

## **ABSTRACT**

*This study aimed to find out influence of brand image, product quality, and price perception towards purchase decision of courier services at PT. TIKI JNE Bekasi, West Java area and to analyze the most dominant factor in purchasing decision to use JNE's services. Samples of this study were 200 consumers who came to send their goods or documents to JNE Bekasi region for the period of November to December 2016. Incidental sampling technique applied to collect questionnaires from the consumers and the method of data analysis used in this study was descriptive statistical analysis that was Structural Equation Modeling (SEM) using Lisrel software version 8.80.*

*The result of the research showed that brand image and price perception have significant influence on purchasing decision. Meanwhile the quality product did not have significant influence on purchasing decision.*

**Key words:** *Brand Image, Product Quality, Price Perception, Purchase Decision*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian jasa kurir pada PT. TIKI JNE Bekasi, Jawa Barat dan menganalisa faktor yang paling dominan dalam keputusan pembelian untuk menggunakan layanan JNE. Sampel penelitian ini adalah 200 konsumen yang datang untuk mengirim barang atau dokumen mereka ke wilayah JNE Bekasi untuk periode Nopember sampai Desember 2016. Teknik sampel kebetulan digunakan untuk mengumpulkan kuesioner dari konsumen dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Statistik Deskriptif yaitu Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan perangkat lunak Lisrel versi 8.80.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Persepsi Harga

