

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas terhadap minat beli dengan persepsi nilai sebagai variabel intervening dengan mengambil objek pada jasa maskapai penerbangan Sriwijaya Air di Kota Semarang. Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu mencakup variabel independent yaitu persepsi harga dan persepsi kualitas, variabel intervening yaitu persepsi nilai, dan variabel dependent yaitu minat beli.

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kota Semarang, dan pernah menggunakan jasa maskapai Sriwijaya Air setidaknya satu kali dalam dua tahun ini. Sampel yang diambil oleh penulis dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu berjumlah 142 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 24.0

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 3 hipotesis yang diajukan oleh penulis dalam penelitian ini, seluruh hipotesis dapat diterima. Hasil dari hipotesis tersebut yaitu : hipotesis 1 menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai, hipotesis 2 menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai, dan hipotesis 3 menunjukkan bahwa persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, Persepsi Nilai, Minat Beli