

PENGARUH KEPERCAYAAN PENUMPANG DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI LION AIR KEBERANGKATAN DARI YOGYAKARTA OLEH MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

¹Fammy Aisyah Arswani, ² Faiz Albanna

^{1), 2)} D4 Manajemen Transportasi Udara/Sekolah Tinggi Teknologi Kedurgantaraan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penumpang terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa di DIY, pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa di DIY, pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa di DIY. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas dan metode pemilihan sampel menggunakan purposive sampling terhadap 100 responden Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji f dan uji koefisiensi determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan penumpang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan penumpang, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Penumpang. Kepercayaan penumpang dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Variabel keputusan pembelian dipengaruhi variabel kepercayaan penumpang dan kualitas informasi sebesar 49,7% dan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variasi variabel dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kepercayaan Penumpang, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine: the effect of passenger trust on the decision to purchase Lion Air airline tickets by college students in DIY, the influence of information quality on the decision to purchase Lion Air airline tickets by college students in DIY, the influence of passenger trust and quality. information on the decision to purchase Lion Air airline tickets by college students in DIY. The method used in this study is using quantitative methods, with non-probability sampling techniques and sample selection methods using purposive sampling of 100 college student respondents in the Special Region of Yogyakarta. Hypothesis testing in this study using multiple regression analysis, t test, f test and the coefficient of determination (R^2). The results of this study indicate that passenger trust has a positive and significant effect on passenger trust, information quality has a positive and significant effect on Passenger Trust. Passenger trust and information quality have a simultaneous effect on purchasing decisions by college students in the Special Region of Yogyakarta. The purchase decision variable is influenced by the passenger trust variable and the quality of information by 49.7% and the remaining 50.3% is influenced by other variables outside the variation of the variables in this study.

Keywords: Passenger Trust, Quality of Information and Purchase Decision

Pendahuluan

Transportasi udara merupakan salah satu dari moda transportasi yang memiliki keunggulan utama, yaitu faktor kecepatan yang relatif lebih cepat jika dibandingkan dengan moda transportasi darat, dan laut. Pengembangan transportasi udara di wilayah nasional diarahkan sebagai moda transportasi unggulan transportasi antar provinsi, antar pulau dan internasional. Aktivitas kehidupan sosial merupakan ciri dari keberadaan manusia sebagai sekelompok manusia, keberadaan aktivitas masyarakat tersebut membutuhkan alat atau fasilitas pendukung yang memadai. Sarana penunjang tersebut antara lain layanan transportasi atau jaringan transportasi (Fatimah, 2019). Transportasi terdiri dari tiga jenis yaitu transportasi darat, laut dan udara.

¹Email Address : fammyaisyah@gmail.com

Received 17 Oktober 2022, Available Online 30 Desember 2022

Transportasi udara dianggap mampu bergerak lebih cepat dan memiliki lintasan lurus serta bebas hambatan. Yang tertulis dalam undang – undang Penerbangan No. 1 Tahun 2009, pesawat udara adalah setiap mesin atau alat yang dapat terbang di atmosfer karena gaya angkat dari reaksi udara, tetapi bukan karena reaksi udara terhadap permukaan bumi yang digunakan untuk penerbangan.

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang memiliki kota yang dijuluki sebagai kota pelajar karena memiliki banyak perguruan tinggi dan merupakan kota “tujuan” ketika seseorang akan menuntut ilmu. Hal ini menjadikan Yogyakarta memiliki pelajar dan mahasiswa yang belajar dari luar kota Yogyakarta. Mahasiswa yang menuntut ilmu di Yogyakarta tidak hanya berasal dari luar kota Yogyakarta, namun juga berasal dari luar pulau Jawa bahkan luar negeri. Hal ini menjadikan pesawat sebagai alat transportasi yang dipilih mahasiswa ketika ingin datang dan pergi dari Yogyakarta.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh dua *factor*, menurut Kotler (2005:228) dalam Hamdani & Mawardi (2018) mengatakan bahwa *factor* pertama adalah sikap yang dimiliki orang lain dapat mengurangi alternatif yang disukai seseorang. Faktor kedua adalah faktor situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelian, mengakibatkan konsumen membatalkan keputusan pembahasannya terhadap suatu produk.

