

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, WORD OF MOUTH, KUALITAS LAYANAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN MAXIM

Studi Terhadap Pengguna Layanan Maxim

Agustina Bale Inga Muhu
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Maxim. 2) Pengaruh Word of Mouth terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Maxim. 3) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Maxim. 4) Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Maxim. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna layanan transportasi Maxim. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 dan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Maxim, 2) word of mouth berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Maxim, 3) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Maxim, 4) kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan Maxim.

Kata Kunci: harga, word of mouth, kualitas layanan, kemudahan penggunaan, keputusan menggunakan

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRICE, WORD OF MOUTH, QUALITY OF SERVICES, AND EASE OF USE ON THE DECISION TO USE MAXIM SERVICES

Study of Maxim Service Users

Agustina Bale Inga Muhu
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine: 1) The effect of price on the decision to use Maxim services. 2) The Effect of Word of Mouth on the Decision to Use Maxim Services. 3) The Effect of Service Quality on the Decision to Use Maxim Services. 4) The Effect of Ease of Use on the Decision to Use Maxim Services. The population in this study were all users of Maxim's transportation services. The sample in this research is 100 respondents. The sampling technique uses non-probability sampling method. Data analysis techniques in this study were descriptive statistical techniques, classical assumption tests, multiple linear analysis using the IBM SPSS 25 application and data obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The results of this study indicate that: 1) price has no effect on the decision to use Maxim's service, 2) word of mouth influences the decision to use Maxim's service, 3) service quality influences the decision to use Maxim's service, 4) ease of use influences the decision to use the service Maxim.

Keywords: price, word of mouth, service quality, ease of use, purchase decision