

## ABSTRAKSI

Septria Wahyuning Sari, Nomor Mahasiswa 152140024, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Word Of Mouth* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian” (Studi pada *customer* maskapai Batik Air di Soekarno Hatta *International airport*), 2018. Dosen Pembimbing I Dr. Sigit Haryono, S.Sos, M.Si dan Dosen Pembimbing II Dr. Adi Soprpto, S.Sos, M.Si.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian pada *customer* maskapai Batik Air di Soekarno Hatta *International airport*. Penelitian menggunakan tipe explanatory. Populasi dalam penelitian ini adalah Customer Maskapai Batik Air di Soekarno Hatta Airport. Ukuran sampel pada penelitian ini 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *systematic random sampling* berdasarkan jeda waktu. Teknik analisis data menggunakan Analisis Stastistik Deskriptif dan Analisis Statistik inferensial yang menggunakan metode statistik *Structural Equation Modelling* (SEM).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth* (X1), berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Z) dengan sig P  $0,002 < 0,1$ . Ada pengaruh signifikan dari variabel Persepsi Harga (X2) terhadap Minat Beli (Z), hal ini dapat dibuktikan dengan sig P  $0,006 < 0,1$ . Ada pengaruh antara *Word Of Mouth* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menunjukkan nilai sig P  $0,020 < 0,1$ . Ada Pengaruh antara Variabel Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai sig P  $0,023 < 0,1$ . Ada pengaruh antara Variabel Minat Beli (Z) terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai sig P  $0,000 < 0,1$ .

Berdasarkan hasil penelitian ini customer mempunyai *Word Of Mouth* yang positif kepada Maskapai Batik Air dan mempunyai Persepsi Harga yang baik terhadap Minat Beli Maskapai Batik Air dan berdampak pada Keputusan Pembelian *customer* Maskapai Batik Air. Pada penelitian ini *Word Of Mouth* dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli tersebut berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, oleh karena itu Batik Air harus selalu menciptakan kesan bahkan citra yang baik untuk *customer* sehingga terbentuknya *word of mouth* yang positif dan persepsi harga yang dinilai sesuai dengan kualitas layanan dan dan fasilitas maskapai Batik Air akan meningkatkan minat beli yang akan mendorong keputusan pembelian.

Kata kunci: Word Of Mouth, Persepsi Harga, Minat Beli, Keputusan Pembelian