

ABSTRAK

Generasi Z dikenal sebagai generasi internet. Generasi Z adalah suatu terminologi yang menjadi perbincangan hangat di era modern. Adapun banyak perbincangan yang dapat di bahas dari generasi Z. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kesadaran merek, persepsi harga, *desain web* terhadap minat beli pada *Zenius.net*. *Zenius.net* merupakan salah satu media pembelajaran digital.

Jumlah Sampel dalam penelitian ini sejumlah 100 responden. Responden tersebut merupakan calon pengguna atau konsumen *Zenius.net* yang berada dikabupaten Demak. Penelitian ini dilakukan di berbagai sekolah dikabupaten Demak. Metode yang dilakukan dalam pengumpulan data melalui kuesioner dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan *insidental sampling* dan *Purposive Sampling*. Metode analisis yang digunakan yaitu metode kuantitatif yang meliputi uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji t, uji F, serta koefisien Determinasi melalui alat analisis SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran merek, persepsi harga dan desain web berpengaruh terhadap minat beli. atau Dapat di simpulkan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh terhadap minat beli dan bersifat positif atau searah terhadap minat beli. Temuan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain web merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap minat beli.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Harga, *Desain Web*, Minat Beli