

## ABSTRAK

**Muhammad Irsyad, NIM. 1420310004. “Pengaruh *Brand Image*, *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Perilaku Penggunaan Jasa JNE Kudus”.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji 1) pengaruh *brand image* terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus, 2) pengaruh *word of mouth* terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus, 3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus.

Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi metode angket, observasi dan dokumentasi. Analisis statistik yang digunakan adalah uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand image* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus. *Word of mouth* berpengaruh terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus. Kepercayaan dan kenyamanan konsumen berpengaruh terhadap keputusan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus. Faktor yang paling berpengaruh terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus adalah *brand image*. Kemudian faktor yang kedua yaitu kepercayaan dan kenyamanan konsumen. Sedangkan faktor yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap perilaku penggunaan jasa JNE Kudus adalah *word of mouth*.

**Kata Kunci** : *Brand image, Word of mouth, Kualitas pelayanan, Perilaku penggunaan.*