

ANALISI KUALITAS LAYANAN SEBAGAI KUNCI KEPUASAN PELANGGAN GRAB DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Umar Kholil

Program Studi Kewirausahaan, Universitas Afa Royhan

umarkholil2@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari riset ini adalah mengkaji bagaimana variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan Grab di kalangan masyarakat di Kota Padangsidempuan. Sejalan dengan itu, riset ini juga dibuat untuk mengkaji serta memperdalam temuan dari riset-riset sebelumnya. Riset ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk melakukan survei eksplanatori, yang melibatkan pemilihan acak sederhana dari 103 responden. Alat riset ini diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis regresi berganda adalah teknik analisis data yang digunakan dalam riset ini untuk mengukur hubungan langsung antara variabel yang diteliti. Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan berpengaruh sebesar 85,7% terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan dari riset ini menunjukkan bahwa kualitas layanan serta kemudahan penggunaan merupakan kunci dan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Faktor Kepuasan, Grab, Masyarakat.

Abstract

The purpose of this research is to examine how the service quality variable and the ease of use variable affect the Grab customer satisfaction variable among students at Kota Padangsidempuan. In line with that, this research is also conducted to examine and deepen the findings of previous studies. This research uses a quantitative approach to conduct an explanatory survey, which involves a simple random selection of 103 respondents. This research tool was tested with validity test and reliability test. multiple regression analysis are the data analysis technique used in this research to measure the direct relationship between the variables studied. The results of this research indicate that the service quality variable and the ease of use variable have an 85.8% impact on customer satisfaction. The findings of this research show that service quality and ease of use are key factors influencing customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Satisfaction Factors, Grab, people.

Article History

Received: July 2025

Reviewed: July 2025

Published: July 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Transportasi *online*, atau juga sering dikenal "*ojek online*", adalah salah satu pilihan yang penting untuk memenuhi kebutuhan mobilitas di era modern yang serba digital ini. Persaingan dalam transportasi online semakin ketat, layanan transportasi online telah menjadi favorit dan mengalami peningkatan signifikan dengan munculnya inovatif yang berbasis aplikasi bagi masyarakat Indonesia terutama bagi masyarakat perguruan tinggi.

Transportasi online dianggap lebih praktis, efektif, murah, dan aman, dan memungkinkan mobilitas yang lebih fleksibel berkat kemampuan teknologi informasi yang mempermudah pengaturan waktu (Wahyuni Purboastuti, 2018). Dalam penelitian Hausler et al., (2020) menjelaskan bahwa kemudahan dan kecepatan dalam memesan "*ojek online*" melalui sebuah aplikasi sangat memungkinkan untuk seorang individu lebih efisien dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti perjalanan ke tempat kerja, sekolah, berbelanja kebutuhan makanan bahkan pemesanan dan pengantaran makanan. Menurut riset databoks oleh Jayani (2020), 78,3% dari pembayaran digital milenial dan *Gen Z* digunakan untuk *ojek online*. Ini jauh lebih besar daripada yang dialokasikan untuk kebutuhan tambahan. Hal ini menunjukkan betapa populernya *ojek online* saat ini dan seberapa banyak mereka digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Di Indonesia berbagai layanan transportasi online seperti, GO-JEK, Grab, Maxim, InDrive merupakan layanan transportasi *online* yang paling populer. Mereka bersaing ketat untuk memenangkan hati penggunanya dan memperluas jangkauan layanan mereka di pasar yang terus berkembang (Silalahi et al., 2017). Menurut survei yang dilakukan oleh Badan Penelitian & Pengembangan Kementerian Perhubungan. Hasil survey yang dilakukan oleh Institute for Development of Economics and Finance (2022) menurut data tersebut, Grab adalah layanan transportasi online paling populer di Indonesia dengan 82,6% pangsa pengguna. Grab berada di posisi kedua dengan 32,24% pangsa pengguna, diikuti oleh Grab dengan 32,24%, Maxim dengan 6,93 persen, InDriver dengan 1,47%, dan layanan lain dengan hanya 0,23%.

