

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, persepsi terhadap harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian jasa pada pengguna layanan jasa pengiriman barang J&T Express.

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna layanan jasa J&T Express yang telah menggunakan layanan ini untuk mengirimkan barangnya untuk membeli barang melalui *e-commerce* sekurang-kurangnya sekali. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 110 responden yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* melalui kuesioner yang disebar secara online. Data hasil penelitian ini diolah dengan menggunakan SPSS versi 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan persepsi terhadap harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa, sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian jasa.

**Kata Kunci** : Kualitas Layanan, Persepsi Terhadap Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian Jasa