

**Pengaruh *Brand image*, Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi Di Pt. Ayu Indah Group Cabang
Sawo Dukun Gresik**

Oleh :
Devi Yuyun Rantika
17042047

**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Darul
Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand image*, harga, promosi, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Jasa Ekspedisi Di Pt. Ayu Indah Group Cabang Sawo Dukun Gresik. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 39.656, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling purposive*, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil *Brand image* (X1) sebesar 0,344 dengan nilai signifikansi 0,447 secara signifikan tidak berpengaruh variabel keputusan Penggunaan, variabel Harga (X1) sebesar 4,613 dengan nilai signifikansi 0,000 secara signifikan berpengaruh variabel keputusan Penggunaan, variabel promosi (X3) sebesar 4,240 dengan nilai signifikansi 0,000 secara signifikan berpengaruh variabel keputusan Penggunaan, variabel kualitas pelayanan sebesar 2,509 dengan nilai signifikansi 0,014 secara signifikan berpengaruh variabel keputusan Penggunaan. Kemudian hasil koefisiensi determinasi (R2) menunjukkan nilai R square sebesar 0,905 atau 90,5%., sedangkan sisanya 9,5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : *Brand image*, harga, promosi, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian