

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, HARGA, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH (eWOM) TERHADAP
MINAT PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB
DI KOTA PADANG**

Muhammad Zufaldi

Universitas Negeri Padang, Fakultas Ekonomi, Manajemen
muhammadzufaldi66@gmail.com.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the attractiveness of advertising, prices, and electronic word of mouth on the interest of users of Grab online transportation services in the city of Padang. The type of research used in this study is descriptive causative research. The population in this study is the people of Padang City who have seen Grab advertisements and know information about Grab, but never used Grab's online transportation services in Padang City. The sample used was 100 respondents using purposive sampling technique. The type of data used in this study are primary data and secondary data. Data collection techniques in this study were using questionnaires, and sources of literature. Descriptive analysis tool using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variable attractiveness of advertising and electronic word of mouth has a significant and positive effect on user interest, while the price variable does not significantly and positively affect the interest of Grab online transportation service users in Padang City.

Keywords: *User Interests/Consumer Buying Interests, Advertising Attractiveness, Price, and Electronic Word of Mouth*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, harga, dan *electronic word of mouth* terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Grab di Kota Padang. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kausatif. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat Kota Padang yang pernah melihat iklan Grab serta mengetahui informasi mengenai Grab, namun belum pernah menggunakan jasa transportasi *online* Grab di Kota Padang. Sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner, dan sumber kepustakaan. Alat analisis deskriptif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik iklan dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pengguna, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat pengguna jasa transportasi *online* Grab di Kota Padang.

Kata kunci: *Minat Beli Konsumen, Daya Tarik Iklan, Harga, dan Electronic Word of Mouth.*