

ABSTRAK

Perilaku konsumen merupakan tindakan dari individu yang secara langsung terlibat dalam kegiatan untuk memperoleh dan menggunakan layanan ekonomi yang baik. Perilaku konsumen yang ada pada konsumen Tiket Pesawat pada awal tahun 2019 memiliki persepsi yang negatif dikarenakan mahal nya tiket pesawat pada saat itu. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi keberhasilan Kebijakan Publik Penurunan Tarif Batas Atas Tiket Pesawat berdasarkan pengguna media sosial Twitter.

Peneliti mengambil data menggunakan metode *crawling data* dari situs *Twitter* menggunakan bantuan perangkat lunak *Spyder*. Data yang diambil merupakan *tweet* yang dikirim pada tanggal 1 April 2019 hingga 31 Juli 2019. Peneliti membagi data tersebut menjadi 3 periode. Penelitian ini menggunakan metode *Association Rules* yang dapat melihat hubungan antar kata.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa itemset tiket yang mahal merupakan itemset yang memiliki nilai *support* tertinggi di periode kedua dan terendah di periode ketiga. Itemset ini memiliki nilai *lift* diatas 1 yang berarti sangat berguna dan nilai *conviction* yang tinggi. Dapat dikatakan bahwa kebijakan publik yang diterapkan masih belum efektif untuk jangka pendek yang dilihat pada periode kedua namun mulai menunjukkan keberhasilan dalam jangka panjang yang dilihat pada periode ketiga.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Persepsi, Kebijakan Publik, *Association Rules*.