Kemampuan setiap penyedia layanan untuk memenuhi harapan konsumen melalui kualitas layanan yang unggul dan kemudahan penggunaan aplikasi sangat memengaruhi keunggulan mereka di pasar ini. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai sebuah perasaan yang muncul setelah membandingkan antara kualitas layanan dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan dan diukur dalam suatu nilai tertentu. (Nguyen et al., 2019). Kepuasan yang didapatkan oleh seorang pelanggan akan menentukan loyalitas pelanggan kedepannya, seorang pelanggan yang puas akan sangat mungkin untuk kembali menggunakan layanan tersebut di waktu yang akan datang (Rahmawati et al., 2022). Kualitas layanan transportasi online atau *ojek online* sangat penting untuk kepuasan pelanggan seperti respon yang tanggap, ketepatan waktu, keamanan, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh layanan transportasi online, hal tersebut merupakan komponen penting yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan pelanggan, menambah kepuasan pelanggan untuk menggunakan kembali layanan tersebut.

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan aplikasi, penelitian oleh Hibatillah Hinati (2019) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa kemudahan penggunaan merujuk pada sejauhmana seseorang dapat menuntaskan pekerjaannya dengan lancar tanpa hambatan melalui pemanfaatan sistem atau teknologi yang ada. Aplikasi yang mudah digunakan, mudah dan cepat dipahami akan mempermudah pelanggan yang menggunakan jasa tersebut untuk memesan dan mendapatkan layanan. Pengguna layanan jasa dapat membuat rencana perjalanan mereka dengan cepat dan tanpa hambatan dengan aplikasi ini, sehingga hal tersebut menghasilkan kepuasan yang lebih tinggi.

Hasil dari riset terdahulu yang dilakukan oleh Budiarno et al. (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan untuk variabel kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, riset yang dilakukan oleh Alikha Novira (2020) juga menunjukkan bahwa tidak semua indikator variabel kualitas layanan yang dimana variabel tersebut terdiri dari enam

indikator tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga hasil dari riset yang dilakukan oleh Syahwi & Setyo (2021) ditemukan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan Indihome. Sedangkan, menurut riset yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2019), Armanto (2018), Izzuddin & Muhsin (2020) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dalam hal kemudahan penggunaan menurut riset yang dilakukan oleh Firdaus & Himawati (2022) menunjukkan pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sementara itu, menurut riset yang dilakukan oleh Deliyana et al. (2022) persepsi kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif tetapi tidak besar pengaruhnya.

Dengan demikian, riset ini sangat relevan dilakukan untuk menggali perbedaan hasil temuan dari riset sebelumnya dan memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana kualitas layanan dan juga kemudahan penggunaan apakah memengaruhi kepuasan pelanggan atau tidak. Selain itu, tujuan lain dari riset ini juga untuk mengkaji bagaimana peran kualitas layanan dan kemudahan penggunaan terhadap tingkat dari kepuasan pelanggan Grab di Kota Padangsidempuan.

METODE PENELITIAN

Riset ini menerapkan metode *survey eksplanatori* dengan pendekatan kuantitatif, dimulai pada bulan September di Kota Padangsidempuan. Subjek yang diteliti adalah masyarakat yang menggunakan aplikasi Grab. Total sampel 103 responden menggunakan teknik sampling rumus Slovin (Chaniago et al., 2023) menyarankan bahwa dalam penelitian dengan unit analisis berupa individu, jumlah sampel yang idealnya lebih dari 100 orang karena sampel besar biasanya dimulai dari angka tersebut. Setiap masyarakat yang menggunakan aplikasi Grab memiliki kesempatan yang sama untuk mengisi kuisisioner, sehingga metode pengambilan sampelnya dilakukan secara random sampling. Pengambilan dan pengumpulan data secara online dengan menggunakan *gform* dan disebarlang langsung ke lapangan. Untuk memastikan bahwa instrument penelitian yang dipakai memenuhi persyaratan uji validitas dan reliabilitas maka digunakan *software* SPSS versi 27, Data- data diolah menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan *software* SPSS versi 27

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam riset ini, terdapat kuesioner yang didistribusikan sebagai instrumen penelitian yang mencakup 23 pertanyaan. Kuesioner ini juga mencakup 5 indikator untuk variabel X1 yaitu kualitas layanan, 5 Indikator untuk variabel X2 yaitu kemudahan penggunaan dan 5 indikator untuk variabel Y yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Peneliti
Kualitas Layanan adalah gabungan dari fitur produk atau jasa yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan fokus pada pencapaian tingkat keunggulan dalam kegiatan yang tidak berwujud tetapi sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan.	1. Keandalan (Reliability) 2. Daya Tanggap (Responsiveness) 3. Jaminan (Assurance) 4. Empati (Empathy) 5. Bukti Fisik (Tangibles)	Kotler & Keller (2016)

Variabel	Indikator	Peneliti
Kemudahan Penggunaan adalah kondisi di mana teknologi dirancang untuk digunakan dengan mudah & mudah digunakan. Hal ini memberikan kepercayaan kepada pengguna karena teknologi mudah digunakan & diakses, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Dapat dikontrol 3. Jelas & dapat difahami 4. Fleksibel 5. Mudah untuk mahir 	Fatmawati (2015)
Kepuasan Pelanggan merupakan perasaan puas atau tidak puasnya seorang pelanggan tentang suatu jasa atau hasil yang diterima sesuai dengan harapan mereka.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhinya harapan konsumen 2. Merekomendasikan kepada pihak lain 3. Kualitas layanan 4. Loyal 5. Lokasi 	Setyo (2017)

Karakteristik responden penelitian, yang terdiri dari 103 orang, adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	35%
	Perempuan	66	64,1%
Usia	17 Tahun	5	4,85%
	18 Tahun	21	20,39%
	19 Tahun	37	35,92%
	20 Tahun	25	24,27%
	21 Tahun	11	10,68%
	22 Tahun	4	3,88%
Pekerjaan	Karyawan	56	54,1%
	Pelajar	10	9,7%
	Wirausahawan	10	9,7%
	Mahasiswa	12	11,9%
	Umum	12	11,9%
Frekuensi Penggunaan Aplikasi Transportasi	Setiap hari	17	16,5%
	Beberapa kali dalam seminggu	23	22,3%
	Beberapa kali dalam sebulan	26	25,2%
	Jarang sekali	37	35,9%
Durasi Penggunaan Aplikasi Transportasi (Sejak Mulai Menggunakan)	< 1 bulan	11	10,7%
	1-6 bulan	12	11,7%
	6-12 bulan	16	15,5%
	Lebih dari 1 tahun	64	62,1%

Sumber: Data Diolah, 2025

Melihat tabel 2 yaitu karakteristik responden dapat dilihat bahwa dari segi jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan, dengan presentase mencapai 64,1%. Berdasarkan usia, responden terbanyak berusia 19 tahun, yaitu sebanyak 35,92%. Dari segi jurusan, mayoritas responden berasal dari jurusan Administrasi Niaga yaitu sebanyak 64,1%. Berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi transportasi, sebagian besar responden menggunakannya sangat jarang, yaitu sebanyak 35,9%. Sementara itu, berdasarkan durasi penggunaan aplikasi transportasi, mayoritas responden telah menggunakan aplikasi ini selama lebih dari 1 tahun, yaitu sebanyak 62,1%.

Uji Validitas

Sebelum digunakan, data yang diperoleh dari responden terlebih dahulu diuji validitas dan realibilitasnya. Proses mengevaluasi kemampuan instrumen pengukuran untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dikenal sebagai uji validitas. Dalam riset, validitas memastikan bahwa data yang diperoleh dari instrumen pengukuran, seperti kuesioner, benar-benar sesuai dengan tujuan riset serta relevan dengan variabel yang diukur. Instrumen yang valid juga memberikan kepercayaan bahwa hasil pengukuran mereka mencerminkan fakta atau teori yang sedang diteliti.

Tabel 3. Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Pernyataan	Deskripsi Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
X1.1	Kualitas layanan Grab dari segi keandalannya	0.674	0.361	Valid
X1.2a	Kualitas layanan Grab dari segi daya tanggapnya (1)	0.706	0.361	Valid
X1.2b	Kualitas layanan dari segi daya tanggapnya (2)	0.791	0.361	Valid
X1.3	Kualitas layanan dari segi jaminannya	0.688	0.361	Valid
X1.4	Kualitas layanan dari segi empatinya	0.715	0.361	Valid
X1.5	Kualitas layanan dari segi bukti fisiknya	0.698	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 4. Uji Validitas Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X2)

