

ABSTRAK

Faris Yusuf Gustio. 2015. *Pengaruh Pelayanan Dan Testimoni Pada Bisnis Mikro Secara Online Terhadap Kepercayaan Konsumen*. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Pembimbing: (I) Dr. Mahmud Yusuf, M.SI., (II) Annisa Sayyid, S.HI, M.S.I

Penelitian ini dilatarbelakangi rendahnya tingkat kepercayaan konsumen pada bisnis mikro secara online. Belanja online sudah menjadi tren pada kalangan remaja tak terkecuali mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin. Banyak mahasiswa yang pernah berbelanja secara online.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel pelayanan (X_1) dan variabel testimoni (X_2) sebagai variabel independen, terhadap kepercayaan konsumen (Y), sebagai variabel dependen.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin yang pernah belanja online, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang pernah berbelanja secara online. Alat analisis yang digunakan untuk menguji data adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel pelayanan dan testimoni pada bisnis mikro secara online berpengaruh sebesar 0,605 terhadap kepercayaan konsumen berarti tingkat signifikansi pengaruh dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat. Secara simultan (uji F) variabel pelayanan dan testimoni pada bisnis mikro secara online terhadap kepercayaan konsumen dengan hasil F hitung sebesar 28.014 > daripada nilai F tabel 3,09. Secara parsial (uji t) variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 4,680 dan taraf signifikansi 0,000. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel testimoni juga berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,266 dengan taraf signifikansi 0,002 nilai t hitung keduanya > dari t tabel 1,98472. Semakin baik pelayanan dan testimoni maka semakin tinggi pula kepercayaan konsumen.