

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
KERETA API MENGGUNAKAN APLIKASI KAI ACCESS
(Studi pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

REZA FEBRIANTO PUTRA

1602010152

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
KERETA API MENGGUNAKAN APLIKASI KAI ACCESS
(Studi pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwokerto)**



SKRIPSI

Oleh:

REZA FEBRIANTO PUTRA

1602010152

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing



M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si

NIK. 2160159

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Febrianto Putra
NIM : 1602010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 3 Februari 2020

Yang membuat pernyataan



Reza Febrianto Putra

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh :

Nama : Reza Febrianto Putra
NIM : 1602010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul : Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Kepercayaan
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket
Kereta Api Menggunakan Aplikasi KAI *Access* di
Stasiun Purwokerto.

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si. ()

Anggota 1 : Arini Hidayah, S.E, M.Si. ()

Anggota 2 : Fatmah Bagis, S.E, M.Si. ()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 3 Februari 2020

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Drs. Tubastuvi, S.E., M.Si.

NIK. 2160187

MOTTO

- ❖ Gunakan waktu sebaik-baiknya, karena waktu sangat berharga.
- ❖ Bekerja keras dan bersikap baiklah. Hal luar biasa akan terjadi.
- ❖ Semua kemajuan terwujud diluar zona nyaman.
- ❖ Ketakutan tidak ada dimanapun, kecuali didalam pikiran.
- ❖ Karunia Allah SWT yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan. (Ali bin Abi Thalib).
- ❖ *Build your own dreams, or someone else will hire you to build theirs.*

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Bapak dan Ibuku tercinta (Bapak Rasito dan Ibu Sutarsih) sebagai tanda sayang, bakti, hormat dan terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, kerja keras, motivasi, dan do'a yang telah diberikan selama ini.

Kakak dan adikku tersayang sebagai tanda terima kasih atas dukungan, motivasi, dan do'a selama ini.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillahirabil'alamiin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayahnya-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Anjar Nugroho, M.S.I., M.H.I selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Hermin Endratno, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Dra. Tri Septin Muji Rahayu, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing akademik yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan selama 3,5 tahun ini.
5. M. Agung Miftahuddin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Untuk kedua orang tua Bapak Rasito dan Ibu Sutarsih. Kakak Ita Juli Astari S.Pd dan Adik Andre Tri Ferdiansyah, yang selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
8. Untuk Embah Sinem yang selalu memberikan do'a sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Untuk Kusuma Wardani, terimakasih yang selalu memberikan dukungan moral, kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas kepada penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
10. Untuk sahabat-sahabat pejuang skripsi, Supriyadi, Widi Herdiawan, M. Azam Abdulloh, Yudith Foran Alfayed, M. Ari Sandi, Imansyah Berkah, Yusuf Setiadi, M. Joshua, Febri Bayu Mukti, Yudha Asta Nugraha, Hilman Zuhdi dan Rendi Akbar terimakasih atas canda tawa, masukan, semangat, motivasi, do'a dan segala bentuk persahabatan yang luar biasa selama ini.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 kelas C angkatan 2016. Semangat dan sukses selalu untuk kita semua. Sampai bertemu di puncak kesuksesan.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah Subhanahu wa Ta'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 3 Februari 2020

Penulis

Reza Febrianto Putra



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reza Febrianto Putra
NIM : 1602010152
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis Karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah yang berjudul :

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API
MENGUNAKAN APLIKASI KAI ACCESS
(Studi pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwokerto)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Purwokerto, 3 Februari 2020

Yang Menyatakan



Reza Febrianto Putra

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET KERETA API
MENGUNAKAN APLIKASI KAI *ACCESS*
(Studi pada Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwokerto)**

Reza Febrianto Putra¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : febriantoreza86@gmail.com

M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Email : Amif_ump@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh motivasi, persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian tiket kereta api menggunakan aplikasi KAI *Access*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling*, teknik yang digunakan adalah *non random sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah penumpang kereta api di Stasiun Purwokerto, jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 139 responden. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa motivasi, persepsi dan kepercayaan konsumen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kepercayaan konsumen.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Motivasi, Persepsi, Kepercayaan Konsumen.

**THE EFFECT OF CONSUMER MOTIVATION, PERCEPTION AND TRUST
ON THE PURCHASE DECISION OF TRAIN TICKETS USING THE KAI
ACCESS APPLICATION**

(Study of Railway Passengers at Purwokerto Station)

Reza Febrianto Putra¹

Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University Purwokerto

Email: febriantoreza86@gmail.com

M. Agung Miftahuddin, S.E, M.Si²

Faculty of Economics and Business

Muhammadiyah University Purwokerto

Email: Amif_ump@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of motivation, perception and consumer confidence on purchasing decisions of train tickets using the KAI Access application. The sampling technique uses purposive sampling method, the technique used is non random sampling. The population in this study were train passengers at Purwokerto Station, the number of samples in this study amounted to 139 respondents. The research methods used in this study are the validity test, reliability test, classic assumption test, coefficient of determination, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Based on the test results, it is known that motivation, perception and consumer confidence partially have a significant effect on purchasing decisions. The variable that has the most influence on purchasing decisions is consumer confidence.

Keywords: Purchasing Decisions, Motivation, Perception, Consumer Trust.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENYERTAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	
A...Latar Belakang	1
B...Rumusan Masalah	5
C...Pembatasan Masalah	5
D...Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A...Landasan Teori	8
B...Penelitian Terdahulu	13
C...Kerangka Pemikiran	16
D...Hipotesis	18

BAB III. METODE PENELITIAN

A...Jenis Penelitian	19
B...Populasi dan Sampel	19
C...Metode Pengumpulan Data	21
D...Variabel Penelitian	21
E... Definisi Operasional	22
F... Metode Analisis Data	23

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A...Hasil Penelitian	34
B...Pembahasan	62

BAB V. PENUTUP

A...Kesimpulan	69
B... Keterbatasan Penelitian	69
C... Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	42
Tabel 4.2 Deskripsi Responden	43
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Motivasi (X ₁)	46
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi (X ₂)	47
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepercayaan Konsumen (X ₃)	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smornov Test</i>	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Pengujian <i>Uji Park</i>	52
Tabel 4.11 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R ²)	54
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.13 Hasil Uji F	58
Tabel 4.14 Hasil Uji t	59
Tabel 4.15 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Keputusan Pembelian ...	63
Tabel 4.16 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Motivasi	64
Tabel 4.17 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Persepsi	66
Tabel 4.18 Nilai Rata-rata Butir Pertanyaan Kuesioner Kepercayaan Konsumen	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 3.1 Kurva Uji F	28
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	30
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga	31
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat	32
Gambar 4.1 Kurva Uji F	58
Gambar 4.2 Kurva Uji t	60
Gambar 4.3 Kurva Uji t	61
Gambar 4.4 Kurva Uji t	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	75
Lampiran 2 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden	82
Lampiran 3 Data Responden	83
Lampiran 4 Tabulasi Data	90
Lampiran 5 Uji Validitas	107
Lampiran 6 Uji Reliabilitas	111
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik	112
Lampiran 8 Uji Determinasi R^2	114
Lampiran 9 Regresi Linier Berganda dan Uji t	115
Lampiran 10 Uji F	116
Lampiran 11 r Tabel	117
Lampiran 12 t Tabel	122
Lampiran 13 F Tabel	127