Pernyataan	Deskripsi Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
X2.1a	Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah untuk dipelajari (1)	0.836	Valid	Valid
X2.1b	Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah untuk dipelajari (2)	0.857	Valid	Valid
X2.2	Kemudahan penggunaan aplikasi yang dapat dikontrol	0.797	Valid	Valid
X2.3a	Kemudahan penggunaan aplikasi yang jelas dan dapat dipahami (1)	0.762	Valid	Valid
X2.3b	Kemudahan penggunaan aplikasi yang jelas dan dapat dipahami (2)	0.827	Valid	Valid
X2.4	Kemudahan penggunaan aplikasi yang fleksibel	0.741	Valid	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Tabel 5. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	Deskripsi Indikator	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Y.1a	Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah untuk dipelajari (1)	0.547	0.361	Valid
Y.1b	Kemudahan penggunaan aplikasi yang mudah untuk dipelajari (2)	0.511	0.361	Valid
Y.2	Kemudahan penggunaan aplikasi yang dapat dikontrol	0.587	0.361	Valid
Y.3a	Kemudahan penggunaan aplikasi yang jelas dan dapat dipahami (1)	0.622	0.361	Valid
Y.3b	Kemudahan penggunaan aplikasi yang jelas dan dapat dipahami (2)	0.508	0.361	Valid
Y.4	Kemudahan penggunaan aplikasi yang fleksibel	0.704	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Dari ketiga tabel diatas, seluruh variabel dan instrumennya dapat dinyatakan valid, sehingga data tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk mengkaji data lebih lanjut sehingga dapat mengambil kesimpulan yang akurat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sebuah pengujian untuk mengetahui seberapa andal atau konsisten sebuah pengukuran. Jika pengukuran dalam sebuah riset memberikan hasil yang konsisten dalam kondisi yang sama setiap kali digunakan, alat tersebut dianggap reliabel. Reliabilitas memastikan bahwa data yang dikumpulkan tidak dipengaruhi oleh hal-hal yang tidak sengaja, seperti kondisi emosional responden atau metode pengisian instruksi.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1.	Kualitas Layanan	0.899	0.700	Baik
2.	Kemudahan Penggunaan	0.897	0.700	Baik
3.	Kepuasan Pelanggan	0.798	0.700	Cukup Baik

Sumber: Data Diolah, 2024

Semua variabel memiliki skor r-hitung > r-tabel maka pernyataan tersebut valid juga nilai alfa Cronbach dari ketiga variabel tersebut di atas > 0.7, yang menunjukkan bahwa 3 variabel diatas reliable. Sehingga dapat disimpulkan data ini memenuhi syarat validitas dan reliabilitas penelitian. Nilai-nilai ini, berdasarkan pendapat Hair (2010) dan Chaniago (2023), menunjukkan bahwa data dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi adalah perhitungan statistik yang diperuntukan untuk menentukan seberapa dekat hubungan antara dua variabel atau lebih (Sarbaini, 2022). Dalam analisis regresi, Variabel bebas (VB) atau prediktor adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (VT), yang dimana variabel terikat merupakan variabel utama yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel bebas. Keduanya saling berkaitan & berpasangan, seringkali membentuk hubungan kausalitas. (Chaniago,2023)

Tabel 7. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constanst)	0.084	0.17		0.493	0.623
1 Kualitas Layanan	0.599	0.056	0.635	10.783	<0.001
1 Kemudahan Penggunaan	0.358	0.061	0.345	5.862	<0.001
a. Dependent variable: Kepuasan Penggunaan					

Sumber: Data Diolah, 2024

.Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien regresi kualitas layanan mempunyai nilai 0,635 signifikan di bawah 1% dan koefisien kemudahan penggunaan sebesar 0,345 signifikan di bawah 1%.

Tabel 8. Skor R-Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			
						F Change	df1	df2	Sig F Change
1	0.926 ^a	0.857	0.854	0.24211	0.857	299.36	2	100	<0.001

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

b. Devendent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2024

Total pengaruh dari kedua variabel tersebut yaitu variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 85,7% signifikan pada dibawah 1% artinya secara empiris, data telah membuktikan bahwa kedua variabel berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, table diatas juga memberikan informasi total korelasi dari variabel kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan sebesar 92,6%. Tingkat korelasi ini termasuk kedalam kriteria tinggi. Bila dimasukkan ke persamaan regresi, maka persamaannya berbentuk :

$$Y = 0.084 + 0.635 X_1 + 0.345 X_2$$

Variabel kualitas layanan (X_1) dan variabel kemudahan penggunaan (X_2) memberikan pengaruh yang substansial terhadap variabel terikat yaitu variabel kepuasan pelanggan (Y). Nilai koefisien regresi untuk kedua variabel ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) dengan skor 0,635 menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan, setiap peningkatan 1 unit pada variabel kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,635 unit. Variabe ini juga signifikan di bawah tingkat signifikansi 1%, yang menunjukkan bahwa hubungan antara variabel dari kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan sangat kuat secara statistik. Selanjutnya untuk variabel kemudahan penggunaan (X_2) adalah 0.345, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan, setiap peningkatan 1 unit pada variabel kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.345 unit. Koefisien ini juga signifikan di bawah tingkat signifikansi 1%, menunjukkan korelasi signifikan.

Hasil olah data diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan memiliki dampak yang substansial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Dengan nilai R-Square yang tinggi, model regresi linear berganda yang digunakan menunjukkan kekuatan. Selain itu, hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian menunjukkan tingkat korelasi yang substansial atau signifikan.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 9. Uji t-parsial

Model	Unstandarized B	Coefficients Std. Error	Standarized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance
(constant)	0.587	1.191		0.493	0.623	
1 Kualitas Layanan	0.699	0.065	0.635	10.78	<0.001	0.413
1 Kemudahan Penggunaan	0.358	0.061	0.345	5.862	<0.001	0.413

Devendent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil uji t pada gambar diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Nilai t untuk kedua variabel tersebut sebesar 10.783 untuk variabel kualitas layanan dan 5.862 untuk variabel kemudahan penggunaan jauh melebihi nilai kritis, dan nilai p-value yang lebih kecil dari 0.001 untuk kedua variabel menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh substansial dengan peningkatan satu unit pada masing-masing variabel meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,699 dan 0.358 unit, masing-masing. koefisien regresi.

Uji f (Uji Simultan)

Tabel 10. Uji f (Secara Simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1719.701	2	859.851	299.4	<0.001 ^a
Residual	287.231	100	2.872		
Total	2006.932	102			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

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

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 299.359, yang dimana tingkat signifikansinya lebih kecil dari 0.001 yang menunjukkan Tingkat signifikansinya dibawah 0.05, ini menunjukkan bahwa variabel bebas, yaitu variabel kualitas layanan dan variabel kemudahan penggunaan, memiliki pengaruh yang substansial terhadap variabel terikat, yaitu variabel kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, model regresi berganda yang digunakan adalah valid untuk menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Riset ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas tersebut berperan besar dalam meningkatkan variabel kepuasan pelangga.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Analisis ini bertujuan untuk mengukur dan menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dalam model penelitian. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan bahwa variabel independen lebih dapat menggambarkan perubahan pada variabel dependen. Namun, koefisien determinasi tidak selalu menunjukkan hubungan kausal,

sehingga diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami mekanisme yang membentuk hubungan tersebut.

Tabel 11. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0.926 ^a	0.857	0.854	1.695

Sumber: Data Diolah, 2024

Nilai R square sebesar 0.857, yang dapat digunakan sebagai determinan korelasi, ditunjukkan dalam Tabel 6. Kualitas layanan dan kemudahan penggunaan membentuk 85,7% perubahan kepuasan pelanggan, sedangkan 14,3 persen lainnya dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian pada pengaruh variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan pelanggan ($X1 \rightarrow Y$). Hasil analisis regresi berganda variabel kualitas layanan ($X1$) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki skor 0.635 dan signifikansi nya dibawah 1% yang dimana skor tersebut menunjukkan bahwa hubungan ini sangat berpengaruh atau substansial. Skor dari analisis regresi berganda sebesar 0.635 tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan substansial terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hal tersebut selaras dengan riset yang dilakukan oleh Nguyen et al. (2019), Armanto (2018), Izzuddin & Muhsin (2020) yang dimana riset-riset tersebut mengungkapkan bahwa kualitas layanan, sangat penting dan merupakan kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Penemuan ini mendukung temuan dari riset-riset tersebut yang menunjukkan bahwa layanan yang responsif dan tepat waktu dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan, sehingga pada akhirnya mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Di samping itu, penemuan ini juga mematahkan riset yang dilakukan oleh Budiarno et al. (2022), Alikha Novira (2020), dan (Syahwi & Setyo, 2021) yang mengungkapkan bahwa variabel kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan. Berdasarkan hasil dari skor T statistik yang sangat tinggi dan p-value yang sangat rendah (0.000), menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang substansial dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil ini juga menunjukan bahwa hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan sangat erat dan konsisten. Juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahim, 2016) menemukan bahwa Kualitas layanan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan retail online.

