

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE, AND BRAND  
IMAGE ON THE DECISION TO USE MAXIM'S ONLINE  
MOTORCYCLE TAXI SERVICE***

**By Hassya Nurhikmah Karono**

**ABSTRACT**

*The growth of Information and Communication Technology (ICT) and the increasingly widespread availability of smartphones in Indonesia have created a suitable environment for the development of online transportation services. Easy access to the internet and transportation applications on smartphones makes it easier for people to order online motorcycle taxi transportation services, which are application-based transportation facilities. The independent variables tested in this research are service quality, price and brand image, while the dependent variable is purchasing decisions. The data in this research was obtained from distributing questionnaires using a non-probability sampling method with purposive sampling. This research also uses quantitative descriptive analysis methods. From the results of the questionnaire feedback, the sample used in this research was 100 respondents using the Maxim online motorcycle taxi service who live in Jabodetabek. Data analysis was carried out through descriptive and inferential data analysis techniques using SmartPLS 4.0 software. This research shows the results that each variable, namely service quality, price and brand image, has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *online motorcycle taxi, purchasing decisions, service quality, price, brand image*

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA OJEK *ONLINE* MAXIM**

**Oleh Hassya Nurhikmah Karono**

## **ABSTRAK**

Pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) serta ketersediaan *smartphone* yang semakin luas di Indonesia telah menciptakan lingkungan yang cocok bagi perkembangan layanan transportasi *online*. Akses mudah ke internet dan aplikasi transportasi pada *smartphone* memudahkan masyarakat untuk memesan layanan transportasi ojek *online* yang merupakan sarana transportasi berbasis aplikasi. Variabel bebas yang diuji pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan, harga, dan citra merek, sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian. Data dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner menggunakan metode *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini juga menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Dari hasil umpan balik kuesioner maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pengguna jasa ojek *online* Maxim yang berdomisili di Jabodetabek. Analisis data dilakukan melalui teknik analisis data deskriptif dan inferensial dengan menggunakan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa masing-masing variabel yaitu kualitas pelayanan, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** ojek *online*, keputusan pembelian, kualitas pelayanan, harga, citra merek