

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN J&T
EXPRESS**

MUHAMAD RAJIF

141140062

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* terhadap Minat Beli Konsumen J&T Express. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* terhadap 115 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0.881, artinya 88.1% variasi dari Minat Beli Kembali Konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth*) dan sisanya yaitu 11.9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan dan *Word Of Mouth* bernilai positif dan signifikan.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Pelayanan, *Word Of Mouth*, dan Minat Beli Konsumen