

**PENGARUH *PERCEIVED SERVICE QUALITY* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA
PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE)
JOMBANG**

ABSTRAK

Oleh:

Oktavian Nuri Cahyono

Dosen Pembimbing

INDRA KURNIAWAN, S. Sos, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived service quality* terhadap keputusan menggunakan jasa PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand trust* terhadap keputusan menggunakan jasa PT. JALUR NUGRAHA EKAKURIR. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang di laksanakan melalui pengumpulan data dilapangan. Asumsi-asumsi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah berupa variabel-variabel yang dapat diukur menggunakan tanggapan responden dengan angket, populasi adalah pengguna JNE pada tahun 2017 dan pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yang berjumlah 100 responden. Analisa data dengan menggunakan metode statistik regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil penelitaian menunjukkan bahwa 1) *perceived service quality* mampu meningkatkan keputusan menggunakan jasa pada JNE Jombang. Semakin baik *perceived service quality* maka semakin meningkat keputusan menggunakan jasa pada JNE Jombang. Dan 2) *brand trust* mampu meningkatkan keputusan menggunakan jasa pada JNE Jombang. Semakin tinggi *brand trust* maka semakin meningkatkan keputusan menggunakan jasa pada JNE Jombang.

Kata kunci: perceived service quality, brand trust dan keputusan menggunakan