

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia, yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* dalam penelitian ini yaitu *Consumer Trust*. Kemudian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variable* adalah Keputusan Pembelian.

Objek yang dijadikan tempat penelitian adalah Pos Indonesia, sedangkan unit analisis dalam penelitian ini adalah pengguna jasa kiriman paket di kantor Pos Pusat Bandung. Dari dua objek penelitian tersebut, maka akan dianalisis mengenai *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia (survei pada pengguna jasa kiriman paket di kantor Pos Pusat Bandung).

#### 3.2 Metode Dan Desain Penelitian

##### 3.2.1 Metode Penelitian

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

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2012:2). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif:

### 1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2012:147) digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Analisis ini digunakan untuk melihat faktor penyebab dan mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu :

- a. Analisis deskriptif tanggapan responden pengguna jasa kiriman paket Pos Indonesia mengenai *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity*.
- b. Analisis deskriptif tanggapan responden pengguna jasa kiriman paket Pos Indonesia mengenai keputusan pembeliannya.

### 2. Penelitian Verifikatif

Penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis sesuai dengan tujuan penelitian, sejalan dengan Sugiyono (2012:148), penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

**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

Selain itu penelitian ini juga menggunakan metode survei eksplanatori (*explanatory methode*) yaitu suatu metode penelitian yang bermaksud menjelaskan hubungan antar variabel dengan menggunakan pengujian hipotesis. Pengertian penelitian survei sendiri merupakan penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat mengumpul data yang pokok. Jadi, tujuan dari penelitian *explanatory* adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti.

### 3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana, struktur, dan strategi. Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yaitu penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran pengaruh antar variabel, perumusan hipotesis sampai rencana analisis data. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan penelitian dalam rangka pelaksanaan penelitian.

Tujuan utama dari desain kausal ini adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, mana variabel yang dipengaruhi.

**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

Maka desain penelitian pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Consumer Trust* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada POS Indonesia.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu: Variabel *dependen* (variabel yang tidak bebas) yaitu Keputusan Pembelian dan Variabel *independen* (variabel bebas), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel *dependen* yaitu *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity*. Berikut tabel operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<i>Consumer Trust</i> X	Kepercayaan didasarkan pada proses kognitif yang membedakan antara orang - orang atau lembaga yang dapat dipercaya, tidak dapat dipercaya, dan yang tidak diketahui. Mayer <i>et all</i> dalam Jason <i>et all</i> . (2007:910)			

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

<b>Ability</b> (X1.1)	“kelompok keterampilan , kompetensi, dan karakteristik yang memungkinkan sebuah organisasi mempunyai pengaruh dalam beberapa domain yang spesifik”. Mayer <i>et all</i> dalam Jason <i>et all</i> . (2007:910)	<b>Capability</b>	Tingkat Kapabilitas Pos Indonesia dalam jasa kurir	Ordinal
		<b>Successful</b>	Tingkat kesuksesan Pos Indonesia dalam Jasa Kurir	Ordinal
		<b>Preceived expertise</b>	Tingkat pengalaman Pos Indonesia dalam jasa kurir	Ordinal
		<b>Skills</b>	Tingkat keahlian karyawan Pos Indonesia dalam jasa kurir	Ordinal
<b>Benevolence</b> (X1.2)	“Sejauh mana orng yang di percayai dan diyakini akan berbuat baik kepada orang yang mempercayakan tersebut, selain dari motif profit egosentris”. . Mayer <i>et all</i> dalam Jason <i>et all</i> . (2007:910)	<b>Well Qualified</b>	Tingkat kuaifikasi jasa kurir Pos Indonesia	Ordinal
		<b>Caring</b>	Tingkat perhatian Pos Indonesia terhadap konsumen	Ordinal
		<b>Attention to needs and desires</b>	Tingkat pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap jasa kurir Pos Indonesia	Ordinal
		<b>Handling of complaint</b>	Tingkat penanganan keluhan konsumen kepada Pos indonesia	Ordinal
<b>Integrity</b> (X1.3)	“Presepsi bahwa orang yang dipercayakan mempunyai prinsip yang sama dengan orang yang mempercayakan tersebut”. . Mayer <i>et all</i> dalam Jason <i>et all</i> . (2007:910)	<b>Fairness</b>	Tingkat keadilan Pos Indonesia dalam melayani konsumen	Ordinal
		<b>Consistency</b>	Tingkat konsistensi Pos Indonesia dalam ketepatan mengirimkan paket	Ordinal
		<b>Promise fulfillment</b>	Tingkat Pemenuhan Janji Pos Indonesia terhadap standar waktu kiriman paket	Ordinal
		<b>Realibility</b>	Tingkat Kehandalan Pos Indonesia dalam mengirimkan paket	Ordinal

