

ANALISIS KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN KEPUASAN PENGGUNA GRAB EXPRESS DI KOTA JAMBI MENGGUNAKAN METODE *SERVICE QUALITY*

Eva Nur Lisawati¹, Hendri², Lola Yorita Astri³

Program studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Dinamika Bangsa

Jl. Jendral Sudirman Thehok, Jambi, Indonesia

E-mail evanurlisawati@gmail.com, hendri@unama.ac.id, lolayoritaastri@gmail.com

Abstract

The Grab Express service is an application that provides online delivery services in the community in order to provide convenience and guarantee the safety and speed of delivery time. The purpose of this study is to find out and analyze what affects user satisfaction in using the Grab Express service, especially for users in Jambi City. The method used in this research is Service Quality (Servqual) using 6 variables consisting of five independent variables, namely Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and one dependent variable, namely user satisfaction. The data were collected by distributing questionnaires made with google form which have been distributed online and getting 124 respondents who are users of the Grab Express service in Jambi City. This research data processing using IBM SPSS Statistics Ver 25.0 software. The results of this study indicate that there is only one variable which has a positive and significant effect on user satisfaction, namely the Empathy variable, while the other four variables namely Tangibles, Reliability, Responsiveness and Assurance have no positive and significant effect on user satisfaction.

Keywords : Analysis, Grab Express, Service, *Service Quality*, *user satisfaction*

Abstrak

Layanan Grab Express adalah sebuah aplikasi yang memberikan pelayanan jasa pengantaran barang secara online di lingkungan masyarakat agar memberikan kemudahan serta memberikan jaminan keamanan dan kecepatan waktu pengantaran barang. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis apa saja yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan Grab Express terutama untuk pengguna di Kota Jambi. Metode yang digunakan dalam penelitian yaitu *Service Quality (Servqual)* dengan menggunakan 6 variabel yang terdiri dari lima variabel bebas yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan satu variabel terikat yaitu *user satisfaction*. Data diambil dengan penyebaran kuesioner yang dibuat dengan *google form* yang telah disebarluaskan secara online dan mendapatkan responden sebanyak 124 orang yang merupakan pengguna layanan Grab Express di Kota Jambi. Pengolahan data penelitian ini menggunakan software IBM SPSS Statistics Ver 25.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ada satu variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) yaitu variabel *Empathy*, sedangkan keempat variabel lainnya yaitu *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Kata kunci: Analisis, Grab Express, Kepuasan Pengguna, Pelayanan, *Service Quality*

1. Pendahuluan

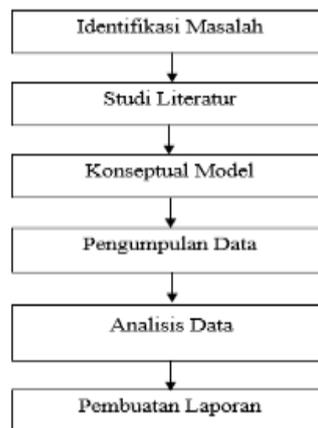
Transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh banyak orang pada zaman sekarang karena dengan adanya transportasi dapat mempersingkat waktu perjalanan terutama dalam membantu masyarakat memenuhi kebutuhannya. Salah satu kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan adalah internet. Internet adalah suatu jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga kita bisa berinteraksi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya internet cara perusahaan melakukan transaksi berubah dari cara lama yang prosesnya mengorbankan waktu dan biaya yang besar menjadi proses yang lebih cepat dan lebih mudah [1]. Grab adalah salah satu perusahaan jasa ojek dan taksi online yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling pada Juni 2012 yang dikenal sebagai Grab Taxi. Grab berasal dari negara Malaysia sebelum dipindahkan kantor pusatnya ke Singapura yang kemudian go internasional dan merambah ke berbagai negara di Asia Tenggara termasuk Indonesia. Grab merupakan aplikasi ojek online berbasis aplikasi android sehingga mempermudah masyarakat menggunakan aplikasi tersebut. Dengan adanya Grab sangat berpengaruh besar bagi masyarakat dalam melakukan segala aktifitas secara cepat dan efisien. Grab

