

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengaruh promosi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pemasangan internet CV. Tokotower Ciangsana. Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah konsumen yang pernah menggunakan jasa pemasangan internet CV. Tokotower Ciangsana dan jumlahnya tidak diketahui dengan pasti. Penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah berdasarkan metode slovin. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 87 konsumen yang pernah menggunakan jasa pemasangan internet CV. Tokotower Ciangsana. Teknik Sampling dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrument penelitian adalah kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Penelitian ini membuktikan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Harga berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata Kunci: Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of promotion, price, and service quality to usage decision of internet installation services at CV. Tokotower Ciangsana. The population in this study is the number of consumers who have used CV. Tokotower Ciangsana services and its number are not known with certainty. Determination of the number of samples used by the author in this study is based on the slovin method. The sample used is 87 consumers who have used internet installation services at CV. Tokotower Ciangsana. Sampling technique in this study using purposive sampling. Methods of data collection using survey methods, with the research instrument is a questionnaire. The data processing method uses IBM SPSS Statistics 25. This study proves that promotion has a positive and significant effect on usage decisions. Price has a positive and not significant effect on usage decisions. Service quality has a positive and significant effect on usage decisions.

Keywords: *Promotion, Price, Service Quality, Usage Decisions.*