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

		<i>Value congruence</i>	Tingkat Keselarasan Nilai yang diberikan Pos Indonesia dengan keinginan konsumen	Ordinal
--	--	-------------------------	--	---------

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Keputusan Pembelian</b>  Y	Keputusan pembelian merupakan sebuah hasil proses yang terdiri dari lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah pembelian. Kotler dan Keller (2012:166)	<b>Pemilihan Produk</b>	1. Tingkat kepraktisan pengiriman paket melalui jasa kurir 2. Tingkat kecepatan pengiriman paket melalui jasa kurir	Ordinal
		<b>Pemilihan Merek</b>	1. Tingkat citra merek Pos Indonesia 2. Tingkat kepercayaan merek Pos Indonesia 3. Tingkat kesukaan merek Pos Indonesia	Ordinal
		<b>Jumlah Pembelian</b>	1. Tingkat jumlah paket yang di kirimkan dalam satu kali transaksi 2. Tingkat frekuensi pengiriman paket	Ordinal
		<b>Saluran Pembelian</b>	1. Tingkat kestrategisan lokasi Pos Indonesia 2. Tingkat kemudahan dalam mengakses Pos Indonesia	Ordinal

### 3.4 Jenis, Sumber, dan Cara Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Jenis dan Sumber Data

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

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:172), sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari responden pada lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan wawancara kepada responden terpilih yang berisikan pertanyaan mengenai variabel penelitian.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui dokumentasi dengan mempelajari berbagai tulisan melalui buku, majalah, jurnal, dan data perusahaan maupun internet untuk mendukung penelitian ini.

Mengenai sumber dan data sumber yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam tabel 3.2 berikut ini:

**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

**Tabel 3.2**  
**Jenis dan Sumber Data**

No	Jenis Data	Sumber Data	Keterangan Data
1.	Profil perusahaan dan Struktur Organisasi	www.posindonesia.co.id	Sekunder
2.	Deskripsi Usaha Perusahaan	www.posindonesia.co.id	Sekunder
3.	Market Share	Pos Indonesia	Sekunder
4.	Top <i>Brand</i> Ideks	http://topbrand-award.com/	Sekunder
5.	<i>Market Share</i> Jasa Kurir di Indonesia	www.bataviase.co.id	Sekunder
6.	<i>Trend</i> Produksi kiriman paket Pos Indonesia	www.postel.go.id	Sekunder
7.	<i>Trend</i> produksi kiriman paket kantor Pos Bandung 4000	Pos Indonesia	Primer
8.	Data <i>Consumer Trust</i> Pos Indoneisa	Hasil Penelitian	Primer
9.	Data keputusan pembelian konsumen berkaitan dengan Pos Indonesia	Hasil Penelitian	Primer
10.	Data pengaruh <i>Consumer Trust</i> terhadap keputusan pembelian pada jasa kurir Pos Indonesia	Hasil Penelitian	Primer

*Sumber:* Hasil Pengolahan Data, 2013

### 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat diperlukan dalam analisis anggapan dasar dan hipotesis karena teknik-teknik tersebut dapat menentukan lancar tidaknya suatu proses penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

