

## **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRABFOOD**

**CLT. Matutino Kinasih, Rena Rizqullah**

STIE Unisadhuguna, Jakarta, Indonesia

Email: carolus.kinasih@gmail.com

### **Abstrak**

Pada era digital sekarang ini, penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan pesat yang mau tidak mau menjadi andil dalam mengubah cara berpikir masyarakat yang menggunakan jasa layanan transportasi. Menurut survei Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Perhubungan, Gojek menjadi aplikasi transportasi online yang paling populer di Indonesia dengan pengguna mencapai 59,13%. Disusul Grab di urutan kedua dengan 32,24%, Maxim 6,93%, InDriver 1,47%, dan lainnya 0,23%. Salah satu contoh perusahaan transportasi online terkemuka di Indonesia adalah PT Grab Indonesia, yang menyediakan layanan berbasis mobile untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya. Kemunculan teknologi baru membuka jalan bagi inovasi, salah satunya melalui aplikasi transportasi online yang semakin memudahkan mobilitas masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh dari kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan GrabFood di area Jakarta Selatan, baik secara parsial maupun simultan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode verifikasi deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna GrabFood di area Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial atau simultan variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Pelanggan.

### **Abstract**

In the current digital era, internet use in Indonesia has experienced a rapid increase which inevitably plays a role in changing the way of thinking of people who use transportation services. The emergence of new technology opens the way for innovation, one of which is through online transportation applications which make people's mobility easier. According to a survey by the Research and Development Agency of the Ministry of Transportation, Gojek is the most popular online transportation application in Indonesia with users reaching 59.13%. Followed by Grab in second place with 32.24%, Maxim 6.93%, InDriver 1.47%, and others 0.23%. One example of a leading online transportation company in Indonesia is PT Grab Indonesia, which provides mobile-based services to increase ease of access for its customers. This study aims to determine whether there is an effect of service quality and ease of use on GrabFood customer satisfaction in the South Jakarta area, either partially or simultaneously. The method in this study uses a descriptive verification method with a quantitative approach model. The population in this study

are all GrabFood users in the South Jakarta area. The sampling technique used was purposive sampling. This study used primary data, namely questionnaires which were analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that partially or simultaneously the variables of service quality and ease of use had a positive and significant effect on customer satisfaction.

**Keywords:** *Service Quality, Ease of Use, Customer Satisfaction.*

## **Pendahuluan**

Pada era digital sekarang ini, penggunaan internet di Indonesia mengalami peningkatan pesat yang mau tidak mau menjadi andil dalam mengubah cara berpikir masyarakat yang menggunakan jasa layanan transportasi (Mardani, R Oktini, & A R, 2023). Kemunculan teknologi baru membuka jalan bagi inovasi, salah satunya melalui aplikasi transportasi online yang semakin memudahkan mobilitas masyarakat (B2041141022, 2019).

Transportasi online merupakan layanan transportasi berbasis internet yang mencakup keseluruhan proses transaksi, mulai dari pemesanan, pemantauan rute, pembayaran, hingga evaluasi layanan. Kehadirannya membawa angin segar bagi masyarakat yang membutuhkan akses transportasi yang mudah, cepat, dan praktis (Suryadi, 2019).

Menurut survei Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Perhubungan, Gojek menjadi aplikasi transportasi online yang paling populer di Indonesia dengan pengguna mencapai 59,13%. Disusul Grab di urutan kedua dengan 32,24%, Maxim 6,93%, InDriver 1,47%, dan lainnya 0,23% (Purba & Kusnady, 2020). Salah satu contoh perusahaan transportasi online terkemuka di Indonesia adalah PT Grab Indonesia, yang menyediakan layanan berbasis mobile untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya. Saat ini, Grab telah beroperasi di 125 kota di seluruh Indonesia, termasuk DKI Jakarta, khususnya Jakarta Selatan, yang memiliki kepadatan penduduk mencapai 2,38 juta jiwa.

Di era pandemi yang dimulai pada tahun 2019, di mana ada regulasi pemerintah untuk menjaga jarak dan bekerja/ belajar dari rumah, maka permintaan akan kebutuhan makanan melalui aplikasi online mengalami peningkatan pesat. Tingginya permintaan akan kebutuhan masyarakat untuk membeli makanan secara online pada masa PPKM memicu lonjakan kegiatan antaran makanan atau *food delivery*, yaitu layanan antar makanan melalui aplikasi online melalui smartphone (Norhayati, N, & Soviyanti, 2023). Perusahaan yang bergerak di model bisnis ini biasanya bermitra dengan restoran di berbagai lokasi untuk memfasilitasi pemesanan makanan melalui situs atau aplikasi mereka (Atmaja, 2018).