memberikan beberapa layanan yaitu layanan jasa antar penumpang (Grab Bike/ Car), pesan antar makanan (Grab Food), pengantaran barang (Grab Express), pembelian pulsa / token (Grab Pulsa), pembelian obat (Grab Health) dan pembelian barang tertentu (Grab Assistant) [2]. Penelitian ini hanya menganalisis salah satu layanan aplikasi Grab yaitu layanan Grab Express. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang saya survei sebelumnya terdapat 70 responden yang mengisi kuesioner survei tersebut, alasan paling banyak mereka menggunakan layanan Grab Express adalah karena harganya yang murah, aplikasi yang mudah digunakan dan waktu pengantaran yang cepat. Layanan Grab Express sendiri memiliki beberapa kekurangan yang paling sering dikeluhkan yaitu penampilan driver yang kurang rapi, kendaraan yang kurang bersih, sulit menemukan driver di beberapa daerah, driver yang kurang sabar dan tidak mau membantu pengguna dalam mengangkat barang. Masalah ini sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dan kualitas layanan yang diberikan untuk itu perlu dilakukan penelitian bertujuan untuk menganalisis apakah tingkat kualitas layanan aplikasi Grab Express terhadap pengguna sudah sesuai dengan persepsi pengguna atau belum.

2. Metodologi

2.1 Kerangka Kerja Penelitian

Pada bagian ini akan dijelaskan tahapan-tahapan yang tersusun secara sistematis dalam menyelesaikan penelitian ini agar tujuan yang dilakukan tercapai dengan baik.

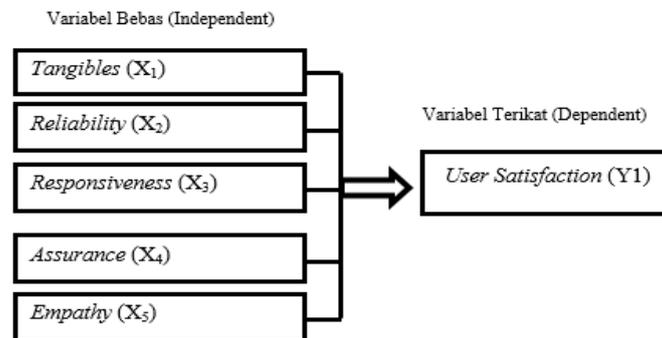


Gambar 3.1 Kerangka Kerja Penelitian

Tahap identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui inti dari masalah, kemudian melakukan studi literature untuk menemukan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan sehingga dapat ditemukan konsep dan variable. Setelah variable ditentukan selanjutnya adalah menyusun kuesioner yang kemudian disebarakan kepada populasi atau sampel yang ada di Kota Jambi. Hasil kuesioner kemudian di analisis dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang diperoleh layak untuk dihitung. Apabila data valid dan reliabel maka dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda sehingga dapat diketahui hasil dan rekomendasi apa yang dapat diberikan untuk permasalahan yang ada.

2.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini terdapat lima variable independen yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* kemudian terdapat variable dependen yaitu *user satisfaction* sebagai berikut :



Gambar 2.1 Model Penelitian [3]

2.3 Definisi Operasional Variabel

NO.	VARIABEL	DEFINISI	REFERENSI
1.	Tangibles	Tangibles atau bukti terukur yaitu merupakan fasilitas dan peralatan secara fisik yang digunakan untuk memberikan pelayanan meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, pekerja atau alat kerja.	Muhammad Kholil & Aifrid Agustina [4]
2.	Reliability	Reliability atau keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan secara akurat dan handal.	Muhammad Kholil & Aifrid Agustina [4]
3.	Responsiveness	Responsiveness atau daya tanggap yaitu keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan dengan cepat yakni keinginan para staff untuk membantu para pengguna dan memberikan pelayanan dengan tanggap	Muhammad Kholil & Aifrid Agustina [4]
4.	Assurance	Assurance atau jaminan yaitu jaminan dan sifat dapat di percaya yang dimiliki oleh perusahaan meliputi pengetahuan dan kesopanan karyawan dalam melayani dan menjaga kepercayaan konsumen.	Muhammad Kholil & Aifrid Agustina [4]
5.	Empathy	Empathy atau empati yaitu kepedulian, perhatian individu yang disediakan perusahaan kepada pengguna meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.	Muhammad Kholil & Aifrid Agustina [4]
6.	User Satisfaction	User satisfaction adalah respon, umpan balik atau sikap pengguna yang dimunculkan pengguna setelah memakai layanan aplikasi atau sistem.	Herman Lu [5]

