

Taufan Thariq Indrasyah, 11220624

PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, HARGA DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) TERHADAP MINAT PENGGUNA JASA TRANSPORTASI ONLINE GOJEK (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS GUNADARMA DEPOK)

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma 2022

ABSTRAK

Penlitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik iklan, harga dan *electronic word of mouth* terhadap minat pengguna jasa Gojek mahasiswa Universitas Gunadarma depok. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan Gojek minimal 1 kali.

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Tahap uji yang dilakukan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis meliputi Uji T (Parsial) dan Uji F (Simultan atau Bersama-sama) serta Uji Koefisien Determinasi (R Square). Alat bantu pengujian yang digunakan adalah SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Daya tarik iklan, Harga, *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh positif terhadap Minat pengguna jasa Gojek. Kemudian ketiga variabel yang diteliti yaitu Daya tarik iklan, Harga, *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh simultan pada minat penggunaan jasa transportasi *online* Gojek terhadap Mahasiswa Universitas Gunadarma Depok.

Kata kunci : Daya tarik iklan , Harga, *Electronic Word Of Mouth*
(xiii + 69 + Lampiran)
Daftar pustaka (2005-2017)