

## PENGARUH HARGA, KEMUDAHAN, KUALITAS PELAYANAN, DAN *E-WOM* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN LAYANAN TRANSPORTASI *ONLINE* MAXIM DI KOTA MADIUN

Venna Wiayunda<sup>1)</sup>, Hendra Setiawan<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: [yennaw77@gmail.com](mailto:yennaw77@gmail.com)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun

email: [hendrasetiawan@unipma.ac.id](mailto:hendrasetiawan@unipma.ac.id)

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *e-wom* terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa harga Maxim terbilang cukup terjangkau, dengan penggunaan aplikasi yang mudah sehingga banyak dari masyarakat yang dapat mengakses. Selain itu, kualitas pelayanan yang memuaskan dan *E-wom* yang mayoritas bersifat positif membuat banyak dari Masyarakat yang tertarik menggunakan Maxim.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Aplikasi transportasi *online* Maxim di Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan data primer yang didapat melalui teknik pengumpulan data berupa kuisisioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software* SPSS 25 dengan jumlah sampel sebanyak 384 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara parsial variabel harga ( $X_1$ ), variabel kemudahan ( $X_2$ ), variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ), dan variabel *e-wom* ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun.

**Kata Kunci:** Harga, Kemudahan, Kualitas Pelayanan, E-WOM, Keputusan Layanan Transportasi

### *Abstract*

*The purpose of this study is to examine the impact of price, ease, service quality, and electronic word-of-mouth (e-WOM) on the decision to use Maxim online transportation services in Madiun City. Existing phenomena indicate that Maxim's price is relatively affordable, with easy-to-use applications, allowing many people to access it. Additionally, satisfying service quality and positive e-WOM have attracted many people to use Maxim.*

*The population in this study consists of all users of the Maxim online transportation application in Madiun City. This study employs a quantitative approach, using primary data collected through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, assisted by SPSS 25 software, with a sample size of 384 respondents. The results show that partially, the variables of price (X1), ease (X2), service quality (X3), and e-WOM (X4) have a positive and significant impact on the decision to use Maxim online transportation services in Madiun City.*

**Keywords:** *Price, Ease, Service Quality, E-WOM, Transportation Service Decision."*

### **A. PENDAHULUAN**

Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan di suatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Fenomena umum yang ada menunjukkan bahwa belakangan ini sedang digencarkan dengan munculnya jasa transportasi *online* pendatang baru yaitu Maxim. Maxim merupakan jasa transportasi *online* yang didirikan oleh Maxim Azibarov pada tahun 2003 di Kota Chardinsk, Pegunungan Ural Rusia. Transportasi *online* Maxim baru hadir di Indonesia pada tahun 2018 dan mulai beroperasi di Madiun pada tahun 2020. Maxim memiliki beberapa layanan seperti Maxim *bike*, Maxim *car*, Maxim *food & shop*, Maxim *delivery*, Maxim *cargo*, dan Maxim *life*. Kehadiran Maxim membuat persaingan antar perusahaan transportasi *online* semakin ketat. Jasa transportasi *online* Maxim ini dapat diterima baik oleh masyarakat, karena harganya terjangkau dan lebih murah sehingga pengguna jasa transportasi *online* Maxim mengalami peningkatan ([taximaxim.com](http://taximaxim.com)).

Menurut laporan *The State of Mobile 2024 Report* yang diterbitkan Data.ai menunjukkan sedikitnya ada tiga aplikasi transportasi *online* yang paling laris diunduh (*download*) di Indonesia sepanjang 2021-2023. Berdasarkan artikel tersebut, aplikasi transportasi *online* Maxim berada di urutan kedua dengan rata-rata unduhan per bulan mencapai 892 ribu pada 2023. Angka ini naik 15,39% dari tahun 2022 yang sebesar 773 ribu unduhan per bulan. Sedangkan pada tahun 2021 rata-rata unduhan aplikasi transportasi *online* Maxim yakni 763 ribu, yang kemudian mengalami kenaikan sebesar 2,97% pada tahun 2022 atau sebesar 773 ribu.

Maxim sebagai aplikasi pemesanan transportasi digital, dengan status terbilang “lebih muda” dibandingkan para pendahulunya yaitu Gojek dan Grab, tetapi berhasil merajai peringkat tersebut sebagai raja kedua. Tercatat bahwa Maxim berhasil melandai di Indonesia pada 2018 sedangkan Grab terhitung telah hadir di tengah masyarakat tepatnya empat tahun sebelum kehadiran Maxim. Keputusan menggunakan layanan transformasi merupakan proses dimana konsumen memilih dan mengevaluasi produk atau jasa layanan transformasi. Sering kali konsumen mempertimbangkan berbagai hal yang sesuai dengan kebutuhannya.

Proses keputusan menggunakan layanan transportasi tidak hanya untuk melihat beberapa faktor yang dapat memicu pelanggan. Namun, sesuai fungsi dalam melakukan penggunaan atas

layanan untuk mencukupi kebutuhan dan apa yang diinginkan pengguna. Proses keputusan menggunakan layanan transportasi merupakan pemecahan masalah dalam rangka memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen.

