

## ABSTRAK

Micky Kwee. Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa TIKI, Studi Kasus di Wilayah Jambi Selatan (dibimbing oleh Prof. Dr. Hj. Endang Ruswanti, MM).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa TIKI di wilayah Jambi Selatan. Variabel independen terdiri atas Harga, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan, sedangkan variabel dependen terdiri atas Keputusan Penggunaan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 135 orang responden. Responden penelitian ini adalah pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman Tiki di wilayah Jambi. Metode dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Harga, citra merek, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

**Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan**





**ABSTRACT**

*Micky Kwee. Effect of price, brand image, and quality of service against the decision of the use of TIKI services, case studies in the region of South Jambi (Guided by Prof. Dr. Hj. Endang Ruswanti, MM).*

*This research aims to determine the influence of price, brand image, and quality of service to the decision of use of TIKI services in South Jambi area. Independent variables consist of price, brand image, and service quality, while dependent variables consist of usage decisions. The number of samples used in this study was 135 respondents. Respondents to this research are customers who have used Tiki delivery services in Jambi area. The method in this study is the analysis of multiple linear regression.*

*The results of this study show that prices are partially impactful to usage decisions, the brand image is partially influential to the decision of use, the quality of service in a partially significant effect Against usage decisions. Prices, brand image, and service quality simultaneously influence the decision of use.*

**Keywords: price, brand image, service quality, decision of use**