

## ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan dan citra merek secara simultan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman barang di PT. Anugerah Jelajah Indonesia Logistic Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen baik perorangan maupun instansi yang pernah melakukan pengiriman barang menggunakan jasa PT. Anugerah Jelajah Indonesia Logistic Surabaya yang berjumlah 92 orang. Teknik pengambilan sampel (*sampling methode*) adalah sebuah metode atau cara yang dilakukan untuk menentukan jumlah dan anggota sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 75 responden. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 17.0. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari uji validitas adalah *valid*, uji reliabilitas adalah *reliabel*. Analisa regresi linier berganda didapatkan permodelan yaitu  $Y = 1,432 - 0,518 X_1 + 0,684 X_2 + 0,245 X_3$ . Dari hasil Uji F didapatkan hasil bahwa Harga ( $X_1$ ), Kualitas Layanan ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) jasa pengiriman barang di PT. Anugerah Jelajah Indonesia Logistic Surabaya. Dari hasil uji t dapat diketahui bahwa Harga ( $X_1$ ), Kualitas Layanan ( $X_2$ ) dan Citra Merek ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Keputusan Penggunaan (Y) jasa pengiriman barang di PT. Anugerah Jelajah Indonesia Logistic Surabaya

**Keywords:** Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian / Penggunaan

## **ABSTRACT**

*This study was intended to determine the effect of price, service quality and brand image simultaneously on the consumer's decision to use a freight service at PT. Anugerah Jampang Indonesia Logistik Surabaya. This research was conducted using a quantitative approach that is research that focuses on testing hypotheses with statistical method analysis tools and generating conclusions that can be generalized. The population used in this study are all consumers, individuals and agencies who have delivered goods using the services of PT. Anugerah Jampang Indonesia Logistik Surabaya, amounting to 92 people. Sampling technique (sampling method) is a method or method used to determine the number and members of a sample. The sampling technique used is the non probability sampling technique precisely accidental sampling, which is a sample selection technique based on coincidence, that is, all members of the population who accidentally meet with researchers can be sampled in research. The sample used in this study was 75 respondents. The test equipment used was multiple linear regression analysis techniques with the help of SPSS 17.0 software. From the results of the research that has been done it can be concluded that, the results of the validity test are valid, the reliability test is reliable. Multiple linear regression analysis obtained modeling that is  $Y = 1.432 - 0.518 X1 + 0.684 X2 + 0.245 X3$ . From the F Test results obtained that the Price (X1), Quality of Service (X2) and Brand Image (X3) simultaneously influence the Decision of Use (Y) of freight forwarding services at PT. Anugerah Jampang Indonesia Logistik Surabaya. From the t test results it can be seen that Price (X1), Service Quality (X2) and Brand Image (X3) significantly and positively influence the Decision of Use (Y) of freight forwarding services at PT. Anugerah Jampang Indonesia Logistik Surabaya*

*Keywords: Price, Service Quality, Brand Image, Purchase / Use Decision*