

## ABSTRAK

**Muhamad Wahab (0906197). Pengaruh *Consumer Trust* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia** (Survey Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket Di Kantor Pos Pusat Bandung), Dibawah Bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak.MBA dan Heny Hendrayati, S.IP.MM.

Berkembangnya pasar jasa kurir yang semakin luas pada saat ini, mengakibatkan konsumen lebih leluasa dalam memilih dan menentukan jasa kurir mana yang akan digunakannya. Sehingga hal tersebut mendorong kepada persaingan yang ketat, diantaranya adalah meningkatkan *consumer trust* yang bertujuan untuk memantapkan pilihan konsumen untuk menggunakan jasa kurir.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran dan pengaruh *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian merupakan pengguna jasa kiriman paket di kantor Pos Pusat Bandung yang berjumlah 3090, dan dengan menggunakan rumus sampel, diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil perhitungan regresi linier berganda didapat R-square sebesar 59.9% yang menunjukkan besarnya pengaruh *consumer trust* terhadap keputusan pembelian sebesar 59.9% sedangkan sisanya 40,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan melakukan studi secara lebih luas dengan mempertimbangkan faktor lain seperti faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, budaya, sosial, personal dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Consumer Trust*, *Ability*, *Benevolence*, *Integrity*, Keputusan Pembelian

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh *Consumer Trust* Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu

## ABSTRACT

**Muhamad Wahab (0906197).** *The Influence Of Consumer Trust Of Consumers In Determining The Preferred Courier Service At The Post Indonesia (Survey On Users Of The Shipping Services Package At The Post Office The Center Of Bandung), Under The Guidance Of Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak.MBA and Heny Hendrayati, S.IP.MM.*

*The market development of the courier services made consumers more freely in selecting and determining where the courier services will be used. That encourage the intense competition, which is increasing consumer trust that aims to establish the consumer choice to use a courier service.*

*The purpose of this research is to know the image and influence Consumer Trust consisting of Ability, Benevolence and Integrity towards purchasing decisions. This research is descriptive and verifications method. Population of this research were the courier service users at the Central Post Office of Bandung by 3090, and using the formula sample, obtained a sample of 100 respondents. The correlation coefficients analysis techniques using Pearson Product Moment, and multiple linear regression analysis.*

*Multiple linear regression calculation results obtained an R-square is 59.9% which showed the consumer trust has an impact on purchasing decision by 59.9% while the remaining 40.1% affected by other factors that not examined by researchers. Suggest for the next research is more broadly studies to considering other factors such as the motivation factor, presepei, learning, cultural, social, personal and other factors that affect the purchase decisions.*

*Keyword: Consumer Trust, Ability, Benevolence, Integrity, Purchasing Decisions*

**Muhamad Wahab, 2013**

Pengaruh Consumer Trust Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir Pada Pos Indonesia (Survei Pada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu