

ABSTRAK

Kualitas layanan, harga dan *word of mouth* merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan pengguna jasa. Apabila layanan, harga dan *word of mouth* yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka dapat dikatakan baik dan memuaskan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang pada J&T Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di J&T Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dan penentuan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan Aplikasi SPSS versi 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin baik kualitas layanan yang di berikan, maka semakin cepat pula pengguna jasa dalam keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena semakin harga terjangkau dan kualitas yang sesuai manfaat maka semakin cepat pengguna jasa dalam keputusan pembelian *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta berpengaruh dominan karena semakin banyak informasi-informasi positif melalui *word of mouth* yang diterima pengguna jasa dan digunakan dalam kegiatan pemasaran, maka semakin cepat pula dalam keputusan pembelian

Kata Kunci: kualitas layanan, harga, *word of mouth* dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Service quality, price and word of mouth are the levels of excellence expected by users. If service, price and word of mouth are accepted as expected, then it can be said to be good and satisfying. Therefore, this research aimed to find out the influence of quality service, price and word of mouth to the purchasing decision of goods delivery service at J&T Surabaya. Population of this research were all customers that visit and purchase at J&T Surabaya. The sampling technique was non probability sampling while sample determination used accidental sampling with 100 respondents. While the analysis technique used multiple linear regression analysis with SPSS application version 23.0.

The result showed that service quality had positive and significant influence to the purchasing decisions. The better quality service lead for faster service; then the users decided to purchase. Price had positive and significant influence to the purchasing decisions because more affordable and appropriate quality benefits made faster the service users to decide to buy. Word of mouth had positive and significant influence to the purchasing decisions and had dominant influence since more positive information through the word of mouth was accepted by the service users and used in marketing activities. These were lead for the users' purchasing decisions.

Keywords: Quality service, price, word of mouth and purchasing decisions