

ABSTRAK

Ndraha, Oktaviani.2025. Pengaruh Atribut dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Maxim Transportasi *Online* di Kota Gunungsitoli. Skripsi. Pembimbing. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

Latar belakang dari penelitian ini adalah masih terdapat *driver* yang tidak menggunakan atribut seperti jaket, helm dan stiker saat berkendara atau mengemudi di jalan. Di mana hal ini tidak memaksimalkan keberadaan *brand* Maxim dapat dikenal atau diketahui masyarakat dan mempengaruhi kenyamanan bagi konsumen dan kepercayaan bagi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut dan *brand awareness* terhadap keputusan penggunaan jasa Maxim transportasi *online* di Kota Gunungsitoli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada 98 responden yang dipilih menggunakan *random probability sampling*. Metode analisis data yang diterapkan dalam studi ini mencakup teknik regresi linear berganda untuk mengevaluasi seberapa signifikan dampak variabel independen terhadap variabel dependen dan untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang diteliti.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut, *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dengan tingginya atribut (kualitas jasa, fitur produk, pemberian merek, pemberian label, menerapkan gaya dan desain) dan *brand awareness* (*recall*, *recognition*, *purchase* dan *consumption* yang dimiliki akan lebih mudah meningkatkan keputusan penggunaan jasa Maxim transportasi *online* di Kota Gunungsitoli.

Kata kunci : Maxim Kota Gunungsitoli, atribut, *brand awareness*, keputusan penggunaan.

ABSTRACT

Ndraha, Oktaviani.2025. The Influence of Attributes and Brand Awareness on the Decision to Use Maxim Online Transportation Services in Gunungsitoli City. Thesis. Supervisor. Yuterlin Zalukhu, S.Sos., M.M.

The background of this study is that there are still drivers who do not use attributes such as jackets, helmets and stickers when driving or driving on the road. Where this does not maximize the existence of the Maxim brand to be known or known to the public and affects consumer comfort and consumer trust. This study aims to determine how much influence attributes and brand awareness have on the decision to use Maxim online transportation services in Gunungsitoli City. This study employed a quantitative approach with a survey method. Data were collected by distributing questionnaires to 98 respondents selected using random probability sampling. The data analysis method employed in this study included multiple linear regression techniques to evaluate the significant impact of the independent variables on the dependent variable and to identify relationships between the variables studied. The results of this study indicate that attributes, brand awareness have a positive and significant effect on usage decisions. With high attributes (service quality, product features, branding, labeling, applying style and design) and brand awareness (recall, recognition, purchase and consumption owned will be easier to increase the decision to use Maxim online transportation services in Gunungsitoli City.

Keywords: Maxim City of Gunungsitoli attributes, brand awareness, usage decisions.