ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi terhadap keputusan pemakaian jasa bengkel Honda Jatake Motor Tangerang.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang memakai jasa bengkel Honda Jatake Motor Tangerang. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dan teknik yang digunakan adalah *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*. Data dalam penelitian ini menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh konsumen. Data diperoleh dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji hipotesis melalui uji t dan uji F, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis regresi didapat persamaan sebagai berikut,

$$\mathbf{Y = 0{,}363\ X_1 + 0{,}263\ X_2 + 0{,}314\ X_3}$$

Variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pemakaian jasa yaitu sebesar 0,363, diikuti dengan variabel lokasi sebesar 0,314, dan variabel *word of mouth* memiliki pengaruh yang paling rendah sebesar 0,263. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen yaitu kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pemakaian jasa. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen. Nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,508 yang berarti bahwa kemampuan variabel kualitas pelayanan, *word of mouth* dan lokasi dalam menjelaskan keputusan pemakaian jasa adalah sebesar 50,8% sehingga masih ada sisa sebesar 49,2% memerlukan variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: kualitas pelayanan, *word of mouth*, lokasi, keputusan pemakaian jasa