Referensi, Minat Beli



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*The purpose of this research is to analyze the influence of advertising appeal, price, and reference groups against the interest of purchasing JD.ID online stores. The populations in this research are the students of Mercu Buana University West Jakarta. The samples used were 133 respondents; the respondents were students of Mercu Buana University West Jakarta, calculated based on the indicator formula multiplied by a scale of 5-10 for the minimum and maximum value. The Sample withdrawal methods use convenience sampling. The method of collecting data using survey method, with research instrument is questionnaire. The analysis of the data used is a statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study showed that in test the appeal of advertising has no significant effect on the buying interest of students Mercu Buana University in West Jakarta. Then, the price and the reference group have significant effect on the buying interest in the students of Mercu Buana University West Jakarta*

*Keywords: Advertising appeal, Price, Reference group, Buy interest*

