

## ABSTRAK

### PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN TRANS JOGJA

Safety Lempang  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja, 2) Pengaruh Harga terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja, 3) Pengaruh kualitas Layanan terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja, 4) Pengaruh Citra merek terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan *non Probability sampling* dengan metode *Purposive sampling* . Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 dan data diperoleh dengan menyebar kepada 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Harga, kualitas layanan, dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja, 2) Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan Layanan Trans Jogja, 3) Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja , 4) Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Trans Jogja.

Kata Kunci : harga, kualitas layanan , citra merek, keputusan menggunakan

**ABSTRACT**

**INFLUENCE OF PRICE, SERVICE QUALITY, AND  
BRAND IMAGE ON THE DECISION TO USE TRANS JOGJA  
SERVICES**

Safety Lempang  
Management Study Program, Faculty of Economics  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2024

*This study aims to determine: 1) The influence of price, service quality, brand image simultaneously influencing the decision to use Trans Jogja services, 2) The influence of price on the decision to use Trans Jogja services, 3) The influence of service quality on the decision to use Trans Jogja services, 4) The influence of brand image on the decision to use Trans Jogja services. The population in this study was 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling with the purposive sampling method. The data analysis techniques in this research are descriptive statistical techniques, classical assumption tests, multiple linear analysis, hypothesis testing and coefficient of determination using the IBM SPSS 22 application and the data was obtained by distributing it to 100 respondents. The results of this research show that: 1) Price, service quality and brand image simultaneously influenced the decision to use Trans Jogja services, 2) Price did not influence the decision to use Trans Jogja services, 3) Service quality did not influence the decision to use Trans Jogja services, 4) Brand image influenced the decision to use Trans Jogja services.*

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