

## ABSTRAK

### **Pambudi Sayidani (1158020237) : “Pengaruh Perilaku Konsumen dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi Ninja Xpress pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung.”**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara simultan dari Perilaku Konsumen dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Ekspedisi Ninja Xpress pada Mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti yaitu Mahasiswa aktif UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan pernah menggunakan jasa ekspedisi Ninja Xpress. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t (parsial), Uji F (simultan), dan Uji Koefisien Determinasi dengan menggunakan program SPSS versi 20. Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda  $y = 11,940 + 0,594x_1 + 0,227x_2$ . Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa ekspedisi Ninja Xpress, dibuktikan dengan uji t nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $8,457 > 1664$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa ekspedisi Ninja Xpress, dibuktikan dengan uji t nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $32,363 > 1664$  dengan tingkat signifikansi  $0,007 < 0,05$ . Dan secara simultan Perilaku Konsumen dan Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa ekspedisi Ninja Xpress dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $35,781 > 3,09$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 52,5% % dan sisanya 51,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variabel yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang sedang.

**Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Citra Merek, dan Keputusan Penggunaan Jasa**