

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan menggunakan jasa kurir di PT Pos Indonesia, kantor Pos Fatmawati. Unit analisis pada penelitian ini adalah pelanggan dari PT Pos Indonesia, populasinya sebesar 248,565 pelanggan dan diperoleh sampel sebesar 119. Teknik Slovin digunakan dalam penelitian ini untuk penentuan jumlah sampelnya dan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitiannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif analisis dengan regresi linier berganda menggunakan dengan alat bantu SPSS Versi 23. Sebelumnya, kuesioner diuji validitas dan realibilitasnya dan seluruh pernyataan kuesionernya valid dan reliable. Untuk memenuhi kriteria dan persyaratan regresi linier berganda, penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, kualitas pelayanan, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa kurir baik secara parsial maupun secara simultan. Semakin baik citra merek, kualitas pelayanan, dan harga yang ditawarkan oleh perusahaan ini, maka tingkat keputusan untuk menggunakan pelayanan di PT Pos Indonesia akan meningkat pula.

*Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Menggunakan Jasa, PT Pos Indonesia*



## ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, service quality and price perception on purchasing decision of courier services at PT Pos Indonesia, Fatmawati Post Office. The unit of analysis of this research is the customers of PT Pos Indonesia, the population is 248.565 customers and 119 samples were chosen. Techniques Slovin sample determination and research instrument questionnaire applied. Quantitative analysis method is used in this research with multiple linear regression analysis using SPSS Version 23. Before that the questionnaires were first tested the validity and reliability of all valid and reliable questionnaires. To meet the criteria and requirements of multiple linear regression analysis, first classical assumption analysis. The research results showed that brand image, service quality and price perception have positive and significant influences on purchasing decision or using courier services both partially and simultaneously. The better the brand image, the quality of service and the price offered by the company, the decision level to use the services in PT Pos Indonesia will increase.

*Keywords: brand image, service quality, price, purchasing decision of using service, PT Pos Indonesia*