Menurut Loudon dan Bitta (dalam Firmansyah, 2020), mengemukakan pendapat yakni keputusan konsumen untuk menggunakan layanan transformasi dapat diartikan sebagai keputusan penggunaan layanan transformasi serta layanan apa yang akan digunakan, kapan akan menggunakan, banyaknya jumlah yang akan digunakan dan bagaimana penggunaan layanan akan dilakukan.

Adapun indikator yang mempengaruhi keputusan konsumen yakni harga. Menurut Kotler & Amstrong (2018), harga merupakan jumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Fenomena yang ada menunjukkan bahwa perusahaan Maxim menawarkan harga terjangkau dan lebih murah. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perbandingan harga yang dilihat dari aplikasi Grab, Gojek dan Maxim dan didukung oleh hasil pra survei yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan perusahaan Maxim terjangkau dan lebih murah dibandingkan Grab dan Gojek. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratama, (2023) yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* (Studi pada Maxim).

Indikasi selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online* Maxim di Kota Madiun yaitu kemudahan. Menurut Isnawati, (2020) mendefinisikan Kemudahan transaksi *online* merupakan proses pemesanan yang mudah, proses pembayaran yang beragam dan mudah diselesaikan, proses pembelian yang menguntungkan dan nyaman, dan proses pengiriman barang yang cepat dan akurat.

Fenomena yang ada menunjukkan bahwa menurut hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi Maxim di playstore dan didukung oleh hasil pra survei menyatakan bahwa aplikasi Maxim sulit digunakan karena alamat yang tertera pada maps kurang lengkap, sehingga para pengguna merasa kesulitan dalam menentukan lokasi penjemputan dan lokasi

tujuan. Penelitian yang dilakukan oleh Agustin, (2023) menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna Jasa Transportasi *Online Maxim* pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon.

Indikasi selanjutnya yang mempengaruhi keputusan menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan yang dimaksud termasuk pelayanan sewaktu menawarkan produk/jasa, pelayanan ketika memberikan jasa, pelayanan atas resiko yang terjadi saat memberikan jasa dan pelayanan lain sebagainya (Assauri, 2018). Fenomena yang ada menunjukkan bahwa berdasarkan hasil *review* atau ulasan para pengguna yang terdapat pada aplikasi Maxim di playstore dan didukung oleh hasil pra survei menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan *driver Maxim* masih kurang baik dan kurang memuaskan. Penelitian yang dilakukan oleh Prastowo *et al.*, (2023) juga menjelaskan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *Marketplace Lazada*

## B. METODE

Jenis penelitian pada penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif ini untuk membuktikan adanya pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan dan E-Wom terhadap keputusan pembelian menggunakan layanan transportasi online Maxim di Kota Madiun. Sampel dari penelitian ini yakni 384 konsumen yang menggunakan Layanan Transportasi *Online Maxim* di Kota Madiun dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuisisioner dengan menyebarkan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini antara lain: analisis deskriptif, uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistika deskriptif

Analisis data deskriptif dalam penelitian ini dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Deskripsi Data

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	384	15.00	40.00	27.5078	7.34064
Kemudahan	384	13.00	40.00	27.7448	7.95138
Kualitas Pelayanan	384	18.00	50.00	34.0755	9.02489
E-Wom	384	19.00	50.00	34.9974	9.22238
Keputusan Menggunakan	384	13.00	40.00	28.2656	7.35751
Valid N (listwise)	384				

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis deskripsi data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa:

- Untuk variabel harga diperoleh nilai mean sebesar 27,5078 dengan nilai standar deviasi sebesar 7,34064. Untuk nilai minimum sebesar 15 dan nilai maksimum sebesar 40.
- Untuk variabel kemudahan diperoleh nilai mean sebesar 27,7448 dengan nilai standar deviasi sebesar 7,95138. Untuk nilai minimum sebesar 13 dan nilai maksimum sebesar 40.
- Untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai mean sebesar 34,0755 dengan nilai standar deviasi sebesar 9,02489. Untuk nilai minimum sebesar 18 dan nilai maksimum sebesar 50.
- Untuk variabel e-wom diperoleh nilai mean sebesar 34,9974 dengan nilai standar deviasi sebesar 9,22238. Untuk nilai minimum sebesar 19 dan nilai maksimum sebesar 90.
- Untuk variabel keputusan menggunakan diperoleh nilai mean sebesar 28,2656 dengan nilai standar deviasi sebesar 7,35751. Untuk nilai minimum sebesar 13 dan nilai maksimum sebesar 40.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2 Hasil Analisis Garis Regresi Linier Berganda:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.255	.354		3.547	.000
	Harga	.106	.029	.142	3.658	.000
	Kemudahan	.274	.049	.296	5.542	.000
	Kualitas Pelayanan	.181	.031	.222	5.847	.000
	E-Wom	.345	.041	.433	8.449	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan garis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_i$$

