

## ABSTRAK

**Boby Akhbar, 0806468, Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa di CV.Qitarabu Jaya Utama (Survey pada *Travel Agent* yang menggunakan jasa transportasi pariwisata di CV.Qitarabu Jaya Utama), Skripsi, 2015. Dibawah bimbingan Hp. Diyah Setiyorini., MM dan Yeni Yuniawati, S. Pd., MM.**

Industri jasa transportasi pariwisata merupakan salah satu bagian dari industri pariwisata yang bersinergi, terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan jasa transportasi pariwisata di Jawa Barat yang meningkat setiap tahun. Kota Bandung sebagai ibukota juga sebagai pusat pariwisata di Jawa Barat menjadi destinasi pariwisata favorit saat ini, dengan demikian pertumbuhan perusahaan jasa transportasi pariwisata di Kota Bandung semakin pesat dan menjadikan persaingan industri jasa transportasi pariwisata yang ketat. CV.Qitarabu Jaya Utama merupakan perusahaan yang sedang berkembang, berdiri pada tahun 2009 Qitarabu mencoba menjadi penyedia jasa transportasi yang bisa diandalkan dalam setiap perjalanan wisata pelanggannya. Penurunan jumlah menggunakan jasa transportasi yang terlihat pada tahun 2013 dan 2014 menjadikan perusahaan melakukan berbagai cara untuk meningkatkan jumlah penggunaan jasanya. Salah satunya dengan meningkatkan *Brand Image* nya dengan peningkatan *Strength of brand Associations*, *Favorability of Brand Associations*, *Uniqueness of Brand Associations*. Sehingga penulis meneliti pengaruhnya terhadap Keputusan Menggunakan Jasa.

Kata kunci: *brand image*, *Strength of brand Associations*, *Favorability of Brand Associations*, *Uniqueness of Brand Associations* dan Keputusan menggunakan Jasa.

## **ABSTRACT**

**Boby Akhbar, 0806468, *Effect of Brand Image Against Decision to Use Services in CV.Qitarabu Jaya Utama (Survey on the Travel Agent that use transportation services pariwisata in CV.Qitarabu Jaya Utama), Thesis, 2015. Under the guidance of Hp. Diyah Setiyorini., MM and Yeni Yuniawati, S. Pd., MM.***

*Transportation services on tourism industry is one part of the tourism industry together, seen from the increase in the number of transportation services company in West Java tourism is increasing every year. Bandung as the capital as well as the center of tourism in West Java became a favorite tourism destination at this time, thus the growth of tourism transportation services company in Bandung more rapidly and make tourism the transport services industry competition is fierce. CV.Qitarabu Jaya Utama is a growing company, established in 2009 Qitarabu trying to become a provider of transportation services that can be relied upon in any sightseeing trip customers. Decrease the amount of use of transport services seen in 2013 and 2014 to make the company perform a variety of ways to increase the number of services. One is by improving its brand image with increased Strength of brand Associations, favorability of Brand Associations, Uniqueness of Brand Associations. So the authors examined the effect of the Decision to Use Services.*

*Keywords: brand image, Strength of brand Associations, favorability of Brand Associations, Uniqueness of Brand Associations and the decision to use the Services.*