

ABSTRAK

ANALISIS DAMPAK KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI GRAB FOOD DALAM MENINGKATKAN NIAT PEMBELIAN MELALUI PERAN MEDIASI BRAND AWARENESS

Oleh:

RETNO ISNI HASANAH

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak kemudahan penggunaan aplikasi Grab Food dalam meningkatkan niat beli konsumen melalui peran mediasi kesadaran merek. Fenomena aplikasi pemesanan makanan seperti Grab Food menjadi hal yang signifikan di era digital yang terus berkembang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang tinggal dan sedang menempuh pendidikan di kota Metro. Sampel data diambil dengan menggunakan teknik non-probability sampling melalui purposive sampling. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan Path Analysis dengan pendekatan Partial Least Square atau Structural Equation Model (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kesadaran merek, sedangkan analisis persamaan estimasi menunjukkan kecenderungan pengalaman menggunakan Grab Food berpengaruh positif signifikan terhadap kesadaran merek. Di sisi lain, kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Begitu pula pengalaman menggunakan aplikasi Grab Food mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap niat beli konsumen. Selain itu, hasil penelitian juga mengetahui adanya fungsi mediasi kesadaran merek terhadap hubungan kemudahan penggunaan, pengalaman, dan niat membeli.

Kata Kunci: *Kemudahan Penggunaan, Kesadaran Merek, Niat Membeli, Pengalaman Pengguna*