Menurut Zeithaml et al. dalam (Tjiptono, 2019), pelanggan dapat menjadi lebih setia dengan layanan yang baik karena mereka merasa dihargai dan memiliki apa yang mereka butuhkan. Layanan Grab, seperti kecepatan, ketepatan, keamanan, dan kenyamanan, sangat memengaruhi kepuasan pelanggan, jika layanan berkualitas tinggi diberikan kepada pelanggan, mereka akan lebih puas dan lebih cenderung untuk menggunakan layanan tersebut lagi di masa mendatang. Selain daripada itu, riset yang dilakukan oleh Ichsan et al. (2024) mengungkapkan bahwa ddalam transportasi online, pengaruh dari variabel kualitas layanan variabel terhadap kepuasan pelanggan sangat besar, yang dimana riset tersebut mengungkapkan bahwa kualitas layanan memenuhi ekspektasi dan melebihi harapan pelanggan. Dengan demikian, dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang diungkapkan dalam riset ini menegaskan bahwa sebuah perusahaan perlu secara konsisten mengutamakan peningkatan kualitas sebuah layanan. Upaya ini sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan yang ada dan menarik perhatian pelanggan yang baru, jika sebuah perusahaan mengabaikan kualitas layanan mereka maka mereka beresiko kehilangan daya saing di pasar.

Selanjutnya, pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan ($X_2 \rightarrow Y$) menunjukkan hasil analisis regresi berganda yang dimana variabel kemudahan penggunaan (X_2) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) memiliki skor 0.345 dan signifikansi nya dibawah 1%, yang artinya juga signifikan. Menurut hasil dari analisis regresi berganda yaitu sebesar 0,345, variabel kemudahan penggunaan aplikasi masih berkontribusi pada variabel kepuasan pelanggan, meskipun dengan tingkat yang lebih rendah dibandingkan dengan kualitas layanan. Hasil inipun sependapat dengan riset yang dilakukan oleh Firdaus & Himawati (2022) yang mengungkapkan bahwa variabel dari kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh positif dan substansil terhadap variabel kepuasan pelanggan karena memungkinkan akses cepat dan mudah ke layanan sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Temuan ini juga mematahkan riset yang dilakukan oleh Deliyana et al. (2022) yang mengemukakan bahwa meskipun persepsi kemudahan penggunaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut tidak substansial. Hasil analisis regresi berganda dari riset ini menunjukkan bahwa dengan skor 0.345 dan tingkat signifikansinya dibawah 1%, variabel kemudahan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh yang substansil terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Ini sesuai dengan riset yang dilakukan oleh (Budiarno et al., 2022) yang dimana mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan langsung terkait dengan kemudahan penggunaan aplikasi karena aplikasi yang mudah digunakan memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan cepat tanpa kesulitan. Ini sangat relevan dengan Grab, aplikasi dan antarmuka yang dirancang untuk memudahkan dalam penggunaannya, termasuk siswa yang biasanya menggunakan ojek online untuk keperluan sehari-hari. Gelu et al. (2022) menjelaskan kemudahan penggunaan aplikasi adalah sebuah komponen penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan dengan layanan berbasis teknologi. Aplikasi yang mudah digunakan mengurangi frustrasi pengguna dan menghasilkan pengalaman yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Dengan kemudahan penggunaan aplikasi, pengguna lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap merek.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian “Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Kunci Kepuasan Pelanggan Grab di Padangsidempuan” menunjukkan bahwa kualitas layanan secara signifikan memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan yang dimana jika kualitas layanan baik maka hal tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Grab di Kota Padangsidempuan. Variabel kemudahan penggunaan juga secara signifikan memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan artinya kemudahan penggunaan aplikasi yang baik dan mempunyai fleksibilitas yang tinggi mampu meningkatkan kepuasan pelanggan Grab di Kota Padangsidempuan. Hasil nilai uji R-Square menunjukan bahwa 85,7% yang artinya adalah kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara signifikan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini menekankan kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi merupakan kunci dari kepuasan pelanggan.

