

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Consumer Satisfaction, Consumer Trust, and Facilities on Decisions to Use AFA AUTO CLEAN Car Care Services. The population in this study is a number of consumers who have done car maintenance at AFA AUTO CLEAN and a total sample of 100 respondents. This study uses purposive sampling with the data analysis method used is the SPSS (Statistical Package For Social Science) Statistical Software program version 20. The data processed in this study uses multiple linear regression analysis. Based on the research results obtained after testing the Hypothesis Test Model, it shows that Consumer Satisfaction, Consumer Trust, and Facilities have a positive and significant effect on usage decisions. Meanwhile, consumer trust has a positive and insignificant effect on the decision to use AFA AUTO CLEAN car maintenance services.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Consumer Trust, Facilities, Usage Decisions*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, dan Fasilitas terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perawatan Mobil AFA *AUTO CLEAN*. Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah konsumen yang pernah melakukan perawatan mobil di AFA *AUTO CLEAN* dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan metode analisis data yang digunakan adalah program *Software Statistik SPSS (Statistical Package For Social Science)* versi 20. Data yang diolah dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat setelah melakukan pengujian Model Uji Hipotesis menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, dan Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan, kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perawatan mobil AFA *AUTO CLEAN*.

Kata kunci : Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Fasilitas, Keputusan Penggunaan