**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

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab, Sugiyono (2012:142)
2. Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, Sugiyono (2012:137). Wawancara yang dilakukan penulis adalah wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya.
3. Observasi, menurut Sutrisni Hadi dalam Sugiyono (2012:145) merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengamatan dengan observasi digunakan bila berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

### **3.5 Populasi, Sample, dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan kualitas dan ciri- ciri tersebut, populasi dapat

**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

dipahami sebagai sekelompok unit analisis atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Dalam penelitian ini populasi sasarannya adalah seluruh pengguna jasa kiriman paket di Kantor Pos Pusat Bandung, berdasarkan hasil wawancara dengan manajer pelayanan pelanggan kantor Pos Pusat Bandung diperoleh jumlah rata-rata konsumen kiriman paket adalah 3090 konsumen perbulan.

### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2012:81). Salah satu cara dalam menentukan sampel adalah dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \qquad n = \frac{3090}{1 + 3090 \times 0,1^2} = 96,86 = 100$$

Syofian Siregar (2012:149)

Keterangan :

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: kelonggaran, ketidak telitian ditolerir ( e = 0,1 )

Jadi, jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 96,86 konsumen kiriman paket. Tetapi untuk menjaga keakuratan data dan

**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

mempermudah penelitian total sampel atau responden, maka jumlah sampel dinaikkan menjadi 100 orang responden.

### 3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel Sugiyono (2012:81). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *systematic random sampling*, yang mana dilakukan secara acak sistematis dimana misalnya anggota populasi terdiri dari 100 orang maka dari semua anggota itu diberi nomor urut yaitu 1 sampai 100, penarikan sampel bisa dapat dilakukan dengan mengambil nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dalam bilangan tertentu misalnya kelipatan dari bilangan limat dan sebagainya..

## 3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

### 3.6.1 Rancangan Analisis Data

Karena pengumpulan data melalui kuisioner, maka setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan data sehingga dapat dilihat apakah terdapat pengaruh *Consumer Trust* (X) yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun prosedur yang dilakukan dalam pengolahan data adalah :

Muhamad Wahab, 2013

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

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden. Pemeriksaan tersebut menyangkut kelengkapan pengisian angket secara menyeluruh.
2. *Scoring*, skala pengukuran yang digunakan adalah skala *semantic deferensial* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya saja bentuknya tidak pilihan ganda maupun ceklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawabannya “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negative” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono 2012: 97). Jawaban setiap instrumen skala ini mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata. Hal tersebut dapat dilihat pada Table 3.3.

**Tabel 3.3**

**Pola Skoring Kuisisioner Skala Lima**

Bersahabat	5	4	3	2	1	Tidak Bersahabat
Tepat Janji	5	4	3	2	1	Lupa Janji
Bersaudara	5	4	3	2	1	Memusuhi
Memberi pujian	5	4	3	2	1	Mencela
Mempercayai	5	4	3	2	1	Mendominasi

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

Sumber: Sugiyono (2012:97)

3. Tabulasi, dalam hal ini hasil *scoring* dituangkan kedalam tabel rekapitulasi secara lengkap untuk seluruh *item* setiap variabel.
4. Tahap uji coba kuisioner, untuk menguji layak tidaknya kuisioner disebarkan kepada responden, maka penulis melakukan dua tahap pengujian yaitu validitas dan reabilitas.
5. Untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat deskriptif adalah melalui tinjauan kontinum dan perbandingan rata-rata data sampel, sedangkan untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat asosiatif atau verifikatif maka digunakan teknik analisis regresi berganda.