NO	VARIABEL	KODE	INDIKATOR	SUMBER
1.	Tangibles (X ₁)	T1	Penampilan driver rapi dan professional	Dorie
		T2	Kendaraan yang dipakai dalam keadaan baik	Pandora [3]
		T3	Kebersihan helm baik	
2.	Reliability (X ₂)	RB1	Jadwal pelayanan pengantaran barang yang tepat waktu	Dorie
		RB2	Driver dapat diandalkan dalam memberikan pelayanan	Pandora [3]
		RB3	Driver memberikan pelayanan pengantaran dengan cepat	
		RB4	Tidak ada masalah penentuan titik lokasi	

3.	Responsiveness (X3)	RV1	Driver langsung mengkonfirmasi orderan jika pengantaran telah selesai	Kristina Vika [6]
		RV2	Driver cepat tanggap dengan keluhan konsumen	
		RV3	Driver bersedia membantu konsumen	
4.	Assurance (X4)	A1	Driver yang memiliki kejujuran dan mampu menjaga privasi konsumen	Kristina Vika [6]
		A2	Jaminan keamanan barang dari layanan Grab Express	
5.	Empathy (X5)	E1	Driver bersedia membantu dalam mengangkat barang	Kristina Vika [6]
		E2	Kemudahan konsumen menghubungi dan berkomunikasi dengan driver	
		E3	Driver mampu memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen	
6.	User Satisfaction (Y1)	U1	Saya merasa kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang saya harapkan	Feby Thung [7]
		U2	Saya merasa manfaat yang saya peroleh sesuai dengan tarif harga yang saya bayarkan	
		U3	Saya puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Driver	

2.4 Populasi

Menurut Rahmiani Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya [8]. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengguna layanan Grab Express di Kota Jambi.

2.5 Sampel

Menurut Rahmiani Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti). Teknik pengambilan sampel atau sampling merupakan mengambil suatu bagian dari populasi atau semesta sebagai wakil populasi atau semesta [8]. cara penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Wibisono dalam Ridwan dan Akdon yang digunakan untuk menentukan sampel pada populasi yang sulit diketahui sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{(Za)/2 \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96 \cdot 0,25)}{5\%} \right)^2$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 100

keterangan :

n = jumlah sampel

Za/2 = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penelitian (95%)

σ = standar deviasi populasi dalam penelitian (25%)

e = tingkat kesalahan yang bisa ditolerir (5%)

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi minimal 100 responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik

2.6 Pengumpulan Data

Metode yang peneliti gunakan dalam pengumpulan data berupa kuesioner. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online guna penghematan waktu, biaya dan jenis responden yang didapat beragam. Responden diminta mengisi kuesioner untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna Grab Express yang dirasakan dengan menggunakan skala likert sebagai alternative jawaban. Dimana responden diminta untuk memilih salah satu dari lima alternative jawaban yang telah disediakan yaitu sebagai berikut :

Sangat setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karakteristik Responden

Tabel 3.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	48	39%
2	Perempuan	76	61%
	Total	124	100%

Tabel 3.2 Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	Dibawah 21 tahun	7	6%
2	21-30 tahun	93	75%
3	30-40 tahun	15	12%
4	Diatas 40 tahun	9	7%
	Total	124	100%

Tabel 3.3 Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	44	35%
2	Karyawan Swasta	33	27%
3	Wirausaha	26	21%
4	PNS	5	4%
5	Pekerjaan Lainnya	16	13%
	Total	124	100%

3.2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu instrument yang valid jika pertanyaan kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu yang akan

diukur oleh kuesioner tersebut [9]. Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka data tidak valid
- Jika $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka data valid

