

ABSTRAKSI

Masalah dari penelitian ini adalah jumlah tingkat pengguna jasa pada DHL Global Forwarding Semarang Branch yang cenderung mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal tersebut dipengaruhi oleh ketatnya persaingan dalam bisnis freight forwarder. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh citra merek, kualitas layanan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa DHL Global Forwarding dan untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan penggunaan. Penelitian ini menguji Citra merek (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Promosi (X3) yang berpengaruh pada keputusan pembelian (Y)

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen pengguna jasa DHL Global Forwarding. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Dari hasil analisis, didapatkan hasil sebagai berikut :

$$Y = 0.169 X_1 + 0.405 X_2 + 0.339 X_3$$

Dimana semua variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,504. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel citra merek, kualitas layanan dan promosi dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen keputusan pembelian adalah sebesar 50,4 % dan sisanya sebesar 49,6 % dipengaruhi oleh variable lain.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Layanan, Promosi, dan Keputusan Pembelian.