

## ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis jasa mengalami pertumbuhan yang semakin cepat. Semakin banyak ragam jasa yang ditawarkan kepada pelanggan dalam rangka kebutuhan hidupnya. Taksi Blue Bird Reguler yang menjadi salah satu penyedia jasa transportasi di Indonesia dituntut untuk menetapkan berbagai macam strategi supaya perusahaan tetap tumbuh dalam persaingan yang semakin ketat. Pelayanan memegang peranan penting bagi perusahaan taksi Blue Bird Reguler. Hal tersebut menjadi tuntutan perusahaan memberikan kualitas pelayanan terbaik guna memberikan nilai positif pada konsumen dalam mendorong minat beli dari konsumen dan menimbulkan kepuasan kepada konsumen.

Metode penelitian dilakukan adalah analisis deskriptif dengan melakukan survei. Metode tersebut dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dengan kategori responden yaitu para konsumen taksi Blue Bird Reguler. Berdasarkan data populasi yang telah didapat dengan menggunakan teknik metode iterasi, maka penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 orang responden. Uji data dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas serta analisis data yang dilakukan dengan uji t, regresi linier sederhana dan menentukan nilai *R Square*.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menunjukka bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 6,321 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,66. Pengujian regresi diperoleh persamaan  $Y = 1,513 + 0,575X$  dan koefisien determinasi menunjukkan hasil 29% dari hasil  $R^2$  (*R Square*) sebesar 0,290.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada taksi Blue Bird Reguler harus ditingkatkan, terutama mengenai *responsibility*. Melakukan analisis pada lima tahap keputusan pembelian konsumen harus ditingkatkan, terutama pada tahap pengenalan masalah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 29% dan 71% dipengaruhi oleh faktor lain.

***Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen***