

ABSTRAKSI

Komunikasi mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama komunikasi jarak jauh atau telekomunikasi. Dalam telekomunikasi salah satu cara yang berkembang paling pesat yaitu dengan internet. Hal itu juga dirasakan oleh pebisnis yang menyediakan pelayanan internet yang dituntut untuk meningkatkan nilai jual produknya sehingga mampu menarik minat beli konsumen.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan tahapan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Dibuktikan dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil akhir dari analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan menghasilkan:

$$Y = 0,240 X_1 + 0,220 X_2 + 0,340 X_3$$

Artinya bahwa semua variabel independen yaitu citra merek, daya tarik iklan, dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu minat beli.

ABSTRACT

Communication has developed very rapidly, especially long-distance communications or telecommunications. In telecommunications one of the fastest growing way is by internet. It was also felt by businesses that provide internet services that are required to increase the sale value of their products so as to attract consumers to buy.

The analysis used in this research is multiple linear regression analysis, using the stages of validity, reliability, and classical assumption. Evidenced by the t-test, F, and the coefficient of determination (R²). The final result of multiple linear regression analysis was done to produce:

$$Y = 0.240 + 0.220 X_1 + 0.340 X_2 X_3$$

It means that all the independent variables are the brand image, advertising appeal, and prices have a positive effect on the dependent variable ie buying interest.