### 3.6.2 Validitas dan Realibilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam angket, apakah butir pertanyaan tersebut valid dan reliabel. Apabila terdapat butir-butir yang tidak valid dan reliabel, maka butir-butir tersebut harus dibuang dan diganti dengan pertanyaan lain. Untuk menguji angket dalam penelitian ini digunakan SPSS 19 *for Windows*. Ada pun langkah-langkah dalam menggunakan SPSS 19 *for Windows* adalah sebagai berikut:

1. Memasukkan data variabel X dan variabel Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada *data view*.

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

2. Klik *variable view*, lalu isi kolom *name* dengan variabel penelitian (X,Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variabel penelitian), *column*, *align* (*left*, *center*, *right justify*) dan juga isi kolom *measure*.
3. Kembali ke *data view*, lalu klik *analyze* pada *toolbar* pilih *reliability analyze*.
4. Pindahkan variabel yang akan di uji atau klik *Alpha*, *OK*.
5. Dihasilkan *output*, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data hitung dengan data tabel.

#### 3.6.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurannya. Sugiyono (2012:121) berpendapat bahwa hasil penelitian valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pada penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* sebagai variabel X dan Keputusan Pembelian sebagai variabel Y.

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

Teknik uji yang digunakan adalah teknik korelasi melalui Koefisien *Korelasi Product Moment* dari *Karl Pearson* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Suharsimi Arikunto (2010:213)

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam jumlah Y

$\sum X^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Dalam penelitian dapat berinterpretasi terhadap kuatnya suatu hubungan dengan melihat besarnya koefisien korelasi. Berikut Tabel 3.4 yang memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi.

Keputusan pengujian validitas reponden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

**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

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden dikatakan valid jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ )
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ )

Tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan program SPSS *for windows*, maka diketahui dari 13 pernyataan tentang *Consumer Trust* seluruh pernyataan dinyatakan valid. Secara lebih jelas bisa dilihat dari hasil uji validitas pada tabel 3.4.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Validitas *Consumer Trust***

No. Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
<b><i>Consumer Trust (X)</i></b>				
1	Kapabilitas Pos Indonesia dalam bisnis jasa kurir	0,446	0,374	Valid
2	Kesuksesan Pos Indonesia dalam bisnis jasa kurir	0,447	0,374	Valid
3	Pengalaman Pos Indonesia dalam bisnis jasa kurir	0,456	0,374	Valid
4	Keahlian karyawan Pos Indonesia dalam bisnis jasa kurir	0,579	0,374	Valid
5	Kualifikasi jasa kurir Pos Indonesia	0,802	0,374	Valid
6	Perhatian Pos Indonesia kepada konsumen	0,486	0,374	Valid
7	Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap jasa kurir Pos Indonesia	0,382	0,374	Valid
8	Penanganan keluhan konsumen jasa kurir	0,419	0,374	Valid

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

No. Item	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
	Pos Indonesia			
9	Keadilan Pos Indonesia dalam melayani konsumen	0,668	0,374	Valid
10	Konsistensi Pos Indonesia dalam ketepatan mengirimkan paket	0,547	0,374	Valid
11	Pemenuhan janji Pos Indonesia terhadap standard waktu pengiriman	0,753	0,374	Valid
12	Kehandalan Pos Indonesia dalam mengirimkan paket	0,657	0,374	Valid
13	Keselarasn nilai yang diberikan Pos Indonesia dengan keinginan konsumen	0,674	0,374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data 2013 menggunakan SPSS 19 for Windows

Berdasarkan Tabel 3.4 pada instrumen variabel *Consumer Trust* dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada pernyataan Kualifikasi jasa kurir Pos Indonesia yang bernilai 0,802, sedangkan nilai terendah terdapat pada pernyataan Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen terhadap jasa kurir Pos Indonesia yang bernilai 0,382.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan program SPSS for windows, maka diketahui dari 9 pernyataan tentang keputusan pembelian seluruh pernyataan dinyatakan valid. Secara lebih jelas bisa dilihat dari hasil uji validitas pada Tabel 3.5.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian**

Keputusan Pembelian (Y)				
No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keputusan
1	Kepraktisan pengiriman paket melalui	0,603	0,374	Valid

