

INTI SARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *word of mouth*, lokasi, kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pemakaian jasa JNE Yogyakarta. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 22.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa *word of mouth*, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemakaian jasa, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemakaian jasa.

Kata kunci : *Word of Mouth*, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Pemakaian Jasa

ABSTRACT

This study to ablaze the influence word of mouth, location, service quality and price perceptions to decisions the use of service JNE Yogyakarta. this study the sample was 100 respondents selected using purposive smpling method and data collection technique by using quetioners. The analysis tool used is Multiple Linier Regression Analysis using SPSS 22 application.

Based on the analysis that has been done obtained that the word of mouth, service quality and price perception have a positive and significant on decisions the use of service. While he location has not impact on service use decisions.

Keywords: Word of Mouth, Location, Service Quality, Price Perceptions, decisions the use of service.