

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:
Saudara Responden
di tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara (UNISNU JEPARA). Saat ini saya sedang mengadakan penelitian akhir (Skripsi) yang berjudul “PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN, CITRA PERUSAHAAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA OJEK ONLINE (Studi Pada Pengguna Layanan Ojek Online Grab-Food Di Kota Jepara)” Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner yang saya lampirkan. Pengisian kuesioner ini bertujuan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar jika sesuai petunjuk pengisian dan keadaan Saudara. Oleh karena itu, saya berharap seluruh pertanyaan dijawab dengan sejujur-jujurnya. Atas kesediaan dan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Melinda Dwi Rahayu
NIM. 141110001355

I. Data Umum Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis kelamin : 1. Laki-laki 2. Perempuan
3. Pendapatan per bulan:

- a. < Rp 1.000.000,00
 - b. Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00
 - c. > Rp 1.500.000,00
4. Status
- a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Swasta
 - c. PNS
 - d. Wiraswasta
5. Tingkat Pendidikan Terakhir : (Pilih salah satu alternatif jawaban)
- a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. S1-S3
6. Berapa kali saudara menggunakan jasa Gojek dalam 6 bulan terakhir ?
- a. <2 kali
 - b. 3 kali
 - c. 4 kali
 - d. Lebih dari 5 kali

II. Daftar Pernyataan

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan Saudara.

Keterangan:

No	Pilihan Jawaban	Skor/nilai
1	STS = Sangat Tidak Setuju	1
2	TS = Tidak Setuju	2
3	RR = Ragu-ragu	3
4	S = Setuju	4
5	SS = Sangat Setuju	5

1. Kepercayaan Konsumen

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS
1	Grab tetap bersedia mengantarkan pesanan pelanggan meskipun pelanggan berada di lokasi jauh.					
2	Grab mampu mengatasi masalah dan memberi solusi dan pilihan yang dihadapi oleh konsumen					
3	Grab mampu memberikan informasi perlindungan dan jaminan keselamatan terhadap konsumen					

2. Citra Perusahaan

NO	PERNYATAAN	STS	TS	RR	S	SS
1	Menurut saya citra perusahaan Grab paling baik dibanding perusahaan sejenisnya					
2	Grab adalah perusahaan jasa transportasi online yang memiliki kualitas dan integritas yang sangat baik disemua layanannya					
3	Grab bertanggung jawab terhadap keluhan pelanggan pasca penggunaan jasa.					

3. Citra Merek

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Semua fasilitas dan layan Grab berfungsi dengan baik					
2	Grab selalu bersedia untuk mengantar para pelanggan ke lokasi manapun.					
3	Kendaraan yang digunakan driver Grab memiliki performa yang baik.					
4	Grab memberikan nilai lebih yaitu keamanan bagi para pelanggan.					

4. Keputusan Konsumen

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan layanan Grab karena adanya kebutuhan agar pesanan cepat sampai ketujuan					
2	Grab dapat menjadi solusi saat adanya kemacetan dan kemudahan memnuhi kebutuhan					
3	Saya mantap menggunakan layanan Grab					
4	Saya tidak mempertimbangkan layanan ojek online lain selain Grab					

Lampiran 2 Instrumen Penelitian

Responden	Kepercayaan			Jumlah	Citra Perusahaan			Jumlah
	Kosumen (X1)				(X2)			
	1	2	3		1	2	3	
1	3	3	3	9	3	3	4	10
2	3	3	3	9	3	4	4	11
3	3	3	4	10	4	3	4	11
4	3	3	3	9	3	3	4	10
5	3	3	3	9	4	4	4	12
6	3	3	3	9	3	3	4	10
7	3	3	3	9	4	3	3	10
8	3	3	3	9	3	3	4	10
9	3	3	3	9	3	4	4	11
10	3	3	3	9	4	3	4	11
11	3	3	3	9	3	3	4	10
12	3	3	3	9	3	3	3	9
13	4	3	3	10	4	3	3	10
14	4	3	3	10	3	4	4	11
15	3	3	3	9	4	4	3	11
16	4	3	3	10	3	4	4	11
17	3	3	3	9	3	4	3	10
18	4	4	3	11	3	4	4	11
19	3	4	4	11	4	5	3	12
20	5	3	4	12	4	4	4	12
21	3	3	3	9	4	4	3	11
22	4	4	4	12	4	3	4	11
23	3	4	4	11	4	3	3	10
24	5	4	3	12	4	4	4	12
25	4	3	4	11	4	4	3	11
26	4	4	4	12	4	4	5	13

27	4	4	4	12	4	4	3	11
28	3	4	4	11	4	4	4	12
29	3	4	3	10	5	5	5	15
30	4	4	4	12	5	5	5	15
31	3	4	4	11	5	5	5	15
32	4	3	4	11	4	4	5	13
33	4	4	4	12	4	4	5	13
34	4	4	4	12	4	4	4	12
35	4	4	4	12	4	4	4	12
36	3	4	3	10	4	3	4	11
37	4	3	4	11	3	3	4	10
38	4	4	4	12	3	3	5	11
39	3	4	3	10	5	5	5	15
40	3	3	3	9	4	4	5	13
41	4	3	4	11	5	5	5	15
42	4	4	4	12	4	4	4	12
43	4	4	4	12	4	4	5	13
44	4	3	3	10	4	4	5	13
45	4	4	3	11	5	5	5	15
46	4	4	3	11	5	5	4	14
47	4	4	3	11	4	4	5	13
48	4	4	3	11	4	4	4	12
49	3	4	3	10	3	4	5	12
50	3	4	3	10	4	4	4	12
51	4	4	3	11	4	5	5	14
52	3	4	3	10	4	5	4	13
53	4	4	4	12	4	4	5	13
54	3	4	4	11	4	4	5	13
55	4	4	4	12	4	4	5	13
56	4	4	3	11	4	4	4	12

57	4	4	3	11	4	4	5	13
58	4	4	4	12	4	4	4	12
59	4	4	4	12	4	4	4	12
60	4	4	4	12	4	5	4	13
61	4	4	4	12	3	4	4	11
62	4	4	4	12	4	4	4	12
63	4	4	4	12	4	4	5	13
64	4	4	4	12	4	4	4	12
65	4	4	4	12	4	4	4	12
66	3	4	4	11	4	4	5	13
67	3	4	4	11	3	4	4	11
68	3	4	5	12	5	5	4	14
69	4	3	4	11	4	5	5	14
70	4	4	3	11	4	4	4	12
71	3	3	4	10	4	4	5	13
72	4	4	5	13	4	4	4	12
73	3	4	3	10	5	5	5	15
74	4	4	3	11	5	5	4	14
75	3	4	4	11	4	4	5	13
76	4	4	5	13	4	4	4	12
77	3	3	4	10	4	4	4	12
78	4	4	5	13	4	4	5	13
79	3	4	4	11	4	4	4	12
80	4	4	5	13	5	5	5	15
81	4	3	4	11	4	4	4	12
82	4	4	4	12	4	4	4	12
83	4	4	4	12	4	4	4	12
84	4	3	4	11	4	4	4	12
85	4	4	3	11	4	3	3	10
86	3	4	3	10	4	4	4	12

87	3	4	4	11	4	4	4	12
88	3	4	4	11	4	3	4	11
89	4	4	3	11	5	5	5	15
90	4	3	4	11	3	3	3	9
91	4	4	3	11	4	4	4	12
92	4	3	3	10	4	4	4	12
93	4	4	4	12	4	5	4	13
94	4	4	4	12	5	4	4	13
95	4	4	4	12	4	3	4	11
96	4	4	3	11	4	3	3	10
97	4	4	4	12	5	5	5	15
98	4	4	4	12	5	5	5	15
99	4	4	4	12	3	3	4	10
100	4	3	4	11	4	4	4	12

Responden	Citra Merek (X3)				Jumlah	Keputusan Pembelian (Y)				Jumlah
	1	2	3	4		1	2	3	4	
1	3	3	3	3	12	3	4	4	3	11
2	5	3	4	3	15	4	4	4	4	12
3	5	3	4	3	15	4	4	4	3	12
4	5	5	3	3	16	3	3	4	3	10
5	4	3	3	3	13	5	3	3	3	11
6	3	5	5	3	16	3	4	3	3	10
7	5	4	3	3	15	4	4	4	3	12
8	3	2	4	3	12	3	3	4	3	10
9	3	4	5	3	15	4	4	3	3	11
10	3	2	4	3	12	4	3	3	3	10
11	4	3	4	3	14	3	5	4	3	12
12	5	4	5	3	17	4	4	4	3	12

