

## **ABSTRACT**

### ***The Influence Of Perception Of Price, Quality of Service, Corporate Image, and Word Of Mouth In Determining The Use Of Decision Service Computer (Study On The Consumer Store Metro.Com That Do Service)***

***By***

***Rani Septi Yanti Andri***

*The purpose of this research is to know and explain the magnitude of the variable influences the perception of price, quality of service, corporate image, and Word Of Mouth against the decision of the service using the services of the computer Metro.com. This type of research in this study using a kind of empirical research studies, the population of this research is a full service computer service users at the Metro.com store in Bandar Lampung with total sample 100 respondents. This research uses the technique of sampling probability sampling with simple random sampling method.*

*Methods of analysis used was multiple linear regression. The results of the analysis of the data shows that the partially independent variables namely, the perception that prices have a significant influence of the use of the services of computer service. The quality of service that has a significant influence of the use of the services of computer service. The image of a company that has no significant influence of the use of the services of computer service. Word of mouth that has no significant influence of the use of the services of computer service. Simultaneously, 4 independent variables together influential significantly to the dependent variable. Conclusion: the perception of the price and quality of service have an impact on the decision of the use of the service the service computer.*

***Keywords: Perception of Price, Quality of Service, Corporate Image, Word of Mouth, The Decision of The Use of the Service.***

## ABSTRAK

**Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Citra perusahaan dan Word Of Mouth pada Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Perbaikan Komputer  
(studi pada konsumen toko Metro.com yang melakukan perbaikan komputer)**

Oleh

**Rani Septi Andri Yanti**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan besarnya pengaruh variabel Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan *Word Of Mouth* terhadap keputusan menggunakan jasa perbaikan komputer Metro.com. Jenis penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanasi, populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa perbaikan komputer pada toko Metro.com di Bandar Lampung dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen yaitu, persepsi harga yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbaikan komputer. Kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbaikan komputer. Citra perusahaan yang memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbaikan komputer. *Word of mouth* yang memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa perbaikan komputer. Secara simultan, 4 variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kesimpulan: persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa perbaikan komputer.

**Kata Kunci:** Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, *Word Of Mouth*, Keputusan Penggunaan Jasa.