

## ABSTRAK

**Marvin, 181010283, 2022, Pengaruh Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Pada CV. Karya Sentosa, STIE Eka Prasetya, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Pembimbing II: Dra. Pesta Gultom, M.M.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Jasa terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa, mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa, mengetahui pengaruh Kualitas Jasa dan Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden, data sekunder diperoleh dari data dan literatur yang berkenaan dengan permasalahan yang dibahas. Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh perusahaan yang menggunakan jasa perusahaan selama periode 2020 sebanyak 38 perusahaan. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 38 perusahaan, maka teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah teknik sampel jenuh dimana seluruh populasi akan dijadikan sampel penelitian karena jumlah populasi dinilai relatif kecil. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil analisis memberikan persamaan **Keputusan Menggunakan Jasa = 4,334 + 0,519 Kualitas Jasa + 0,453 Kepercayaan + e**.

Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Jasa memiliki nilai  $t_{hitung} (3,696) > t_{tabel} (2,028)$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Jasa terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa. Hasil analisis menunjukkan Kepercayaan memiliki nilai  $t_{hitung} (3,566) > t_{tabel} (2,028)$  dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kepercayaan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Jasa dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa berdasarkan nilai  $F_{hitung} (22,080) > F_{tabel} (3,27)$  dengan signifikansi  $0,00 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Jasa dan Kepercayaan secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan Jasa pada CV. Karya Sentosa. Hasil penelitian ini didukung oleh nilai R Square ( $R^2$ ) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,558 artinya variabel Keputusan Menggunakan Jasa dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Jasa dan Kepercayaan sebesar 55,8% sedangkan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti komunikasi, harga, promosi dan berbagai variabel lainnya.

**Kata Kunci: Kualitas Jasa, Kepercayaan, Keputusan Menggunakan Jasa**

## ABSTRACT

**Marvin, 181010283, 2022, *The Effect of Service Quality and Trust on Decisions to Use Services in CV. Karya Sentosa, STIE Eka Prasetya, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si., Advisor II: Dra. Pesta Gultom, M.M.***

*This study aims to determine the effect of Service Quality on Decisions to Use Services at CV. Karya Sentosa, knowing the effect of Trust on the Decision to Use Services on CV. Karya Sentosa, knowing the effect of Service Quality and Trust on Decisions to Use Services on CV. Sentosa's work.*

*The research methodology used is descriptive quantitative method. The type of data used in this study is quantitative data, namely data obtained in the form of numbers or numbers. Sources of data in the form of primary data and secondary data. Primary data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents, secondary data was obtained from data and literature relating to the problems discussed. The research population that will be used in the study are all companies that use the company's services during the 2020 period as many as 38 companies. Because the population used is 38 companies, the sample collection technique used is a saturated sample technique where the entire population will be used as a research sample because the population is considered relatively small. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method. The results of the analysis give the equation of Decision to Use Services =  $4.334 + 0.519 \text{ Service Quality} + 0.453 \text{ Trust} + e$ .*

*The results of the research analysis show that Service Quality has a value of  $t_{count} (3.696) > t_{table} (2.028)$  with a significant level of  $0.001 < 0.05$  so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Service Quality on Decisions to Use Services on CV. Sentosa's work. The results of the analysis show that Trust has a value of  $t_{count} (3.566) > t_{table} (2.028)$  with a significant level of  $0.001 < 0.05$  so it can be concluded that there is a partially significant positive effect between Trust on Decisions to Use Services on CV. Sentosa's work.*

*The results showed that Service Quality and Trust had a positive and significant effect on the Decision to Use Services on CV. Karya Sentosa based on the value of  $F_{count} (22,080) > F_{table} (3.27)$  with a significance of  $0.00 < 0.05$  so it can be concluded that there is a significant influence between Service Quality and Trust Simultaneously on the Decision to Use Services at CV. Sentosa's work. The results of this study are supported by the value of R Square ( $R^2$ ) or the coefficient of determination obtained is 0.558, meaning that the variable of Decision to Use Services can be explained by the Service Quality and Trust variable of 55.8% while the remaining 44.2% is influenced by other factors originating from from outside this research model such as communication, price, promotion and various other variables.*

**Keywords: Service Quality, Trust, Decision to Use Services.**