

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi dan fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa *service body repair* mobil Toyota Avanza pada bengkel Astrido Toyota Yos Sudarso. Jumlah populasi yang diambil dalam penelitian ini sebesar 235 pelanggan di tahun 2020 dan sampel yang diambil pada populasi tersebut sebesar 80 responden dengan metode *probability sampling* dan teknik penentuan sampel adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji F dan uji T), koefisien determinasi dan analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian berdasarkan uji pasrial (Uji T) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan jasa *service body repair* mobil Toyota Avanza dengan nilai t hitung sebesar $6,090 > t \text{ table } 1,99125$ dan fasilitas berpengaruh secara positif terhadap keputusan penggunaan jasa *service body repair* mobil Toyota Avanza dengan nilai t hitung sebesar $6,052 > 1,99125$. Sedangkan hasil pengujian uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa promosi dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa *service body repair* mobil Toyota Avanza dengan nilai F hitung sebesar $96,042 > F \text{ table } 3,12$. Implikasi pada penelitian ini adalah bahwa dengan memberikan promosi yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa *service body repair* mobil Toyota Avanza dan dengan tersedia nya fasilitas yg memadai juga akan berdampak baik bagi keberlangsungan keberhasilan perusahaan.

Kata kunci: Promosi, Fasilitas, Keputusan Penggunaan Jasa