Leny Menara (2019) melakukan penelitian terbarunya, yang berisikan bahwa secara simultan kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen online B2C di Kota Medan, peneliti lain yang dilakukan Penia & Putu (2016) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas informasi secara bersama – sama mempengaruhi keputusan pembelian secara online pada situs Traveloka besar pengaruh variabel kepercayaan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian sebesar 61% sedangkan sisanya 39% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dan atas saran dari peneliti sebelumnya, Hamdani & Mawardi (2018) mengharapkan peneliti yang akan datang dapat memperluas objek penelitian, ruang lingkup populasi yang digunakan lebih luas, serta lebih banyak sampel agar hasil yang didapat dalam penelitian semakin spesifik. Hamdani & Mawardi (2018) juga menyarankan kepada peneliti selanjutnya meneliti variabel – variabel lain diluar variabel – variabel yang telah diteliti, agar penelitian memiliki hasil yang diperoleh bervariasi dan memperkaya teori yang ada. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti apakah terdapat pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat. Maka, menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut bagi penulis mengenai pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sehingga peneliti ingin mengajukan judul penelitian “Pengaruh Kepercayaan Penumpang dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penumpang terhadap keputusan penumpang dalam membeli tiket maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta yang dilakukan oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan penumpang dalam membeli tiket maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta yang dilakukan oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, untuk mengetahui pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi secara simultan terhadap keputusan penumpang dalam membeli tiket maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta yang dilakukan oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Tinjauan Pustaka

Kepercayaan Penumpang

Menurut Rofiq (2007:32) dalam Mawey, et al. (2018:1201), kepercayaan (trust) adalah kepercayaan yang dimiliki pihak tertentu terhadap yang lain, dalam hubungan transaksi yang dilakukan berdasarkan keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik, sesuai yang diharapkan.

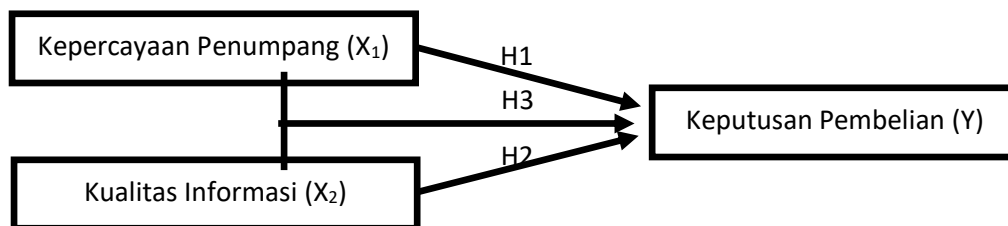
Kualitas Informasi

Menurut Suwardjono (2001:58) dalam Asnawi (2014:41) kualitas informasi melekat pada informasi yang berarti pengguna dan memberikan kepercayaan kepada pengguna sehingga berguna dalam pengambilan keputusan. Kualitas informasi yang dibutuhkan manajemen kaitannya dengan pengambilan keputusan, tujuan kelangsungan organisasi sampai keberhasilan bisnis yaitu kualitas informasi yang mencakup kehandalan, akurasi, komparatif dan saling pengertian (Nicolaou et al.1995; Ussahawanitchahit dan Phonnikornkij, 2005) dalam Yosep dan Indriasih (2020:80).

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif, tetapi dua faktor dapat berada di antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional.

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Dengan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Ho : Kepercayaan Penumpang tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ha : Kepercayaan Penumpang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hipotesis Kedua

Ho : Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ha : Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Hipotesis Ketiga :

Ho : Kepuasan Penumpang dan Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Ha : Kepuasan Penumpang dan Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana peneliti menetapkan permasalahan sebagai indikasi dan fenomena penelitian, selanjutnya menetapkan judul penelitian, mengidentifikasi permasalahan yang terjadi, menetapkan batasan masalah, menetapkan rumusan masalah, menetapkan tujuan manfaat penelitian, menetapkan hipotesis penelitian berdasarkan fenomena dan dukungan teori, menetapkan konsep *variable* sekaligus pengukuran *variable* yang digunakan, menetapkan sumber data, teknik pengumpulan data, melakukan analisis data dan mengambil kesimpulan.

Populasi dan sampel penelitian ini adalah Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan maskapai Lion Air rute keberangkatan dari Yogyakarta. Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 100 responden dari jumlah Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *non probability sampling* atau sampel tidak secara random. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2015:122). Sedangkan metode yang digunakan penulis yaitu *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria – kriteria tertentu dengan tujuan untuk memberikan informasi yang maksimal (Sekaran dan Bouge, (2012:276) dalam Bahri (2018:66).