Saran

Dalam penelitian selanjutnya, beberapa keterbatasan penelitian ini dapat diperbaiki. Pertama, cakupan responden hanya terdiri dari masyarakat Kota Padangsidempuan. Oleh karena itu, disarankan untuk mencakup lebih banyak orang yang menggunakan Grab. Kedua, terdapat dua variabel yang digunakan dalam riset ini yaitu variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan. Untuk memberikan analisis yang lebih menyeluruh, penelitian mendatang dapat mempertimbangkan variabel tambahan seperti harga, promosi, atau kepercayaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alikha Novira, R. P. H. A. P. (2020). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Ke sehatan Puskesmas di Kabupaten Sumedang Tahun 2019. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 3, 288- 302.
- Armanto, I. D. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1282. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i03.p06>
- Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, & Ambar Lukitaningsih. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(02), 226-233. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/EquilibriumChaniago>
- H., Muharam, H., & Efawti, Y. (2023). *Metode Riset Bisnis Dan Permodelan* (Y. Efawati, Ed.). Edukasi Riset Digital PT.
- Deliyana, R., Permatasari, B., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking BCA. *Journal of Economic and Business Research*, 1-16.
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penerimaan terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 09, 1-13.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022a). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216-230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022b). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216-230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Gelu, S. I., Foeh, J. E., & Niha, S. S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Customer Value terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Jasa Transportasi Online (Literature Review Manajemen Sumber Daya Manusia). *JURNAL ILMU MANAJEMEN TERAPAN*, 4(1).<https://doi.org/10.31933/jimt.v4i1>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Hausler, S., Heineke, K., Hensley, R., Möller, T., Schwedhelm, D., & Shen, P. (2020). The impact of COVID-19 on future mobility solutions. *McKinsey Center for Future Mobility*.
- Hibatillah Hinati. (2019). *Elektronik Syariah Di Masyarakat Dki Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Ichsan, A., Baiduri, A., Kamila, A., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Transportasi Online Indriver Terhadap Kepuasan Konsumen Di Bandar Lampung. *Journal Of Economic and Bussiness Retail*, 04. <http://journal.institdla.ac.id/>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Jayani, D. H. (2020, January 17). *Tujuan Penggunaan Digital Payment oleh Milenial dan Gen Z*. Databoks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management: Vol. 15th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Nguyen, D. H., Jeong, E., & Chung, J. (2019a). The potential impact of service quality uncertainty and retail pricing strategies on consumer purchase intention. *Journal of Distribution Science*, 16(12), 13-21. <https://doi.org/10.15722/jds.16.12.201812.13>
- Nguyen, D. H., Jeong, E., & Chung, J. (2019b). The potential impact of service quality uncertainty and retail pricing strategies on consumer purchase intention. *Journal of Distribution Science*, 16(12), 13-21. <https://doi.org/10.15722/jds.16.12.201812.13>

- Rahim, D. R. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Retail Online Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.37476/jbk.v5i2.41>
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(7), 1073-1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Sadya, S. (2022, December 8). *Indef Survey: Grab Leads Online Ojek Market in Indonesia*. . DataIndonesia.Id.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6, 755-764. www.dawaihati.com
- Silalahi, S. L. B., Handayani, P. W., & Munajat, Q. (2017). Service Quality Analysis for Online Transportation Services: Case Study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 487-495. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.181>
- Syahwi, M., & Setyo, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus Pada PT.Telkom di Kota Semarang). *Journal of Economics and Banking*, 3, 150-163.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa-Prinsip. Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*. Wahyuni Purbohastuti, A. (2018). Faktor Penyebab Beralihnya Konsumen Ojek Pangkalan Menjadi Ojek Online. *Tirtayasa EKONOMIKA*, 13(1), 238.