**ABSTRAK** 

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Word of Mouth

tehadap 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 kapada

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<sup>2</sup>)

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

vii