$$\hat{Y} = 1,255 + 0,106X_1 + 0,274X_2 + 0,181X_3 + 0,345X_4 + e_i$$

Sesuai dengan persamaan regresi yang diperoleh, maka model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta = 1,255. Nilai konstanta menunjukkan nilai positif sebesar 1,255. Hal ini menunjukkan apabila variabel harga, kemudahan, kualitas pelayanan, e-wom, dan  $e_i$  (variabel lain yang tidak diteliti) bernilai konstan (0), maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun sebesar 1,255.
2. Nilai koefisien  $b_1 = 0,106$ , berarti bahwa apabila nilai variabel harga ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,106 point.
3. Nilai koefisien  $b_2 = 0,274$ , berarti bahwa apabila nilai variabel kemudahan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,274 point.
4. Nilai koefisien  $b_3 = 0,181$ , berarti bahwa apabila nilai variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,181 point.

5. Nilai koefisien  $b_4 = 0,345$ , berarti bahwa apabila nilai variabel *e-wom* ( $X_4$ ) mengalami kenaikan sebesar satu poin, sementara variabel independen lainnya bersifat tetap, maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun mengalami peningkatan sebesar 0,345 point.

### Uji t

Uji t dalam penelitian ini untuk melihat pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan *e-wom* terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun secara parsial. Hasil analisis uji t dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Analisis Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.255	.354		3.547	.000
	Harga	.106	.029	.142	3.658	.000
	Kemudahan	.274	.049	.296	5.542	.000
	Kualitas Pelayanan	.181	.031	.222	5.847	.000
	E-Wom	.345	.041	.433	8.449	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis data tabel di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pada variabel harga ( $X_1$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,658 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima.
- $> 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel kemudahan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima.
- Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,847 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas

pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima..

- d. Pada variabel e-wom ( $X_4$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,449 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel e-wom ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis keempat diterima.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh hasil Pada variabel harga ( $X_1$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,658 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel harga ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun juga akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan dengan harga semakin tinggi, cukup banyak responden yang merasa percaya dengan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun tersebut. Oleh karena itulah harga memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian

#### **Pengaruh Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh hasil Pada variabel kemudahan ( $X_2$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,542 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel kemudahan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemudahan maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh hasil Pada variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,847 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun juga akan semakin meningkat.

### **Pengaruh E-Wom terhadap Keputusan Penggunaan**

Berdasarkan hasil analisis uji t diperoleh hasil Pada variabel e-wom ( $X_4$ )  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,449 > 1,984$  dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya secara parsial variabel e-wom ( $X_4$ ) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun, sehingga **hipotesis keempat diterima**. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik e-wom maka keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun juga akan semakin meningkat. Dahulu, komunikasi *word of mouth* dilakukan secara tatap muka dengan orang yang telah dikenal, namun sekarang *word of mouth* dapat dilakukan dalam dunia maya dengan cakupan lebih luas, yaitu dalam hitungan detik apa yang kita *share* mampu dibaca orang lain. Pergeseran paradigma inilah *word of mouth* melalui media internet disebut *electronic word of mouth*.

## **D. SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh harga, kemudahan, kualitas pelayanan, dan e-wom terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun dapat disimpulkan yakni secara parsial variabel harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun,

Secara parsial variabel kemudahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun. Secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun dan secara parsial variabel *e-wom* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun.

### E. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada beberapa pihak antara lain: 1) Bagi Pihak Maxim yakni hendaknya terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen; 2) Bagi konsumen yakni memberikan respon positif pada media sosial terkait layanan transportasi online Maxim; 3) Bagi peneliti lain yakni ikut mempertimbangkan sumbangan pengaruh variabel bebas lain yang mempengaruhi keputusan menggunakan layanan transportasi *online* Maxim di Kota Madiun yang tidak diteliti dalam penelitian ini

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T. (2023). Pengaruh Harga, Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Online Maxim Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon. IAIN Syekh Nurjati.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran. PT. Raja Grafindo Persada.
- Firmansyah, M. . (2019). Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy. Qiara Media.
- Isnawati, N. (2020). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Aplikasi
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Edisi 13,). Erlangga.
- Prastowo, S. L., Djaenudin, E. M., & Apiyanti, N. V. (2023). Pengaruh e-Promotion, Pelayanan, Kemudahan, e-WOM Terhadap Keputusan Pembelian, melalui Perilaku Konsumen pada Marketplace Lazada. Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 7(1), 130–141. <https://doi.org/10.31294/eco.v7i1.15241>
- Pratama, V. R. D. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Wom (Word Of Mouth), Dan Harga Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Transportasi Online (Studi Pada Maxim)

# SIMBA

**SEMINAR INOVASI  
MANAJEMEN BISNIS DAN  
AKUNTANSI 6**

[Universitas Kristen Satya Wacana]. In Universitas Kristen Satya Wacana (Vol. 11, Issue 1).  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)