Popularitas layanan *food delivery* semakin meningkat karena menawarkan kemudahan bagi masyarakat. Pengguna tidak perlu keluar rumah, mengantre, dan mengeluarkan banyak usaha (Caniago, 2022). Cukup dengan memesan melalui aplikasi, makanan akan diantarkan langsung ke rumah. Pada tanggal 2 Mei 2016, Grab menghadirkan layanan Food Delivery melalui fitur GrabFood pada aplikasi Grab. Menurut laporan Grab, layanan pesan-antar makanan diprediksi akan terus diminati masyarakat Indonesia. Namun, hasil riset Tenggara menunjukkan bahwa GrabFood bukan satu-satunya layanan food delivery yang diminati. Aplikasi lain seperti GoFood dan ShopeeFood juga menjadi pesaing kuat dalam memperebutkan posisi teratas (Lupiyoadi, 2021). Riset tersebut juga mengungkapkan bahwa GrabFood saat ini kalah

populer dibandingkan GoFood dan ShopeeFood. Hal ini mengindikasikan adanya ketidakpuasan pada pelanggan GrabFood. Upaya Grab untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan posisinya di industri food delivery patut diamati.

Kemudahan dalam penggunaan teknologi aplikasi mampu membantu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga, dan mudah mendapatkan informasi dalam melakukan pemesanan online (Agustina & Sapitri, 2022). Terdapat indikator dari persepsi kemudahan menurut Wahyuningtyas, yaitu tidak memerlukan biaya, mudah digunakan, mudah melakukan apa yang diinginkan, mudah untuk belajar mengoperasikan, mudah untuk melakukan apa yang diinginkan, dan interaksi jelas dan dimengerti (Harmadji, 2022). Berdasarkan data yang diperoleh dari ulasan Google Play Store terkait pelayanan GrabFood masih ada keluhan dari beberapa pelanggan yang diantaranya; Sering terjadi error pada aplikasi atau *white screen*, kesulitan mengancel jika terjadi kesalahan pesanan, pengiriman makanan yang dinilai terlalu lama, pelayanan *driver* yang kurang memuaskan, pengemudi yang sulit untuk dihubungi atau tidak merespon, akses masuk aplikasi grab yang dinilai terlalu rumit, dan sulitnya mendapat *driver* untuk *pickup* makanan (Oktaviani, 2020). Kualitas layanan menjadi sangat penting karena ketika perusahaan memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka pelanggan tidak akan beralih ke aplikasi lain dan mempertahankan untuk tetap menjadi pelanggan setia (Effendy, Fatimah, & Santoso, 2023).

Dalam kepuasan pelanggan terdapat beberapa faktor pendukungnya yang diantaranya ada kualitas layanan dan kemudahan penggunaan. Menurut Kotler (2012) definisi kualitas layanan menggambarkan bentuk evaluasi pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan, kualitas dipersepsikan baik dan memuaskan jika layanan yang di terima sesuai dengan harapan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas layanan menjadi sangat penting karena ketika perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya maka pelanggan tidak akan beralih ke aplikasi lain dan mempertahankan untuk tetap menjadi pelanggan setia.

Selain kualitas layanan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah kemudahan penggunaan. Mencapai kepuasan pelanggan selalu menjadi poin utama bagi PT Grab Indonesia, pelanggan akan terus meninjau layanan dari Grab untuk memutuskan apakah akan terus menggunakan layanan Grab kembali atau tidak karena tidak ada jaminan bahwa semua pelanggan akan selalu setia menggunakan layanan Grab, karena adanya aplikasi ojek online lain yang nantinya akan menjadi faktor pembanding bagi pelanggan dalam menggunakan layanan berikutnya maka kepuasan pelanggan akan menjadi penentu pilihan berikutnya. Berdasarkan penjabaran di atas penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan GrabFood di Wilayah Jakarta Selatan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, berpengaruh Kualitas Layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan GrabFood di wilayah Jakarta Selatan. Kemudahan Penggunaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan GrabFood di wilayah Jakarta

Selatan. Serta, Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan GrabFood di wilayah Jakarta Selatan.