R hitung diambil dari output SPSS Pearson Corellation, sedangkan $r \text{ table } df = (N-2) = 124-2=122$ dengan taraf signifikansi 5% maka nilai $r \text{ table}$ yang didapat yaitu 0,1764.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Tangibles (X1)	T1	0,918	0,1764	Valid
	T2	0,903	0,1764	Valid
	T3	0,756	0,1764	Valid
Reliability (X2)	RB1	0,793	0,1764	Valid
	RB2	0,852	0,1764	Valid
	RB3	0,829	0,1764	Valid
	RB4	0,713	0,1764	Valid
Responsiveness (X3)	RV1	0,798	0,1764	Valid
	RV2	0,897	0,1764	Valid
	RV3	0,858	0,1764	Valid
Assurance (X4)	A1	0,933	0,1764	Valid
	A2	0,925	0,1764	Valid
Empathy (X5)	E1	0,913	0,1764	Valid
	E2	0,874	0,1764	Valid
	E3	0,849	0,1764	Valid
User Satisfaction (Y1)	U1	0,836	0,1764	Valid
	U2	0,862	0,1764	Valid
	U3	0,869	0,1764	Valid

3.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mendapatkan data yang hasil pengukurannya dapat dipercaya berguna untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Suatu variable dapat dikatakan reliabel jika nilai Cornbach Alpha $> 0,70$ [10].

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbach Alpha	Keterangan
<i>Tangibles (X1)</i>	$0,826 > 0,70$	Reliabel
<i>Reliability (X2)</i>	$0,807 > 0,70$	Reliabel
<i>Responsiveness (X3)</i>	$0,811 > 0,70$	Reliabel
<i>Assurance (X4)</i>	$0,841 > 0,70$	Reliabel
<i>Empathy (X5)</i>	$0,851 > 0,70$	Reliabel
<i>User Satisfaction (Y1)</i>	$0,817 > 0,70$	Reliabel

3.4. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat distribusi normal antara variable terikat dan variable bebas. Apabila distribusi normal berarti model regresi kategori baik. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Smirnov Kolmogorov*, jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data tersebut tidak normal dan jika signifikansi di atas 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal [11].

Tabel 3.6 Hasil Uji Normalitas *Smirnov Kolmogorov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
Unstandardized Residual

N		124
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,89442680
Most Extreme Differences	Absolute	,044
	Positive	,030
	Negative	-,044
Test Statistic		,044
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan table 3.6 hasil uji normalitas diatas menunjukkan hasil bahwa nilai Sig yang diperoleh sebesar 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 artinya data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3.5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variable bebas. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variable bebas. Cara mendeteksi gejala multikolinearitas dengan melihat nilai tolerance dan VIF, jika tolerance diatas 0,10 dan VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas [12].

Tabel 3.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a		
	B	Tolerance	VIF
(Constant)	1,891		
Tangibles	-,106	,511	1,957
Reliability	,122	,376	2,662
Responsiveness	,177	,393	2,544
Assurance	,081	,381	2,624
Empathy	,511	,503	1,988

a. Dependent Variable: User Satisfaction

Dilihat dari table 3.7 diatas semua variable memiliki nilai tolerance diatas 0,10 dan VIF diatas 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3.6. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini menggunakan uji heterokedastisitas Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variable bebas. Apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastisitas [13].

Tabel 3.8 Hasil Uji Heterokedastisitas

			ABS RES
Spearman's rho	Tangibles	Correlation Coefficient	,048

	Sig. (2-tailed)	,599
	N	124
<i>Reliability</i>	Correlation Coefficient	,014
	Sig. (2-tailed)	,876
	N	124
<i>Responsiveness</i>	Correlation Coefficient	-,101
	Sig. (2-tailed)	,266
	N	124
<i>Assurance</i>	Correlation Coefficient	-,109
	Sig. (2-tailed)	,228
	N	124
<i>Empathy</i>	Correlation Coefficient	-,030
	Sig. (2-tailed)	,743
	N	124

Dilihat dari table 3.8 diatas hasil nilai signifikansi setiap variable bebas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

