

ABSTRAK

Judul : Komparasi Keputusan Pembelian Aplikasi TIX.ID dan M-TIX
Di Tinjau Dari *Website Quality*, *Word Of Mouth* dan
Kepercayaan

Nama : Valentina Oppi Enrico

Program Studi : Manajemen

Pembimbing : Eka Bertuah

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komparasi keputusan pembelian aplikasi TIX.ID dan M-TIX di tinjau dari *website quality*, *word of mouth* dan kepercayaan. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan TX.ID dan M-TIX. Variabel independen terdiri atas *Website Quality*, *Word Of Mouth*, dan Kepercayaan, Variabel dependen terdiri atas Keputusan Pembelian. Penelitian ini dilakukan di Jakarta Barat dengan jumlah sampel sebanyak 206, masing-masing 103 pengguna TIX.ID dan 103 pengguna M-TIX. orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan data menggunakan kuesioner dan menggunakan metode analisis diskriminan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan keputusan pembelian TIX.ID dan M-TIX yang di tinjau dari variable *website quality*, *word of mouth* dan kepercayaan. Indikator yang dominan membedakan keputusan pembelian TIX.ID dan M-TIX adalah variabel *website quality*.

Kata Kunci : *Website Quality*, *Word Of Mouth*, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title : *Comparison of Purchasing Decisions for TIX.ID and M-TIX Applications in terms of Website Quality, Word of Mouth and Trust*

Name : Valentina Oppi Enrico

Study Program : *Management*

Mentor : Eka Bertuah

The purpose of this study was to determine the comparison of purchasing decisions for the TIX.ID and M-TIX applications in terms of quality, word of mouth and trust websites. The study population was all consumers who had used TX.ID and M-TIX. The independent variable consists of Website Quality, Word Of Mouth, and Trust. The dependent variable consists of the Purchase Decision. This research was conducted in West Jakarta with a total sample of 206, 103 users of TIX.ID and 103 users of M-TIX respectively. people with the sampling technique using the Non Probability Sampling method using purposive sampling technique, the method used in this research is data collection using a questionnaire and using the discriminant analysis method.

The results show that there are differences in purchasing decisions TIX.ID and M-TIX which are reviewed from the variable website quality, word of mouth and trust. The dominant indicator that distinguishes the purchase decision of TIX.ID and M-TIX is the variable website quality.

Keywords: *Website Quality, Word Of Mouth, Trust, Purchase decision.*