Tujuan dalam penelitian ini, untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan grabfood di wilayah jakarta selatan. Mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan grabfood di wilayah jakarta selatan. Serta, untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan grabfood di wilayah jakarta selatan.

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan eksplanatif (Riyanto & Hatmawan, 2020). Pendekatan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel penelitian, yaitu kualitas layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kepuasan pelanggan GrabFood di Jakarta Selatan. Sedangkan Pendekatan eksplanatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel independen (kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi) dengan variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Metode Penelitian ini secara berurutan akan menentukan jumlah sampel sebagai responden dari populasi yang ada. Dari responden yang ditetapkan tersebut diberikan kuesioner yang isi-isi pernyataannya akan dikumpulkan sebagai data penelitian yang akan di lakukan uji-uji secara statistik yang prosesnya dibantu oleh softwatr SPSS 22. Kemudian dilakukan uji Asumsi klasik, Uji Statistik.

Uji Asumsi Klasik dilakukan dengan tujuan untuk memastikan data memenuhi asumsi-asumsi yang mendasari model regresi linier agar hasil analisisnya valid dan dapat diinterpretasikan dengan tepat. Jenis-jenis uji ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas. Di samping itu juga dilakukan uji statistik yang meliputi uji validitas instrumen penelitian berupa uji-t dan uji-F. Tak ketinggalan analisis regresi linier berganda dan uji koefisieb determinasi

### Hasil dan Pembahasan

#### Penentuan Sampel

Karena populasi dari pelanggan yang berbelanja online melalui aplikasi Grap-Food tidak dapat diketahui secara pasti, maka untuk kasus demikian menurut Riyanto dan Hermawan (2020) dapat digunakan pendekatan rumus Lemeshow (Pramudana & Santika, 2018):

$n = z^2 \cdot P \cdot (1 - P) / d^2$  atau  $n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5) / 0,1^2 = 96,04$  dan dibulatkan menjadi 100 responden.

#### 1) Uji Validitas

**Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel X1**

Pernyataan	Kualitas Layanan (X1)		
	rhitung	rtabel n = 100	Keterangan
1	0,708	0,1654	Valid
2	0,604	0,1654	Valid
3	0,612	0,1654	Valid
4	0,741	0,1654	Valid
5	0,661	0,1654	Valid
6	0,566	0,1654	Valid

Berdasarkan olahan data yang dipaparkan pada tabel 1 di samping, diperlihatkan bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel kualitas layanan (X1) keseluruhan instrumen dikatakan valid, karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel untuk  $n = 100$  yaitu 0,1654.

**Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel X2**

Pernyataan	Kemudahan Penggunaan (X <sub>2</sub> )		
	rhitung	rtabel n = 100	Keterangan
1	0,683	0,1654	Valid
2	0,656	0,1654	Valid
3	0,672	0,1654	Valid
4	0,621	0,1654	Valid
5	0,594	0,1654	Valid
6	0,613	0,1654	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data (SPSS-22)*

Tabel 2 di samping ini memberikan informasi bahwa setiap item pernyataan pada variabel Kemudahan Penggunaan (X2) dinyatakan valid, karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel untuk  $n = 100$  yaitu 0,1654.

**Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y**

Pernyataan	Kepuasan Pelanggan (Y)		
	rhitung	rtabel n = 100	Keterangan
1	0,668	0,1654	Valid
2	0,664	0,1654	Valid
3	0,582	0,1654	Valid
4	0,595	0,1654	Valid
5	0,563	0,1654	Valid
6	0,525	0,1654	Valid

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS22*

Berdasarkan data yang dipaparkan pada tabel 3 di samping, bahwa masing-masing item pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan (Y) keseluruhan instrumen dikatakan valid, karena nilai rhitung lebih besar dari rtabel untuk  $n = 100$  yaitu 0,1654.

## 2) Uji Reliabilitas

**Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,724	6

*Sumber: Hasil Olah Data SPSS22*

Berdasarkan tabel 4 di samping, untuk hasil uji reliabilitas variabel kualitas layanan (X1) pada nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,724 berada di atas 0,600, sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel kualitas layanan adalah reliabel.

**Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,709	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Berdasarkan tabel 5 di samping, untuk hasil uji reliabilitas variabel kemudahan penggunaan (X2) pada nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,709 berada di atas 0,600 maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel kualitas layanan adalah reliabel.

