

Fransisco Towelo. NPM : 91611404122094. **Pengaruh Assurance Dan Empathy Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada Bengkel Resmi Yamaha Di Kota Poso.** Dibimbing oleh Bapak Dr Holmes Rolandi K. Dan Drs. Abdul Hamid Labaso, M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Assurance dan Empathy Terhadap Kepercayaan Konsumen pada Bengkel Resmi Yamaha di Kota Poso. Adapun populasi yang digunakan adalah pelanggan di Bengkel Resmi Yamaha di Kota Poso. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 36 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan alat *computer statistical program for social science* (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = 13,451 + 0,400 X_1 + 0,871 X_2$. Berdasarkan analisis data statistik. Indikator penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal, hasil pengujian hipotesis yaitu koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,705. Berarti 70% kepercayaan konsumen ditentukan oleh variabel Assurance Dan Empathy, sisanya 30% ditentukan oleh variabel lain. Nilai T hitung variabel Assurance -2,633 signifikansi sebesar $0,13 < 0,05$ dan Nilai T hitung variabel Empathy 8,715 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan ketersediaan produk dan ketetapan waktu pengiriman secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, nilai F hitung 39,514 signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji T membuktikan variabel independen Assurance dan Empathy berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Bengkel Resmi Yamaha di Kota Poso.

Kata Kunci : Assurance, Empathy, Kepercayaan Konsumen

Francisco Towelo. NPM: 91611404122094. **The Influence of Assurance and Empathy on Consumer Trust in Yamaha Authorized Workshops in Poso Kota.** Supervised by Holmes Rolandi and Abdul Hamid Labaso

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Assurance and Empathy on Consumer Trust in the Official Yamaha Workshop in Poso City. The population used is the customer at the Yamaha Authorized Workshop in Poso Kota. The sampling technique in this study was carried out by purposive sampling method with a sample of 36 respondents. Data collection was carried out using a questionnaire. The data were processed using multiple regression analysis using a computer statistical program for social science (SPSS).

Based on the research results, the regression equation is obtained as follows: $Y = 13.451 + 0.400 X1 + 0.871 X2$. Based on statistical data analysis. The research indicators are valid and the variables are reliable. In testing the classical assumptions, the multicollinearity-free regression model, heteroscedasticity does not occur and is normally distributed, the results of hypothesis testing, the coefficient of determination R^2 are 0.705. It means that 70% of consumer confidence is determined by the Assurance and Empathy variable, the remaining 30% is determined by other variables. The T value of the Assurance variable is -2.633, with a significance of $0.13 < 0.05$ and the T value of the Empathy variable of 8.715 with a significance of $0.000 < 0.05$. The results of the F test show that the availability of products and the timing of delivery simultaneously have a significant effect on Consumer Confidence, the F value of 39.514 has a significance of $0.000 < 0.05$. The T test proves that the independent variables Assurance and Empathy have a significant effect on Consumer Trust in Yamaha Official Workshops in Poso Kota.

Keywords: Assurance, Empathy, Consumer Trust