

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAYA TARIK
IKLAN, DAN FLEKSIBILITAS HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA TRANSPORTASI ONLINE INDRIVE**

(Survei Pada Mahasiswa di Yogyakarta)

DIVA SALSABILLA SUTIYOSO

NIM. 141210254

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

salsabilla.yk99@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, daya tarik iklan, dan fleksibilitas harga terhadap keputusan penggunaan jasa layanan transportasi inDrive pada mahasiswa aktif di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasinya adalah mahasiswa aktif di Daerah Istimewa Yogyakarta yang sudah pernah menggunakan jasa layanan transportasi inDrive. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* berupa *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* kepada 110 responden yang diukur menggunakan skala likert. Alat analisis yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif menggunakan *software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. (2) Daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. (3) Fleksibilitas harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata Kunci : *electronic word of mouth*, daya tarik iklan, fleksibilitas harga, Keputusan penggunaan