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

	jasa kurir			
2	Kecepatan waktu pengiriman paket dengan jasa kurir	0,436	0,374	Valid
3	Citra merek Pos Indonesia	0,623	0,374	Valid
4	Kepercayaan terhadap merek Pos Indonesia	0,563	0,374	Valid
5	Kesukaan terhadap merek Pos Indonesia	0,408	0,374	Valid
6	Jumlah paket yang dikirimkan dalam satu kali transaksi	0,613	0,374	Valid
7	Frekuensi pengiriman paket	0,689	0,374	Valid
8	Kestrategisan lokasi Pos Indonesia	0,525	0,374	Valid
9	Kemudahan dalam mengakses lokasi Pos Indonesia	0,626	0,374	Valid

Sumber: hasil pengolahan data 2013 menggunakan SPSS 19 for Windows

Pada instrumen variabel keputusan pembelian jasa kurir Pos Indonesia dapat diketahui bahwa pernyataan paling tinggi terdapat pada pernyataan Frekuensi pengiriman paket yang bernilai 0,689 dan nilai terendah terdapat pada pernyataan Kesukaan terhadap merek Pos Indonesia yaitu 0,408.

### 3.6.2.2 Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2012:121) reliabilitas adalah tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur, alat ukur yang reilabel adalah alat ukur yang mampu mengungkap data yang cukup dapat dipercaya. Alat ukur yang mantap dengan sendirinya akan dapat diandalkan, hasilnya bisa diramalkan dan dapat menunjukka tingkat ketepatan.

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

Selain valid penelitian juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Uji reliabilitas ini dilakukan jika seluruh item sudah valid. teknik uji yang digunakan adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah dengan rumus *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum Sb^2}{St^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

$Sr^2$  = Deviasi Standar Total

$\sum Sb^2$  = Jumlah deviasi standar bulir

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$S^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{n-1}$$

Keterangan:

$N$  = Jumlah sampel

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Nilai skor yang dipilih

$S^2$  = Nilai varians

Keputusan pengujian:

**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

1. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan reliabel jika

$$r_{hitung} > r_{tabel}$$

2. Item pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak reliabel

$$\text{jika } r_{hitung} < r_{tabel}$$

Perhitungan reliabilitas item pada penelitian ini menggunakan bantuan dari SPSS 19 *for windows*.

**Tabel 3.6**  
**Hasil Pengujian Realibilitas *Consumer Trust* Dan Keputusan Pembelian Kaos Pada Konsumen Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung**

NO	Variabel	Cronbrach Alpha	r tabel	Kesimpulan
1.	<i>Consumer Trust</i>	0,826	0,374	Reliable
2.	Keputusan Pembelian	0,721	0,374	Reliable

Sumber: hasil pengolahan data 2013 menggunakan SPSS 19 *for Windows*

Dari Tabel 3.5 dapat terlihat bahwa koefisien reliabilitas variabel X dan Y mempunyai nilai masing-masing 0,826 dan 0,721, terbukti lebih besar dari r tabel oleh karena itu, keseluruhan item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner penelitian telah reliabel sesuai dengan uji reliabilitas.

### 3.6.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan untuk menganalisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear

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

berganda dan analisis korelasi. Skala ukur yang digunakan adalah ordinal yaitu data yang jaraknya sama, tetapi tidak mempunyai nilai nol absolut. Pada data, meski terdapat nilai nol, nol tersebut masih bernilai.

Skala pengukuran yang digunakan dalam pengumpulan data adalah skala pengukuran semantik, karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui pengaruh variabel penelitian *Consumer Trust* (X) yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap Keputusan Pembelian (Y). skala pengukuran semantik merupakan metode penulisan yang disusun dengan menggunakan rangkaian kata sifat yang bertentangan (bipolar) serta memiliki unsur evaluasi potensi unsur aktivitas.

