

ABSTRAK

PENGARUH IKLAN INTERNET DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP NIAT BELI PRODUK *SMARTPHONE* XIAOMI

Oleh
IVAN CHANDRA FRADIPTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi niat beli produk *smartphone* Xiaomi. Variabel independen yang diteliti yaitu; iklan internet (X_1) dan kelompok referensi (X_2) dengan variabel dependen yaitu niat beli (Y).

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *judgmental sampling* atau non *probability sampling* yang menggunakan tipe pemilihan sampel secara acak yang diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian berupa uji validitas dan uji realibilitas. Uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis regresi berganda nampak bahwa iklan internet (X_1) dan kelompok referensi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk *smartphone* Xiaomi . Variabel yang paling dominan memengaruhi niat beli adalah variabel kelompok referensi.

Kata kunci: Iklan internet, kelompok referensi, niat beli.

ABSTRACT

INFLUENCE OF INTERNET ADVERTISING AND REFERENCE GROUP INTENTION TO BUY PRODUCTS SMARTPHONE XIAOMI

By
IVAN CHANDRA FRADIPTA

This study aims to determine the factors that influence purchase intention Xiaomi smartphone products. The independent variables studied were; Internet advertising (X_1) and reference group (X_2) with the dependent variable is the purchase intention (Y).

This study used a sample of 100 respondents. While sampling using judgmental sampling or non-probability sampling that uses the type of random sample selection obtained by using certain considerations. Test used to test the research instrument in the form of test validity and reliability test. Hypothesis testing using t test and F test.

The results of this study indicate that based on the results of multiple regression analysis it appears that Internet advertising (X_1) and reference group (X_2) positive and significant impact on purchase intentions Xiaomi smartphone products. The most dominant variable affecting purchase intention is variable reference pgroup.

Keywords: *Internet advertising, reference groups, purchase intentions.*