

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Persepsi Konsumen, Kualitas Layanan Tiket dan Ulasan Konsumen mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian tiket bagi konsumen Kapal Sabuk Nusantara 48. Populasi yang digunakan adalah konsumen yang menggunakan Kapal Sabuk Nusantara 48. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang responden, menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik *Insidental Sampling* atau pertemuan secara kebetulan dengan responden yang dianggap cocok dengan memenuhi kriteria dijadikan sebagai sampel. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian menggunakan SPSS versi 26. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Persepsi Konsumen dan Kualitas Layanan Tiket berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Ulasan Konsumen secara parsial berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F menyatakan bahwa variabel Persepsi Konsumen, Kualitas Layanan Tiket dan Ulasan Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kapal Sabuk Nusantara 48 PT. Peln Cabang Tanjungpinang.

Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Kualitas Layanan Tiket, Ulasan Konsumen dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aimed to determine whether Consumer Perception, Ticketing Service Quality, and Consumer Reviews influence the purchase decision for Sabuk Nusantara 48 ship tickets. The study's population consisted of consumers who used the Sabuk Nusantara 48 vessel. A sample of 100 respondents was selected using Non-Probability Sampling with an Incidental Sampling technique. This involved coincidentally encountering respondents who met the criteria to be included in the sample. This quantitative research utilized SPSS version 26 for data analysis. The findings indicate that, partially, the variables of Consumer Perception and Ticketing Service Quality have a significant influence on Purchase Decisions. However, Consumer Reviews, while showing some partial influence, did not significantly impact Purchase Decisions. Furthermore, the F-test results reveal that Consumer Perception, Ticketing Service Quality, and Consumer Reviews simultaneously influence the Purchase Decision of Sabuk Nusantara 48 ship tickets at PT. Pelni Tanjungpinang Branch.

Keywords: Consumer Perception, Ticketing Service Quality, Consumer Reviews, and Purchase Decision