13	4	3	5	3	15	4	3	3	3	10
14	5	2	4	3	14	4	4	4	3	12
15	3	3	5	3	14	4	3	4	3	11
16	3	2	4	3	12	5	4	5	3	14
17	4	3	4	3	14	4	5	4	3	13
18	4	4	4	4	16	5	5	4	4	14
19	3	3	3	4	13	4	4	5	4	13
20	3	3	4	3	13	5	4	5	3	14
21	3	4	4	3	14	4	5	4	4	13
22	3	4	4	4	15	4	5	5	4	14
23	3	5	4	4	16	5	5	4	3	14
24	3	5	4	4	16	4	3	4	4	11
25	4	4	4	3	15	4	4	3	4	11
26	4	4	4	4	16	3	4	4	4	11
27	3	4	4	4	15	4	3	4	4	11
28	4	4	4	4	16	3	3	3	3	9
29	4	3	4	4	15	3	4	4	4	11
30	4	4	4	4	16	4	4	5	4	13
31	5	5	5	4	19	4	5	5	4	14
32	4	4	4	3	15	4	3	3	4	10
33	5	4	4	4	17	5	4	3	4	12
34	4	4	4	4	16	4	3	4	4	11
35	4	5	4	4	17	3	4	4	3	11
36	5	5	5	4	19	3	4	4	4	11
37	4	4	4	3	15	4	3	3	4	10
38	3	4	4	4	15	4	5	5	3	14
39	5	5	5	4	19	5	4	3	3	12
40	5	5	5	3	18	4	4	4	4	12
41	4	4	4	3	15	4	3	3	4	10
42	4	4	4	4	16	4	4	3	4	11

43	4	4	4	4	16	3	3	3	3	9
44	4	4	4	3	15	5	5	5	3	15
45	4	3	4	4	15	4	4	4	3	12
46	3	3	3	4	13	5	5	4	3	14
47	4	5	4	4	17	4	4	4	3	12
48	3	4	4	4	15	3	5	5	3	13
49	4	4	4	4	16	4	3	4	3	11
50	5	5	5	4	19	3	4	3	3	10
51	5	5	5	4	19	4	4	3	3	11
52	5	4	5	4	18	4	4	4	4	12
53	4	4	5	4	17	5	4	4	4	13
54	4	4	4	4	16	3	3	3	4	9
55	4	4	4	4	16	5	5	4	3	14
56	4	4	4	4	16	3	3	3	3	9
57	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
58	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
59	4	4	4	4	16	4	3	4	4	11
60	4	4	4	4	16	4	3	4	4	11
61	4	4	4	4	16	5	4	4	4	13
62	4	4	4	4	16	4	5	4	4	13
63	4	4	4	4	16	3	4	4	4	11
64	4	4	4	4	16	4	4	3	4	11
65	4	4	4	4	16	3	4	5	4	12
66	4	4	4	4	16	4	5	5	4	14
67	4	4	4	4	16	4	4	4	5	12
68	5	5	5	4	19	4	4	4	4	12
69	4	4	4	3	15	4	4	3	3	11
70	4	5	4	4	17	4	4	4	4	12
71	4	4	4	3	15	4	4	4	5	12
72	4	4	4	4	16	5	3	5	3	13

73	5	5	4	4	18	3	4	4	3	11
74	5	5	4	4	18	5	4	4	4	13
75	4	4	5	4	17	4	4	4	5	12
76	4	4	5	4	17	4	3	3	4	10
77	4	4	4	3	15	4	4	4	5	12
78	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
79	4	4	4	4	16	5	3	4	5	12
80	5	5	5	4	19	4	4	4	4	12
81	4	4	4	3	15	4	3	4	4	11
82	4	4	4	4	16	5	4	3	4	12
83	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
84	4	4	4	3	15	5	5	4	3	14
85	3	4	4	4	15	5	4	3	3	12
86	4	3	4	4	15	4	5	4	4	13
87	3	3	4	4	14	3	4	3	4	10
88	4	4	4	4	16	3	4	3	3	10
89	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
90	4	4	4	3	15	4	3	4	3	11
91	4	5	5	4	18	5	3	3	3	11
92	4	4	5	3	16	4	4	4	4	12
93	4	4	5	4	17	4	4	4	4	12
94	5	4	5	4	18	4	4	4	4	12
95	4	4	4	4	16	4	4	4	3	12
96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	12
97	5	5	5	4	19	4	4	3	4	11
98	5	5	5	4	19	4	3	4	4	11
99	3	3	3	4	13	4	4	3	4	11
100	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15

