

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Word of Mouth* terhadap Minat Beli konsumen Baraya Travel pool Buah Batu pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013. Baraya Travel merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa transportasi *point to point shuttle* (jasa travel) yang saat ini melayani rute perjalanan Jakarta – Bandung pp.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif – kausal. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode pengambilan sampel *insidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2013 yang mengetahui Baraya Travel pool Buah Batu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Word of Mouth* berpengaruh secara positif terhadap minat beli konsumen Baraya Travel pool Buah Batu pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom angkatan 2013. Hal ini dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,929 > 1,98447$) dan tingkat signifikansi $,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui besarnya pengaruh variabel *word of mouth* (X) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 32,9%. Sedangkan sisanya sebesar 67,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti strategi pemasaran dan lain-lain.

Kata kunci: Pemasaran, Perilaku Konsumen, *Word of Mouth*, Minat Beli