

ABSTRAK

Frans Ediel Hasudungan, NIM 7193510066 "Pengaruh Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online InDrive Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan".

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Tahun 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi Online Pada Mahasiswa Universitas Negeri Medan. Selain itu, penelitian ini juga memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara Harga terhadap keputusan penggunaan melalui *Brand Image*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan populasi sebanyak konsumen inDrive pada mahasiswa Universitas Negeri Medan dan mendapatkan sampel sebanyak 100 konsumen. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan instrument berbentuk kuesioner dengan pemberian skor jawabannya menggunakan skala Likert dan diolah secara statistik menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online inDrive pada mahasiswa Universitas Negeri Medan yang dapat dilihat dari nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu $6,946 > 1,988$ dan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online inDrive pada mahasiswa Universitas Negeri Medan yang dapat dilihat dari nilai t-hitung $>$ t-tabel yaitu $2,287 > 1,988$ dan taraf signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Harga dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Penggunaan transportasi online inDrive pada mahasiswa Universitas Negeri Medan yang dapat dilihat dari nilai F-hitung $>$ F-tabel yakni $28,150 > 3,09$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$

Kata Kunci : Harga, *Brand Image*, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Frans Ediel Hasudungan, NIM 7193510066 "The Influence of Price and Brand Image on the Decision to Use InDrive Online Transportation for Medan State University Students".

Department of Management, Faculty of Economics, Medan State University in 2023.

This research aims to determine the influence of price and brand image on the decision to use online transportation among Medan State University students. Apart from that, this research also aims to determine the influence of price on usage decisions via Brand Image. This research used a quantitative research approach with a population of inDrive consumers at Medan State University and obtained a sample of 100 consumers. The data collection technique for this research uses an instrument in the form of a questionnaire with the answers scored using a Likert scale and processed statistically using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) software version 22.0. The research results show that price influences the decision to use inDrive online transportation among Medan State University students which can be seen from the $t\text{-count} > t\text{-table value}$, namely $6.946 > 1.988$ and a significant level of $0.000 < 0.05$. Brand Image influences the decision to use inDrive online transportation among Medan State University students which can be seen from the $t\text{-count} > t\text{-table value}$, namely $2.287 > 1.988$ and a significance level of $0.024 < 0.05$. Price and Brand Image influence the decision to use inDrive online transportation among Medan State University students which can be seen from the $F\text{-count} > F\text{-table value}$, namely $28.150 > 3.09$ with a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Price, Brand Image, Usage Decision