Lampiran 3 Distribusi Kuesioner Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1.	Penyebaran kuesioner	100
2.	Pengembalian kuesioner	100
3.	Kuesioner tidak memenuhi kriteria	0
4.	Tingkat pengembalian (<i>respon rate</i>)	100%

Sumber: Data primer diolah, 2019

**Lampiran 4 Distribusi Karakteristik Responden Pengguna Layanan Grab
Di Jepara**

Jenis kelamin	Pendapatan		Pendidikan terakhir		Status	
	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	42	42	37	37	33	33
Perempuan	58	58	63	63	67	67
Jumlah	100	100	100	100	100	100

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Variabel Kepercayaan Konsumen (X1)

Item Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS		Σ Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	0	0	0	0	28	28	60	60	2	2	364	3,6
X1.2	0	0	0	0	33	33	67	67	0	0	367	3,7
X1.3	0	0	0	0	43	43	52	52	18	18	362	3,6

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Variabel Citra Perusahaan (X2)

Item Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS		Σ Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	0	0	0	0	19	19	66	66	15	15	396	4,0
X2.2	0	0	0	0	21	21	59	59	19	19	399	4,0
X2.3	0	0	0	0	13	13	56	56	31	31	418	4,2

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Variabel Citra Merek (X3)

Item Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS		Σ Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	0	0	0	0	20	20	59	59	21	21	401	4,0
X3.2	0	0	4	4	21	21	60	60	20	20	396	4,0
X3.3	0	0	0	0	16	16	70	70	23	23	416	4,2
X3.4	0	0	0	0	33	33	67	67	0	0	367	3,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	STS		TS		RR		S		SS		Σ Skor	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	0	0	0	0	20	20	61	61	18	18	399	4,0
Y1.2	0	0	0	0	26	26	58	58	16	16	390	3,9
Y1.3	0	0	0	0	28	28	60	60	12	12	384	3,8
Y1.4	0	0	0	0	43	43	52	52	5	5	362	3,6

Sumber: Data Primer diolah, 2019

Lampiran 6 Distribusi Hasil Uji Validitas

Kepercayaan Konsumen (X1)

Nomor Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,686	> 0,195	Valid
2	0,667	>0,195	Valid
3	0,754	>0,195	Valid

Sumber: Data Primerdiolah, 2019

Citra Perusahaan (X2)

Nomor Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,808	> 0,195	Valid
2	0,865	>0,195	Valid
3	0,748	>0,195	Valid

Sumber: Data Primerdiolah, 2019

Citra Merek (X3)

Nomor Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,708	> 0,195	Valid
2	0,833	>0,195	Valid
3	0,655	>0,195	Valid
4	0,512	>0,195	Valid

Sumber: Data Primerdiolah, 2019

Keputusan Pembelian (Y)

Nomor Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,885	> 0,195	Valid
2	0,873	>0,195	Valid
3	0,859	>0,195	Valid
4	0,852	>0,195	Valid

Sumber: Data Primerdiolah, 2019

Lampiran 7 Distribusi Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Kepercayaan konsumen	0,932	3
2	Citra perusahaan	0,730	3
3	Citra merek	0,625	4
4	Keputusan pembelian	0,944	4

Sumber: Data Primerdiolah, 2019

Lampiran 8 Hasil Uji Korelasi

Kepercayaan Konsumen (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Kepercayaan Konsumen
X1.1	Pearson Correlation	1	,209*	,243*	,686**
	Sig. (2-tailed)		,037	,015	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,209*	1	,274**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,037		,006	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,243*	,274**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,015	,006		,000
	N	100	100	100	100
Kepercayaan Konsumen	Pearson Correlation	,686**	,667**	,754**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	7,29	,976	,928	,847
X1.2	7,26	1,144	,831	,930
X1.3	7,31	,923	,845	,924

Citra Perusahaan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Citra Perusahaan
X2.1	Pearson Correlation	1	,643**	,342**	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,643**	1	,445**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,342**	,445**	1	,748**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	,808**	,865**	,748**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8,17	1,193	,580	,616
X2.2	8,14	1,011	,658	,509
X2.3	7,95	1,240	,437	,781