Pengambilan data pada penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember Tahun 2021. Ditinjau dari segi lokasi, penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan di DIY karena DIY merupakan satu provinsi yang memiliki lebih dari seratus perguruan tinggi dan sekolah tinggi negeri maupun swasta dan juga mahasiswanya banyak yang berasal dari luar DIY. Penelitian ini dilakukan pada akhir tahun 2021. Teknik pengumpulan dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner yang telah diuji validitas dan reliabelitasnya kepada 100 responden yang berisi pernyataan-pernyataan dengan menggunakan skala likert. Teknik pengolahan data menggunakan IBM SPSS *Statistic 25.0*. selanjutnya, menganalisis data menggunakan analisis regresi berganda, pengujian hipotesis dilakukan yaitu uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Responden

Dari 100 responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan, diperoleh informasi usia mulai dari <17 tahun sebanyak 1 orang dengan presentase 1%, usia 17 – 25 tahun sebanyak 91 orang dengan presentase 91%, usia > 25 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8%. Data responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 43 orang dengan presentase sebesar 43% dan data responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang dengan presentase 57%.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana tingkat validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

Jika r hitung $\geq r$ tabel maka item – item pertanyaan di dalam kuesioner berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ maka item – item pertanyaan di dalam kuesioner tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas variabel Kepercayaan Penumpang (X1)

No.	Butir	r hitung	r tabel (N=100)	Keterangan
1	P1	0,642	0,197	Valid
2	P2	0,730	0,197	Valid
3	P3	0,646	0,197	Valid
4	P4	0,398	0,197	Valid
5	P5	0,730	0,197	Valid
6	P6	0,743	0,197	Valid
7	P7	0,611	0,197	Valid
8	P8	0,646	0,197	Valid
9	P9	0,607	0,197	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas variabel Kualitas Informasi (X2)

No.	Butir	r hitung	r tabel (N=100)	Keterangan
1	P1	0,711	0,197	Valid
2	P2	0,776	0,197	Valid
3	P3	0,653	0,197	Valid
4	P4	0,496	0,197	Valid
5	P5	0,662	0,197	Valid
6	P6	0,681	0,197	Valid
7	P7	0,651	0,197	Valid
8	P8	0,687	0,197	Valid
9	P9	0,609	0,197	Valid
10	P10	0,629	0,197	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas variabel Keputusan Pembeli (Y)

No.	Butir	r hitung	r tabel (N=100)	Keterangan
1	P1	0,568	0,197	Valid
2	P2	0,632	0,197	Valid
3	P3	0,647	0,197	Valid
4	P4	0,537	0,197	Valid
5	P5	0,573	0,197	Valid
6	P6	0,610	0,197	Valid
7	P7	0,760	0,197	Valid
8	P8	0,690	0,197	Valid
9	P9	0,729	0,197	Valid
10	P10	0,637	0,197	Valid
11	P11	0,686	0,197	Valid

Uji Reliabilitas

Instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* kuat atau sangat kuat Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepercayaan Penumpang (X1)	0,861	Reliabel

Kualitas Informasi (X2)	0,852	Reliabel
Keputusan Pembeli (Y)	0,855	Reliabel

Uji Analisis Data

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas atau *independent* (kepercayaan penumpang dan kualitas informasi) terhadap variabel terikat atau *dependent* yaitu keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* 25.0 diperoleh nilai konstanta sebesar 9,811. Koefisien kepercayaan penumpang sebesar 0,433, koefisien kualitas informasi sebesar 0,448. Maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut: $Y=9,811+0,433X_1+0,448X_2$

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Kepercayaan Penumpang

X₂ = Kualitas Informasi

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	Signifikansi
Kepercayaan Penumpang	2,195	0,031
Kualitas Informasi	2,567	0,012

Berdasarkan tabel diatas didapatkan besar nilai t-hitung variabel Kepercayaan Penumpang (X1) sebesar $1,985 < 2,195$ dan besar nilai t-hitung variabel Kualitas Informasi (X2) sebesar $1,985 < 2,567$, maka diketahui H1 dan H2 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan penumpang dan kualitas informasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2092,799	2	1046,399	47,993	.000 ^b
	Residual	2114,911	97	21,803		
	Total	4207,710	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS INFORMASI, KEPERCAYAAN PENUMPANG

