



Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap Salespersons Asuransi Mobil di Daerah

Istimewa Yogyakarta

TIAMONO, Rigasony, Bayu Sutikno, SE, MSM

Universitas Gadjah Mada, 2007 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN

KONSUMEN TERHADAP SALESPERSONS ASURANSI MOBIL DI DAERAH

ISTIMEWA YOGYAKARTA

FACTORS INFLUENCING CUSTOMER TRUST IN SALESPERSONS IN DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh : Rigasony Tiamono

Program Studi : Master of Management

Pembimbing : Bayu Sutikno SE, MSM.

Intisari

Studi ini bertujuan untuk mempelajari pengaruh *Expertise, Intensions, Likability, Trusting Disposition, Customer Knowledge* dan *Trust in Organization* terhadap *Salespersons (Trust In Salespersons)* di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Jenis penelitian ini adalah penelitian analitik (pengujian hipotesis) yang menjelaskan natur suatu hubungan tertentu atau menentukan perbedaan di antara kelompok-kelompok atau kemandirian dua atau lebih faktor dalam suatu situasi. Dalam penelitian ini akan meneliti hubungan kepercayaan konsumen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap *salespersons* asuransi di daerah istimewa Yogyakarta. Dalam pelaksanaan penelitian, data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan cara studi lapangan yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Program Pascasarjana Magister Management Universitas Gadjahmada Yogyakarta. Data sekunder diperoleh dari studi literatur, artikel, dan jurnal yang memuat pendapat para ahli yang berkaitan dengan masalah ini.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap Salespersons Asuransi Mobil di Daerah

Istimewa Yogyakarta

TIAMONO, Rigasony, Bayu Sutikno, SE.,MSM

2007. Diunduh dari <http://eti.repository.ugm.ac.id/>

Berdasarkan hasil uji analisis regresi berganda menunjukkan bahwa Secara bersama-sama *Expertise, Intensions, Likability, Trusting Disposition, Customer Knowledge dan Trust in the Organization* berpengaruh secara signifikan terhadap *Trust in salespersons* pada jasa asuransi mobil di Yogyakarta.

Kata kunci : *Expertise, Intensions, Likability, Customer Disposition, Customer Knowledge dan Trust in the Organization, Trust in salespersons*

DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP SALESPERSONS ASURANSI MOBIL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Oleh : Rigasony Tiamono

Program Studi : Master of Management

Pembimbing : Bayu Sutikno SE, MSM

ABSTRACT

This paper planned to study the influences of *Expertise, Intensions, Likability, Trusting Disposition, Customer Knowledge* and *Trust in Organization* toward *Salespersons (Trust In Salespersons)* in Daerah Istimewa Yogyakarta.

The type of this examination is analitical research (hypothesis test) that explained the certain relationship among groups or the indepeny of two or more factor in particular situation. The research will analyse the relationship customer trust toward many factors that can influence customer trust to salesperson car insurance in Daerah Istimewa Yogyakarta. Data that use for the research are primary data and secondary data. Primary data collected by distribute quisioners to the students of Program Pascasarjana Magister Management Universitas Gadjahmada Yogyakarta. Secondary data was obtained by literatur, artichel, and journal that published by expert which related to the research.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap Salespersons Asuransi Mobil di Daerah

Istimewa Yogyakarta

TIAMONO, Rigasony, Bayu Sutikno, SE.,MSM

Universitas Gadjah Mada, 2007. Diunduh dari <http://eud.repository.ugm.ac.id/>

Multiple regression analysis shows that *Expertise, Intensions, Likability, Trusting Disposition, Customer Knowledge and Trust in the Organization* affecting significantly toward *Trust in salespersons* in car insurance in Yogyakarta.

Keywords: *Expertise, Intensions, Likability, Customer Disposition, Customer Knowledge dan Trust in the Organization, Trust in salespersons*