

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API (Studi Pada Pengguna KAI ACCESS di Provinsi Lampung)

Oleh

RIRIS KHARISMA ANANDA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian tiket kereta api pada pengguna KAI Access di Provinsi Lampung. Populasi sasaran yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu pengguna KAI Access di Provinsi Lampung. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara *offline* dan *online*, penarikan sampel menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* dan jumlah sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Data yang dihasilkan kemudian dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS 20.0. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 33,8% dan variabel *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 55,4%. Hasil uji regresi linear berganda menjelaskan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 56,2% dan sisanya sebanyak 43,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel yang lainnya.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON TRAIN TICKET PURCHASE DECISIONS (Study on KAI Access Users in Lampung Province)

By

RIRIS KHARISMA ANANDA

This study aims to determine the effect of e-service quality and e-trust on the decision to purchase train tickets for KAI Access users in Lampung Province. The target population set in this study is KAI Access users in Lampung Province. Data was collected through questionnaires distributed offline and online, sampling using probability sampling with simple random sampling technique and the number of samples was set at 100 respondents. The resulting data were analyzed using descriptive statistics, simple linear regression analysis and multiple linear regression analysis using the SPSS 20.0 application tool. Based on the results of the simple linear regression test, it shows that the e-service quality variable has a significant effect on purchasing decisions by 33,8%, and the e-trust variable has a significant effect on purchasing decisions by 55,4%. The results of the multiple linear regression test explain that e-service quality dan e-trust together have a significant effect on purchasing decisions by 56,2% and the remaining 43,8% of purchasing decisions are influenced by other variables.

Keywords: E-Service Quality, E-Trust, Purchase Decision.