

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, HARGA DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN  
TRANSPORTASI *ONLINE* (STUDI PADA APLIKASI MAXIM DI KOTA  
YOGYAKARTA)**

**Altha Yustivia**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kepercayaan, kemudahan, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan transportasi *online* (Studi pada aplikasi MAXIM di Kota Yogyakarta. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner secara langsung telah diuji validitas dan reliabilitas. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Distribusi Frekuensi, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan, kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan pada layanan transportasi *online*. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang menunjukkan nilai t hitung  $2,704 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,008 < 0,05$  pada H1. Nilai t hitung  $2,211 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,029 < 0,05$  pada H2. Nilai t hitung  $3,919 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  pada H3. Nilai t hitung  $2,096 > t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,039 < 0,05$  pada H4. Nilai f hitung  $91,643 > f$  tabel  $2,47$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  pada H5.

**Kata Kunci:** *Kepercayaan, Kemudahan, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan*

 13/10 '23

**THE INFLUENCE OF TRUST, CONVENIENCE, PRICE AND SERVICE  
QUALITY ON THE DECISION TO USE ONLINE TRANSPORTATION  
(STUDY ON THE MAXIM APPLICATION IN THE CITY OF  
YOGYAKARTA)**

***Altha Yustivia***

***Abstract***

*This study aims to analyze the effect of trust, convenience, price and quality of service on decisions to use online transportation (Study on the MAXIM application in Yogyakarta City. The sampling technique used was purposive sampling with a total of 100 respondents. The data collection technique used a questionnaire directly tested for validity and reliability. The tests used in this study were Frequency Distribution Analysis, Classical Assumptions Test, Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Testing, and significant to the Decision of Use, Quality of Service has a positive and significant effect on the Decision to Use Trust, Ease, Price and Quality of Service simultaneously influence the Decision to Use of online transportation services. This is evidenced by the t test which shows a calculated t value of 2.704 > t table of 1.985 and a significance value of 0.008 <0.05 for H1. The t value is 2.211 > t table 1.985 and the significance value is 0.029 <0.05 for H2. The calculated t value is 3.919 > t table is 1.985 and the significance value is 0.000 <0.05 for H3. The t count value is 2.096 > t table 1.985 and the significance value is 0.039 <0.05 for H4. The calculated f value is 91.643 > f table is 2.47 and the significance value is 0.000 <0.05 for H5.*

***Keywords:*** Trust, Convenience, Price, Quality of Service, Decision to Use

