

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi atas citra perusahaan, harga layanan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Citra Perusahaan diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Harrison (2005). Variabel Harga Layanan menggunakan skala pengukuran dari Sjöberg dan Kotler (2008), kualitas pelayanan diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Wahyuni (2020) dan keputusan pembelian diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Kotler (2012)..

Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen PT Dieselindo Permata Niaga. Jumlah sampel sebanyak 32 orang konsumen diambil dengan teknik sensus. Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi berganda, serta uji signifikan (uji t dan uji F) dengan aplikasi Software SPSS versi 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Perusahaan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.