3.7. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5$$

Y = User Satisfaction

a = Konstanta

B_1 - B_5 = koefisien regresi

X_1 - X_5 = Variabel bebas

Tabel 3.9 Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,891	,859		2,202	,030
	<i>Tangibles</i>	-,106	,089	-,108	-1,196	,234
	<i>Reliability</i>	,122	,090	,144	1,365	,175
	<i>Responsiveness</i>	,177	,107	,170	1,651	,101
	<i>Assurance</i>	,081	,137	,062	,590	,556
	<i>Empathy</i>	,511	,089	,519	5,716	,000

a. Dependent Variable: User Satisfaction

Berdasarkan table 3.9 diatas, maka dapat disusun model persamaan regresi yaitu :

$$Y = 1,891 - 0,106 X_1 + 0,122 X_2 + 0,177 X_3 + 0,081 X_4 + 0,511 X_5$$

Dari persamaan regresi yang telah dibuat diatas maka di interprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta yang didapatkan sebesar 1,891 artinya jika nilai variable bebas adalah nol, maka variable terikat bernilai 1,891. Dalam penelitian ini jika pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* bernilai 0, maka tingkat *user satisfaction* bernilai sebesar 1,891.
2. Nilai koefisien beta pada variable *tangibles* sebesar -0,106 yang artinya jika setiap ada perubahan pada variable *tangibles* maka akan merubah nilai *user satisfaction* sebesar - 0,106 dengan asumsi variable bebas lainnya tetap.

3. Nilai koefisien beta pada variable *reliability* sebesar 0,122 yang artinya jika setiap ada perubahan pada variable *reliability* maka akan merubah nilai *user satisfaction* sebesar 0,122 dengan asumsi variable bebas lainnya tetap.
4. Nilai koefisien beta pada variable *responsiveness* sebesar 0,177 yang artinya jika setiap ada perubahan pada variable *responsiveness* maka akan merubah nilai *user satisfaction* sebesar 0,177 dengan asumsi variable bebas lainnya tetap.
5. Nilai koefisien beta pada variable *assurance* sebesar 0,081 yang artinya jika setiap ada perubahan pada variable *assurance* maka akan merubah nilai *user satisfaction* sebesar 0,081 dengan asumsi variable bebas lainnya tetap.
6. Nilai koefisien beta pada variable *Empathy* sebesar 0,511 yang artinya jika setiap ada perubahan pada variable *Empathy* maka akan merubah nilai *user satisfaction* sebesar 0,511 dengan asumsi variable bebas lainnya tetap.

3.8. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana presentase atau kemampuan pengaruh variable bebas terhadap variable terikat yang ada dalam penelitian ini. Untuk mengetahui pengaruh tersebut dapat dilihat dari hasil output SPSS nilai Adjusted R Square [14].

Tabel 3.10 Hasil Uji (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 ^a	,510	,489	1,934

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Reliability

Dari table 3.10 diatas maka dapat diketahui nilai R sebesar 0,714, R Square sebesar 0,510 dan Adjusted R Square sebesar 0,489 yang artinya pengaruh semua variable bebas terhadap variable terikat dalam penelitian ini sebesar 48,9% dan sisanya 51,1% dipengaruhi variable lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

3.9. Uji Hipotesis F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variable bebas dalam suatu penelitian secara bersama-sama terhadap variable terikat. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka bisa dikatakan bahwa variable bebas berpengaruh signifikan dan bisa digunakan untuk prediksi atau peramalan dalam penelitian [14].

Tabel 3.11 Hasil Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459,369	5	91,874	24,559	,000 ^b
	Residual	441,429	118	3,741		
	Total	900,798	123			

a. Dependent Variable: User Satisfaction

b. Predictors: (Constant), *Empathy*, *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Reliability*

Berdasarkan table 3.11 diatas menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 berarti seluruh variable bebas dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap variable terikat.