Penelitian yang baik adalah jika hasil penelitian tidak diragukan kebenarannya. Maka dari itu perlulah dilakukan analisis data dari setiap data yang didapat. Langkah-langkah dalam teknik analisis data adalah sebagai berikut:

#### **a. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**

Nilai koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan pengaruh, juga untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau menyeluruh terhadap variabel Y. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) menurut Sugiyono (2012 : 151), digunakan koefisien determinasi (Kd), yaitu :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

**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

dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Menurut Sugiyono (2012:182) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3.7**  
**Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2012 : 184)

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda. Menurut Sugiyono (2012:210), “Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya), variabel *dependen*, bila dua variabel *independen* sebagai faktor predictor dimanipulasi (naik turunkan nilainya).”

Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variable yang dianalisis adalah variable *independen* yaitu variable *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability* ( $X_{1.1}$ ), *Benevolence* ( $X_{1.2}$ ), dan *Integrity* ( $X_{1.3}$ ). Sedangkan variabel

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

*dependen* adalah keputusan pembelian. Data hasil tabulasi diterapkan pada pendekatan penelitian yaitu dengan analisis regresi berganda.

Teknik analisis regresi linier ganda dilakukan dengan prosedur kerja sebagai berikut:

1) Uji asumsi regresi

a. *Method of Successive Interval (MSI)*

Semua data ordinal ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan langkah-langkah :

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- b. Berdasarkan frekuensi tersebut, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

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

Data penelitian yang sudah bersekala intervalnya selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independen* dengan variabel *dependen* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

b. Uji asumsi normalitas

Syarat pertama untuk melakukan analisis regresi adalah normalitas, Data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populas dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametric. Pada penelitian ini untuk mendeteksi apakah data yang akan digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot*. Suatu model regresi memiliki data berdistribusi normal apabila sebaran datanya terletak di sekitar garis diagonal pada *Normal Probability Plot* yaitu dari kiri bawah ke kanan atas.

c. Uji asumsi multikolinearitas

Multikolinieritas adalah situasi adanya korelasi yang kuat antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya dalam

**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

analisis regresi. Apabila dalam analisis terdeteksi multikolinieritas maka angka estimasi koefisien regresi yang didapat akan mempunyai nilai yang tidak sesuai dengan substansi, sehingga dapat menyesatkan interpretasi. Selain itu juga nilai standar error setiap koefisien regresi dapat menjadi tidak terhingga. Dua parameter yang paling umum digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* dan nilai VIF (*variance inflation factor*). Suatu regresi dikatakan terdeteksi multikolinieritas apabila nilai VIF menjauhi 1 atau nilai *Tolerance* menjauhi 1. “multikolinieritas dianggap ada jika nilai VIF lebih dari 5”.

d. Uji asumsi heteroskedastisitas

Heteroskedastis adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Residu pada heteroskedastisitas semakin besar apabila pengamatan semakin besar. Suatu regresi dikatakan tidak terdeteksi heteroskedastis apabila diagram pencar residualnya tidak membentuk pola tertentu, dan apabila datanya berpencar di sekitar angka nol (pada sumbu Y).

e. Uji Asumsi Nonautokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi

**Muhama**

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

dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai  $d_u$  dan  $d_l$  dapat diperoleh dari tabel statistic Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

- f. Model persamaan regresi linier ganda  $X_1, X_2, X_3$  atas  $Y$  adalah sebagai berikut:

$$y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

- g. Untuk mencari koefisien regresi  $b_1, b_2, b_3$  dan  $a$  digunakan persamaan silmultan sebagai berikut:

$$\sum X_1Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1X_2 + b_3 \sum X_1X_3$$

$$\sum X_2Y = b_1 \sum X_1X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2X_3$$

$$\sum X_3Y = b_1 \sum X_1X_3 + b_2 \sum X_2X_3 + b_3 \sum X_3^2$$

$$a = \bar{Y} - b_1\bar{X}_1 - b_2\bar{X}_2 - b_3\bar{X}_3$$

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

- h. Setelah harga  $a, b_1, b_2, b_3$ , Diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variable *independen* dengan variable *dependen* dengan rumus berikut:

$$R_{yx1x2x3} = \sqrt{\frac{rx1y + rx2y + rx3y - rx1y \cdot rx2y \cdot rx3y}{1 - (rx1x2x3)^2}}$$

- i. Selanjutnya untuk uji signifikansi koefisien korelasi ganda dicari  $F_{hitung}$  dulu kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ .

