

ABSTRACT

This research aims to know the influence of brand image, price, and quality of service against decision of use bluebird taxi. The object for this research is who used a bluebird taxi. this research was done to 100 respondents by using quantitative descriptive approach. Thus data analysis wich is used is statistic analysis in the from of double linear regression test. The result of this research shows that either model suitability or partially, the variabel brand image, price, and quality of service against decision of use. It has been proven from the result of (F) model suitability and the result of (T) partial shows significant point of three independent variables that supports hipotesys. The fore, the accepted assumption is, there is brand image, price, and quality of service against decision of use bluebird taxi.

Keywords :brand images, price, and service quality



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas layanan terhadap Keputusan Penggunaan Taksi Bluebird. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang pernah menggunakan taksi bluebird. Dengan 100 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Karena itu analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan kesesuaian model, variabel citra merek, harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji kesesuaian model (uji F) dan hasil uji parsial (uji T) juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh Karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kesesuaian model antara variabel citra merek harga dan kualitas layanan terhadap Keputusan penggunaan taksi bluebird.

Kata Kunci :citra merek, harga, dan kualitas layanan