3.10. Uji Hipotesis T

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variable bebas terhadap variable terikat dalam model regresi yang sudah dihasilkan. adapun kriteria untuk menentukan pengujian hipotesis penelitian yaitu [14]:

- Hipotesis diterima jika $t_{signifikan} < 0,05$
- Hipotesis ditolak jika $t_{signifikan} > 0,05$

Dari hasil analisis data diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3.12 Hasil Uji Hipotesis T

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,891	,859		2,202	,030
	Tangibles	-,106	,089	-,108	-1,196	,234
	Reliability	,122	,090	,144	1,365	,175
	Responsiveness	,177	,107	,170	1,651	,101
	Assurance	,081	,137	,062	,590	,556
	Empathy	,511	,089	,519	5,716	,000

a. Dependent Variable: User Satisfaction

Dari table 3.12 diatas diketahui hasil uji t, maka dilakukan pembahasan hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

1. Pengujian variable *tangibles*
Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,234 > 0,05$ maka dengan demikian hipotesis H1 ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara variable *tangibles* dengan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).
2. Pengujian variable *reliability*
Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,175 > 0,05$ maka dengan demikian hipotesis H2 ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara variable *Reliability* dengan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).
3. Pengujian variable *responsiveness*
Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,101 > 0,05$ maka dengan demikian hipotesis H3 ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara variable *Responsiveness* dengan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).
4. Pengujian variable *assurance*
Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,556 > 0,05$ maka dengan demikian hipotesis H4 ditolak yang artinya tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara variable *Assurance* dengan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).
5. Pengujian variable *empathy*
Berdasarkan uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dengan demikian hipotesis H5 diterima yang artinya terdapat hubungan positif dan signifikan antara variable *Empathy* dengan Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

4. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan, kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis memberikan positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (*User satisfaction*) aplikasi layanan Grab Express di Kota Jambi yaitu H5 (*Empathy*) dengan nilai signifikan $< 0,05$ dan hipotesis yang tidak memberikan pengaruh positif dan signifikan adalah H1, H2, H3, dan H4 (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Assurance*).
2. Dari analisis yang diperoleh, bahwa saat ini variable yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna (*user satisfaction*) aplikasi layanan Grab Express di Kota Jambi yaitu variabel *Empathy* dengan nilai t sebesar 5,716 yang menjadi alasan utama pengguna dalam menggunakan aplikasi layanan Grab Express.

5. Daftar Rujukan

- [1] U. A. Dahlan, "Jurnal Fokus, Volume 9, Nomor 2 September 2019," Vol. 9, No. September, Pp. 191–

- 205, 2019.
- [2] R. S. D. Saputri, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang," Vol. 10, No. 1, Pp. 46–53, 2018.
 - [3] D. P. Kesuma, "Analisis Pengukuran Kualitas Layanan Web Perguruan Tinggi Xyz Menggunakan Servqual," Pp. 178–183, 2014.
 - [4] M. Kholil And A. Agustina, "Servqual Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Pt . Ngk Ceramics Indonesia," Vol. V, Pp. 48–63.
 - [5] H. Lu, "Analisis Ekspektasi Dan Persepsi Service Quality Di Malioboro Terhadap Customer Satisfaction Outcomes Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik Dan Mancanegara," Vol. I, Pp. 58–197, 2018.
 - [6] K. V. Natalia, "Analisis Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Go-Jek Dan Grab," Vol. I, Pp. 30–90, 2018.
 - [7] F. Thung, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Mitra Gojek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi," *J. Bina Manaj.*, Vol. 8, No. I, Pp. 74–95, 2019.
 - [8] Rahmانيar, A. Haris2, And M. A. Martawijaya, "Jurnal Pendidikan Fisika Universitas Muhammadiyah Makassar Kemampuan Merumuskan Hipotesis Fisika Pada Peserta Didik," Vol. 3, Pp. 231–240, 2015.
 - [9] S. N. Meirizha And Rahmawati, "Identifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus : Pt . Perawang Kencana Motor," Vol. 1, No. 4, Pp. 75–81, 2016.
 - [10] Y. Maulana, M. Astuti, And Surachman, "Analisis Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Jurusan Teknik Mesin Di Universitas ' Xyz '),” Vol. 3, No. 1, Pp. 258–267, 2016.
 - [11] K. Wulandari, "Analisis Persepsi Pelanggan Atas Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Beli Ulang," *J. Adm. Bisnis*, Vol. 11, No. 1, Pp. 84–100, 2015.
 - [12] I. Septayuda, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Jek Di Kota Palembang," No. 3, Pp. 25–34, 2018.
 - [13] N. Nanincova, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro," Vol. 7, No. 2, 2019.
 - [14] R. Setyaningsih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uii)," Vol. I, 2018.