Berdasarkan Tabel 2, didapatkan f-hitung sebesar $47,399 > 3,089$ f_{tabel} , artinya H3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.705 ^a	.497	.487	4.669

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja

Berdasarkan Tabel 3, menunjukkan nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,497, hal ini berarti terdapat pengaruh antara kepercayaan penumpang dan kualitas informasi sebesar 49,7% terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut membuktikan bahwasanya terdapat pengaruh kepercayaan penumpang dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta sebesar 0,497 atau 49,7%, dinyatakan ke dalam korelasi sedang sesuai dengan interval koefisien. Sedangkan sisanya yaitu 50,3% dijelaskan oleh variabel yang lain diluar dari variasi variabel dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Kepercayaan Penumpang terhadap Keputusan Pembelian tiket maskapai Lion Air oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan uji parsial (Uji t) yang diperoleh, maka diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kepercayaan penumpang terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air. Pengujian pengaruh variabel kepercayaan penumpang terhadap keputusan pembelian tiket dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar $2,195 > t$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,03 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan penumpang terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa DIY.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan penumpang maka akan meningkatkan keputusan pembelian tiket. Dalam hal ini ketika penumpang merasa percaya kepada maskapai Lion Air seperti dalam hal pelayanan yang diberikan kemudian tidak lepas dari keamanan dan keselamatan, maka akan mempengaruhi keputusan penumpang untuk melakukan pembelian tiket.

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Tiket maskapai Lion Air oleh Mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berdasarkan hasil analisis statistik menggunakan uji parsial (uji t) yang diperoleh, maka diketahui terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air. Pengujian pengaruh variabel kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket dapat diketahui dengan melihat nilai t hitung sebesar $2,567 > t$ tabel 1,985 dan nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas informasi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa DIY.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas informasi yang diberikan oleh maskapai maka akan meningkatkan keputusan pembelian tiket. Dalam hal ini ketika penumpang merasa percaya kepada maskapai Lion Air seperti halnya dalam informasi yang di berikan maskapai akurat dan informasi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan penumpang, maka akan mempengaruhi keputusan penumpang untuk melakukan pembelian tiket.

Pengaruh Kepercayaan Penumpang dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian tiket maskapai Lion Air oleh Mahasiswa DIY.

Berdasarkan uji simultan (Uji F) menunjukkan nilai Fhitung sebesar 47,993 nilai ini lebih besar dari Ftabel 3,089 dengan probabilitas sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) yang berarti kepercayaan penumpang dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Lion Air oleh mahasiswa Daerah Istimewa Yogyakarta. Dan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R^2 sebesar 0,497 yang artinya kedua variabel independent bersama – sama mempengaruhi variabel dependen sebesar 49,7% dan sisanya 50,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Berdasarkan dalam penelitian ini membuktikan bahwa, ketika penumpang memiliki kepercayaan terhadap maskapai maka akan mempengaruhi meningkatnya keputusan penumpang dalam membeli tiket, dan sebaliknya ketika penumpang merasa kurang percaya terhadap maskapai maka tingkat keputusan pembelian tiket akan menurun. Begitu juga dengan informasi yang diberikan oleh maskapai, ketika kualitas informasi diberikan secara tepat kepada penumpang maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan dalam pembelian tiket begitu juga sebaliknya.

Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Variabel Kepercayaan Penumpang (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepercayaan Penumpang (Y). Hasil pengolahan dan komputersasi menggunakan program SPSS versi 25.0 diperoleh nilai t hitung sebesar $2,195 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$.

Variabel Kualitas Informasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepercayaan Penumpang (Y). Hasil pengolahan dan komputersasi menggunakan program SPSS versi 25.0 diperoleh nilai t hitung sebesar $2,567 > t$ tabel $1,985$ dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$.

Kepercayaan Penumpang (X1) dan Kualitas Informasi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan Uji Simultan (Uji F) sehingga menghasilkan nilai f-hitung sebesar $47,993 > F$ tabel $3,098$.

Daftar Pustaka

- Aznawi, M. F. (2014). PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, KUALITAS LAYANAN, DAN PARTISIPASI PENGGUNA. *Jurnal Lentera ICT*, 2338-3143.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Fatimah, S. (2019). PENGANTAR TRANSPORTASI. Ponorogo: Myria Publisher.
- Hamdani, M. Y. dan Mawardani (2019). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 163-171.
- Kotler, Philip dan Armstrong (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mawey, T. C., Tumbel, A. L., dan Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 1198-1207.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.