

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, CITRA MEREK DAN *E-WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI JOOX PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOG UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

**Celestine Julian Tandika<sup>1</sup> Steven<sup>2</sup>  
Program Studi Manajemen  
Faculty of Economy, Universitas Prima Indonesia**

**Abstrak**

Di era digital, mahasiswa cenderung memilih hiburan yang praktis seperti aplikasi streaming musik. JOOX yang sempat populer kini mengalami penurunan penggunaan di kalangan mahasiswa akibat persaingan dengan platform seperti Spotify dan YouTube Music yang lebih inovatif. Penurunan ini dipengaruhi oleh menurunnya kualitas layanan (*e-service quality*), melemahnya citra merek (*brand image*), serta *e-word of mouth* yang cenderung negatif. Keluhan terkait performa aplikasi, kurangnya fitur menarik, minimnya promosi yang relevan, serta ulasan negatif dari pengguna lain membuat mahasiswa beralih ke aplikasi lain. Oleh karena itu, JOOX perlu melakukan evaluasi dan strategi yang lebih tepat untuk kembali menarik minat mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Psikologi yang berjumlah 799 orang. Karena jumlah populasi cukup besar, maka penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik Slovin dengan tingkat kesalahan (*error*) sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, diperoleh jumlah sampel sebanyak 89 responden. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality*, *Citra Merek*, dan *E-Word of Mouth* masing-masing berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi JOOX, baik secara parsial maupun simultan, sehingga ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keputusan menggunakan.

*Kata Kunci: E-Service Quality, Citra Merek Dan E-Word Of Mouth Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi*