**PENGARUH CITRA MEREK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
PT POS INDONESIA**

**IRMAYANTI**

**173114259**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui adanya pengaruh citra merek terhadap keputusan konsumen jasa di PT POS Indonesia**,** Untuk Mengetahui adanya pengaruh pelayanan terhadap keputusan konsumen jasa PT. POS Indonesia, Untuk Mengetahui adanya pengaruh citra merek dan pelayanan terhadap keputusan konsumen jasa PT. POS Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna PT. POS Indonesia dan memiliki sampel sebanyak 96 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi linear Berganda dari penelitian ini adalah: Y = 13.018 + 0,155X1 + 0,438X2. Hasil analisis diperoleh nilai thitung untuk variabel Citra Merek (X1) sebesar 4.768 jika dibandingkan dengan nilai ttabel yang sebesar 1.985. maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai ttabel atau 4.768 > 1.985, Hasil analisis diperoleh nilai thitung untuk variabel Pelayanan (X2) sebesar 5.878 jika dibandingkan dengan nilai ttabel yang sebesar 1.985. maka thitung yang diperoleh lebih besar dari nilai ttabel atau 5.878 > 1.985. Hasil uji F diperoleh nilai Fhitung 50.472 < Ftabel 3.094, maka H0 ditolak karena Fhitung > Ftabel. Dengan demikian dapat disimpulakan bahwa secara simultan Variabel Citra Merek (X1) dan Variabel Pelayanan (X2), (variabel bebas) berpengaruh nyata terhadap Variabel Keputusan Konsumen (Y) (variabel terikat).

**Kata Kunci: Citra Merek, Pelayanan, Keputusan Konsumen**

***THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND SERVICES ON CONSUMER DECISIONS USING SERVICES***

***PT POS INDONESIA***

**IRMAYANTI**

**1*73114259***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the influence of brand image on consumer decisions services at PT POS Indonesia, to determine the influence of service on consumer decisions services PT. POS Indonesia, to find out the influence of brand image and service on consumer decisions of PT. Indonesian post. This study uses quantitative research methods. The population of this study is the consumer users of PT. POS Indonesia and has a sample of 96 people. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The multiple regression equation from this studi is Y=13.028+0.155 X1+0.438 X2. The results of the analysis obtained that the tcount value for the Brand Image (X1) variable was 4.768 when compared to the ttable value of 1.985. then the tcount obtained is greater than the ttable value or 4.768 > 1.985. The results of the analysis obtained the t-count value for the Service variable (X2) of 5.878 when compared to the t-table value of 1.985. then the tcount obtained is greater than the ttable value or 5.878 > 1.985. The results of the F test obtained that the value of Fcount is 50,472 <Ftable 3,094, then H0 is rejected because Fcount> Ftable. Thus, it can be concluded that simultaneously the Brand Image Variable (X1) and Service Variable (X2), (independent variable) significantly affect the Consumer Decision Variable (Y) (the dependent variable).*