Citra Merek (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Citra merek
X3.1	Pearson Correlation	1	,413**	,353**	,077	,708**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,444	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,413**	1	,388**	,375**	,833**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,353**	,388**	1	,093	,655**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,360	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,077	,375**	,093	1	,512**
	Sig. (2-tailed)	,444	,000	,360		,000
	N	100	100	100	100	100
Citra merek	Pearson Correlation	,708**	,833**	,655**	,512**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,625	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	11,79	1,622	,409	,553
X3.2	11,84	1,247	,580	,400
X3.3	11,64	1,849	,406	,558
X3.4	12,13	2,134	,253	,646

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Keputusan Pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	1	,898**	,833**	,681**	,885**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,898**	1	,929**	,733**	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,833**	,929**	1	,759**	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,681**	,733**	,759**	1	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,885**	,873**	,859**	,852**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	11,36	2,960	,864	,927
Y1.2	11,45	2,795	,934	,904
Y1.3	11,51	2,919	,915	,911
Y1.4	11,73	3,290	,753	,959

Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

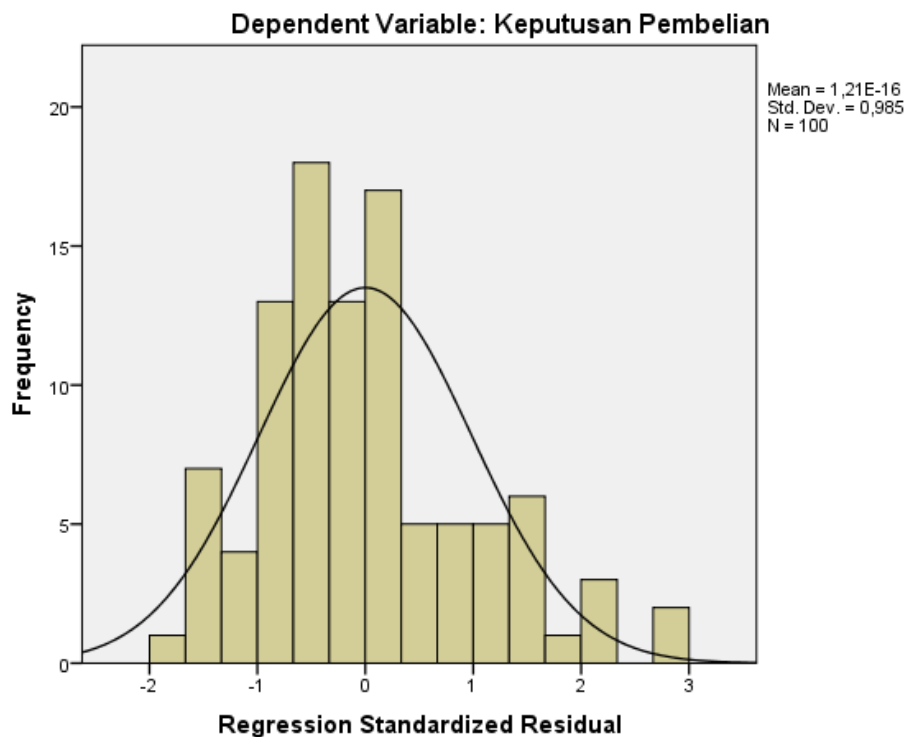
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,85956255
	Absolute	,119
Most Extreme Differences	Positive	,119
	Negative	-,054
Kolmogorov-Smirnov Z		1,188
Asymp. Sig. (2-tailed)		,119

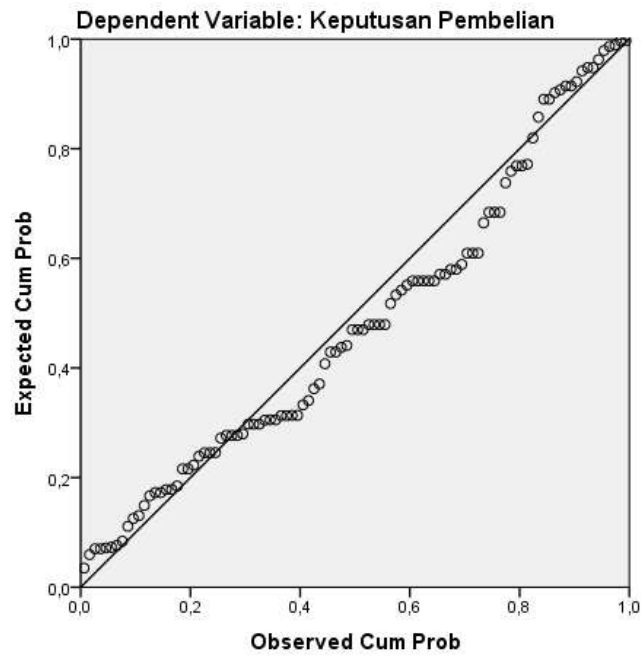
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