**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,633	6

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Berdasarkan tabel 6 di samping, untuk hasil uji reliabilitas variabel kepuasan pelanggan (Y) pada nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,633 berada di atas 0,600 maka dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian mengenai variabel kualitas layanan adalah reliabel.

### 3) Uji Normalitas

**Diagram 1 Hasil Uji Normalitas Data**



Berdasarkan Diagram 1 di samping, diperlihatkan bahwa hasil uji normalitas dapat dinyatakan bahwa model regresi linier tersebut berdistribusi normal karena sebaran datanya mendekati dan mengikuti garis diagonalnya.

#### 4) Uji Multikolinieritas

**Tabel 7 Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6,792	1,900		3,574	,001		
Kualitas Layanan	,306	,072	,341	4,269	,000	,780	1,281
Kemudahan Penggunaan	,435	,070	,494	6,181	,000	,780	1,281

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Berdasarkan tabel 7 di samping, untuk variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,780 dan nilai VIF sebesar 1,281. Untuk variabel kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai sebesar 0,780 dan nilai VIF sebesar 1,281. Yang berarti bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing- masing variabel < 10 dan memiliki nilai *tolerance* dari masing – masing variabel > 0,1 sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung multikolinieritas.

#### 5) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,160	1,201		,966	,337
Kualitas Layanan	,032	,045	,082	,714	,477
Kemudahan Penggunaan	-,029	,044	-,075	-,653	,515

a. Dependent Variable: Abs\_res

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Berdasarkan tabel 8 di samping dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Untuk variabel kualitas layanan (X1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,477 dan untuk variabel kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,515. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kedua variabel X1 dan X2 memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05 dengan variabel *dependen* nilai mutlak varians.

6) **Analisis Persamaan Regresi Linier berganda**

Untuk menentukan nilai persamaan regresi linear bergandanya sebagai berikut (Tony Sitinjak, 2019):

$$Y = 6,792 + 0,306 X_1 + 0,435 X_2 + \epsilon, \text{ dapat dijelaskan sebagai berikut:}$$

- a. Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 6,792. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi Kualitas Layanan (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) bernilai nol (0) atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah 6,792.

**Tabel 9. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	6,792	1,900		
Kualitas Layanan	,306	,072	,341	4,269	,000
Kemudahan Penggunaan	,435	,070	,494	6,181	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,306. Hal ini artinya jika variabel Kualitas Layanan naik 1 satuan, maka variabel Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan atau kenaikan sebesar 0,306 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap nol (0). Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh positif atau searah antara variabel independen dan variabel dependen.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel Kemudahan Penggunaan (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,435. Hal ini menunjukkan jika Kemudahan Penggunaan naik 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 0,435 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap nol (0). Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh positif atau searah antara variabel independen dan variabel dependen.

7) **Koefisien Determinasi**

**Tabel 10 Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 <sup>a</sup>	,517	,507	1,62222

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Berdasarkan pada tabel 10 di samping menunjukkan bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,517 yang berarti bahwa variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 51,7% sedangkan sisanya 48,3% ( $100\% - 51,7\%$ ) ditentukan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

### 8) Uji-t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial atau individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t tabel dengan taraf tingkat signifikan 5 % atau 0,05. Mencari t tabel dalam penelitian ini menggunakan rumus :

- $a : 2 = 0,05 : 2$   
 $= 0,025$
- Df  $= n - k - 1$   
Df  $= 100 - 2 - 1$   
Df  $= 97$

Keterangan :

$a = 5\% = 0,05$

$n =$  Jumlah responden

$k =$  Jumlah variabel bebas

Kemudian dicari pada t tabel maka ditemukan nilai t tabel sebesar 1.98472 .

Hasil uji t menggunakan program IBM SPSS *Statistics* V.22 dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 11 Hasil Uji-t (uji korelasi parsial)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,792	1,900		3,574	,001
Kualitas Layanan	,306	,072	,341	4,269	,000
Kemudahan Penggunaan	,435	,070	,494	6,181	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Dari hasil output SPSS V.22 di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a) Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.  
Dari perhitungan Uji t di atas dapat diketahui t hitung  $>$  t tabel yakni 4,269  $>$  1.984 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.  
Dari perhitungan uji t di atas dapat diketahui t hitung  $>$  t tabel yakni 6,181  $>$  1.984 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh yang

signifikan antara variabel kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan.

