Pengaruh Kepercayaan dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Online* Pesawat Citilink

ROMADHONA TIGER YOHANDIKA

141140375

ABSTRAK

Kepercayaan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalah-masalahnya, mencari informasi produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan dan *E-service quality* terhadap keputusan pembelian tiket *online* pesawat CitiLink.Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 110 responden yang melakukan pembelian tiket pesawat CitiLink secara online. Metode dalam teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Uji alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, uji t, regresi linier berganda, dan uji F.

Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan dan *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh Kepercayaan dan *E-service quality* berbengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian adalah : adanya hubungan positif dan dan signifikan antara Kepercayaan ($\boldsymbol{X_1}$) *E-Servie Quality* (X_2), dengan keputusan pembelian (Y) yang diyatan kandalam bentuk persamaan regresi Y =19,952 + 0.143X_1 + 0.054X_2.

Kata Kunci : pengaruh kepercayaan dan *e-service quality*, keputusan pembelian tiket *online*