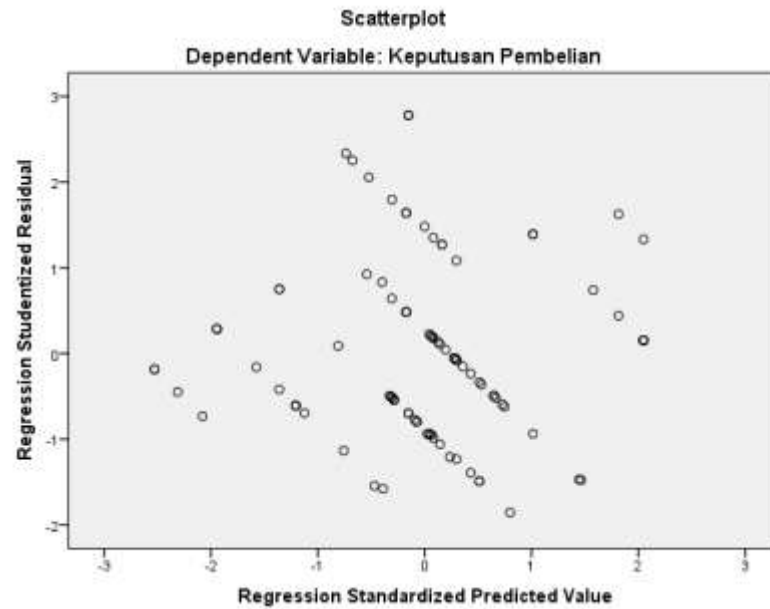
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kepercayaan	,790	1,267
Konsumen		
Citra Perusahaan	,542	1,846
Citra merek	,553	1,808

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,034	,661		1,565	,121
1 Kepercayaan Konsumen	,054	,053	,112	1,028	,307
Citra Perusahaan	-,052	,042	-,146	-1,247	,215
Citra merek	-,021	,038	-,063	-,544	,588

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 10 Uji Hipotesis

1. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,425	1,023		,415	,679
1 Kepercayaan Konsumen	,242	,089	,201	2,726	,008
Citra Perusahaan	,222	,079	,249	2,807	,006
Citra merek	,380	,072	,466	5,296	,000

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105,094	3	35,031	45,977	,000 ^b
	Residual	73,146	96	,762		
	Total	178,240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Predictors: (Constant), Citra merek, Kepercayaan Konsumen, Citra Perusahaan

3. Uji R Square

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 ^a	,590	,577	,873

a. Predictors: (Constant), Citra merek, Kepercayaan Konsumen, Citra Perusahaan

4. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan Konsumen	100	9	13	10,93	1,112
Citra Perusahaan	100	9	15	12,13	1,509
Citra merek	100	12	19	15,80	1,645
Keputusan Pembelian	100	9	15	11,76	1,342
Valid N (listwise)	100				



UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA' (UNISNU) JEPARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Konsentrasi:

Manajemen Keuangan
Manajemen Pemasaran

Manajemen Sumber Daya Manusia
Manajemen Operasional

Jl. Tamansiswa (Pekeng) Tahunan Jepara 59427 Telp: (0291) 595320 fax: (0291) 592630
Email: manajemen@unisnu.ac.id <http://www.feb.unisnu.ac.id>

Surat Keterangan

Bebas Plagiarisme

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara (UNISNU) Jepara telah melaksanakan pengecekan plagiarisme terhadap skripsi yang disusun oleh:

Nama : Melinda Dwi Rahayu
NIM : 141110001355
Judul : Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Citra Perusahaan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Ojek Online (Studi Pada Pengguna Layanan Ojek Online Grab-Food di Kota Jepara)
Tahapan : Pasca Ujian

Pengecekan plagiarisme dilaksanakan sebagai berikut:

Aplikasi : Plagiarism Checker X
Tanggal : 04 November 2019
Hasil : Similarity 24%

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan benar, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jepara, 04 Nopember 2019

Ka. Prodi. Manajemen


A. KHOIRUL ANAM, S.E., M.Si.
NPM 1800421 06 041