

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA JASA KERETA API EKSEKUTIF
TAKSAKA DAOP VI YOGYAKARTA**

**ANDRE ERDILO
NIM : 141130029**

**Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta
Andreerdilo95@gmail.com**

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara simultan dan parsial kualitas pelayanan, persepsi harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi dikumpulkan melalui *survey* dengan alat bantu kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Purpoaive sampling* kepada 100 responden dengan kriteria adalah konsumen yang menggunakan jasa kereta api eksekutif taksaka lebih dari satu kali. Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar secara fisik kepada konsumen di dalam gerbong kereta api eksekutif taksaka. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan Kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 82,6% dan sisanya sebesar 17,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan uji t, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa kereta api Eksekutif Taksaka sebesar 0,004. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa kereta api Eksekutif Taksaka sebesar 0,000. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa kereta api Eksekutif Taksaka sebesar 0,000

Kata kunci : kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek dan keputusan pembelian