### 9) Uji-F

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara bersama – sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk mencari nilai f tabel dalam penelitian ini dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 memakai rumus :

$$Df_1 = k \text{ ( Variabel bebas)}$$

$$= 2$$

$$Df_2 = n - k - 1$$

$$= 100 - 2 - 1$$

$$= 97$$

Jadi nilai F tabel dari 100 diperoleh  $df_1 = 2$  dan  $Df_2 = 97$  dengan hasil sebesar 3,09. Hasil uji f menggunakan program IBM SPSS *Statistics* V.22 dapat dilihat dalam Tabel 12 di bawah ini.

**Tabel 12. Hasil Uji F (Uji simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273,645	2	136,822	51,992	,000 <sup>b</sup>
	Residual	255,265	97	2,632		
	Total	528,910	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
 b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan  
 Sumber: Hasil Olah Data SPSS22

Dari hasil perhitungan uji F pada tabel di atas dapat diketahui F hitung > F tabel yakni  $51,992 > 3,09$  dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya bahwa variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara bersama sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari hasil perhitungan-perhitungan dan uji-uji secara statistik dengan bantuan software IBM-SPSS V22 diperoleh temuan-temuan sebagai berikut

- 1) Nilai koefisien regresi variabel kualitas layanan (X1) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,306. Maka jika variabel kualitas layanan naik 1 satuan akan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,306, dengan asumsi variabel kemudahan penggunaan dianggap nol (0).

Dalam sebuah perusahaan memberikan layanan yang berkualitas sangatlah penting, ketika layanan yang diberikan baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen maka hal tersebut akan memberikan kepuasan bagi konsumen.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (X2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar 0,435. Maka jika variabel kemudahan

penggunaan naik 1 satuan akan meningkatkan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,435, dengan asumsi variabel kualitas layanan dianggap nol (0) .

Kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana seseorang yakin ketika menggunakan suatu sistem teknologi dalam memenuhi kebutuhannya seperti penggunaan aplikasi ojek online adalah mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras dalam pemakaiannya untuk dapat menggunakannya serta menghemat waktu.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jadi jika suatu sistem teknologi aplikasi dari Grab pada layanan GrabFood mudah untuk digunakan serta dapat menghemat usaha maka akan memberikan kemudahan bagi konsumen yang berdampak pada kepuasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R. H., & Sapitri, R. A. (2022). Proses Pemasaran Jasa Pendidikan dan Perilaku Konsumen. *YUME: Journal of Management*, 5(3).
- Atmaja, Jaka. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1).
- B2041141022, Nicodemus. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Nilai Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Tupperware Di Kota Pontianak). *Equator Journal Of Management And Entrepreneurship (Ejme)*, 7(4). <https://doi.org/10.26418/Ejme.V7i4.34571>
- Caniago, Aspizain. (2022). Analisis Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 11(3). <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V11i3.652>
- Effendy, R. E., Fatimah, F., & Santoso, B. (2023). Strategi Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Tk Aba Iii Ambulu. *Neraca: Jurnal Ekonomi ...*
- Harmadji, D. E. (2022). 1.5 Audit Manajemen Pemasaran Jasa. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*.
- Lupiyoadi. (2021). Manajemen Pemasaran. Dalam *Yayasan Kita Menulis*.
- Mardani, Ilham, R Oktini, Dede, & A R, Mochamad Malik. (2023). Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Ekonomis Terhadap Kepuasan Konsumen Bus Budiman. *Bandung Conference Series: Business And Management*, 3(1). <https://doi.org/10.29313/Bcsbm.V3i1.5871>
- Norhayati, N, Arizal, & Soviyanti, Efrita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Btn Syariah Cabang Arifin Ahmad Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Lancang Kuning*, 1(1).
- Oktaviani, R. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Kota Padang. *Matua Jurnal*.
- Pramudana, Komang Agus Satria, & Santika, I. Wayan. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Persepsi Harga Dan Pemasaran Internet Terhadap

- Pemesanan Ulang Online Hotel di Bali. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i10.p02>
- Purba, Eliakim, & Kusnady, Diding. (2020). Pengaruh Kualitas Jasa Dan Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Deli Mega Valutindo. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 3(1). <https://doi.org/10.33395/juripol.v3i1.10497>
- Riyanto, Slamet, & Hatmawan, Aglis Andhita. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. *Deepublish*.
- Suryadi, Djaka. (2019). Perilaku Konsumen Dan Upayanya Dalam Pelayanan Prima Bagi Pelanggan. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 20(2). <https://doi.org/10.36769/asy.v20i2.83>
- Tony Sitinjak, MM. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2).