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Keterangan :

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

$R$  = Nilai Koefisien Korelasi Ganda

$m$  = Jumlah variable bebas

$n$  = Jumlah Sampel

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  artinya signifikan,

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  artinya tidak signifikan.

Dengan taraf signifikansi :  $\alpha = 0.01$  atau  $\alpha = 0.05$  carilah nilai  $F_{tabel}$  menggunakan Tabel F dengan rumus :

$$F_{tabel} = F_{\{(1-\alpha) \text{ (dk pembilang = m), (dk penyebut = n-m-1)}\}}$$

**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

- j. Menguji signifikansi secara parsial antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan menghitung nilai beta (koefisien jalur), yakni koefisien regresi yang distandarkan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel *independen* terhadap variabel *dependen* dengan rumus berikut :

$$\rho_{YXk} = \frac{S_k}{S_Y} (b_k) \quad (\text{Li, 1975:103 ; Land 1969:9 ; Schumacher\&Lomas, 1996:35 ; dalam Kusenendi, 2005:9})$$

Keterangan :

- $\rho_{YXk}$  = Koefisien regresi yang distandarkan
- $S_k$  = Standar deviasi variabel *independen*
- $S_Y$  = Standar deviasi variabel *dependen*
- $b_k$  = Koefisien regresi variabel *independen*  $X_k$  yang terdapat dalam persamaan regresi

#### 3.6.4 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, variabel yang diaalisis adalah *Consumer Trust* sebagai variabel bebas (X) yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* dan Keputusan Pembelian.

Muhamad Wahab, 2013

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

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini meliputi uji keberartian koefisien arah regresi secara simultan dengan menggunakan uji F. Secara statistik, pengujian hipotesis keberartian arah regresi adalah sebagai berikut:

$H_0 : p < 0$ , menyatakan tidak terdapat pengaruh dari *Consumer Trust* yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.

$H_1 : p \geq 0$ , menyatakan terdapat pengaruh dari yang terdiri dari *Ability*, *Benevolence*, dan *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.

Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan (*overall significance*) variabel bebas X terhadap variabel terikat Y, untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Uji t tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis secara keseluruhan. Hipotesis gabungan ini dapat diuji dengan *analysis of variance* (ANOVA).

Adapun untuk menguji signifikansi variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependen* (Y) secara parsial dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan Dengan mengambil taraf signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 5\%$ ) dan  $df = n-2$  untuk menentukan  $t_{tabel}$ .

Tentukan uji statistik t

$$t = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

rhadap Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pilihan Jasa Kurir  
ada Pengguna Jasa Kiriman Paket di Kantor Pos Pusat Bandung)  
esia | repository.upi.edu

Keterangan :

$t$  = distribusi student

$r$  = koefisien korelasi *product momen*

$n$  = banyaknya data

kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Secara statistic, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

1.  $H_0 : p < 0$ , menyatakan tidak terdapat pengaruh dari *Ability* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.  
 $H_1 : p \geq 0$ , menyatakan terdapat pengaruh dari *Ability* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.

**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

2.  $H_0 : p < 0$ , Menyatakan tidak terdapat pengaruh dari *Benevolence* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.  
 $H_1 : p \geq 0$ , menyatakan terdapat pengaruh dari *Benevolence* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.
3.  $H_0 : p < 0$ , menyatakan tidak terdapat pengaruh dari *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.  
 $H_1 : p \geq 0$ , menyatakan terdapat pengaruh dari *Integrity* terhadap keputusan konsumen dalam menentukan pilihan jasa kurir pada Pos Indonesia.

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