

## PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN APLIKASI GOJEK (STUDI PADA MAHASISWA DI UPN VETERAN JAWA TIMUR)

**Azaaima Maghfirotika**

UPN Veteran Jawa Timur

[azaaimamaghfirotika@gmail.com](mailto:azaaimamaghfirotika@gmail.com)

**Nurhadi**

UPN Veteran Jawa Timur

[nurhadi.adbis@upnjatim.ac.id](mailto:nurhadi.adbis@upnjatim.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh kemudahan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek. Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang pernah menggunakan transportasi online layanan pada aplikasi GOJEK. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pengambilan sampel dengan jenis metode purposive sampling. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program pengolahan data menggunakan SPSS for windows versi 25. Dari hasil analisis yang dilakukan ditemukan bahwa adanya pengaruh positif signifikan secara simultan antara kemudahan, kepercayaan, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. Akan tetapi, secara parsial variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek. Sedangkan secara parsial pada variabel kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek.

Kata kunci: gojek, kemudahan, pelayanan

### Abstract

This research aims to determine and analyze the influence of convenience, trust and service quality simultaneously and partially on the decision to use the Gojek application. The type of research carried out in this research is quantitative research with descriptive analysis methods. The population in this study were active students at the East Java Veteran National Development University who had used online transportation services on the GOJEK application. In this research, researchers used a sampling technique with a purposive sampling method. The data collection method in this research uses a questionnaire that is distributed online. The data analysis technique uses multiple linear regression with the help of a data processing program using SPSS for Windows version 25. From the results of the analysis carried out it was found that there was a significant positive influence simultaneously between convenience, trust and service quality on the decision to use the Gojek application among UPN Veteran Java students East. However, partially the convenience variable does not have a significant effect on the decision to use the Gojek application. Meanwhile, partially the trust and service quality variables have a significant influence on the decision to use the Gojek application.

Keywords: gojek, convenience, service



© Author(s) 2024

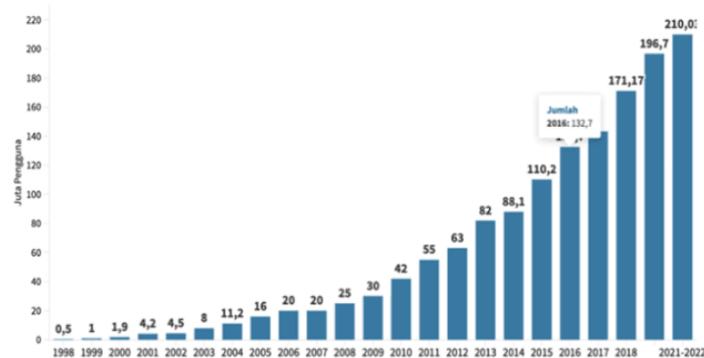
This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi yang semakin maju dan berkembang akan menjadikan kehidupan manusia lebih praktis dan canggih. Adanya teknologi internet maka akan memberikan kemudahan dalam berhubungan dengan dunia luar tanpa dibatasi oleh waktu, jarak dan wilayah yang akan menjadikan penggunaannya kian meningkat. Hal itu menjadikan pelaku usaha dituntut agar melakukan perubahan dalam menginovasikan usahanya.

**Gambar 1.**

### **Jumlah Pengguna Internet di Indonesia dari Tahun 1998-2022**



*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 2023*

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi penduduk Indonesia yang terdiri dari 275,77 juta jiwa pada awal tahun 2023. Persentase tersebut lebih tinggi 1,17% poin dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%.

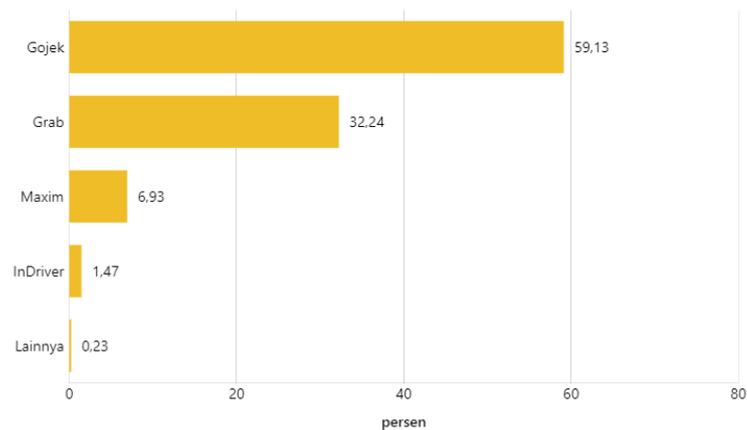
Para pelaku usaha harus terus mengembangkan inovasi dengan memberikan aspek kemudahan kepada konsumen dalam melakukan transaksi. Dengan itu banyak perusahaan jasa yang salah satunya merupakan perusahaan jasa di bidang transportasi mencoba turun dan menginovasi menggunakan internet yang biasa disebut dengan transportasi online.

Transportasi online merupakan sebuah inovasi baru yang memberikan jenis pelayanan berupa transportasi individual yang mana pelanggan dapat memesan tumpangan transportasi tersebut seperti mobil atau sepeda motor melalui telepon selular (HP) kemudian sopir dari

transportasi online dapat menerima pesanan tersebut melalui aplikasi dan menjemput pelanggan.<sup>1</sup> Ada beberapa aplikasi yang menyediakan layanan transportasi online diantaranya, grab, gojek, indrive, maxim, dan lain sebagainya. Dari hasil survey dibawah ini menunjukkan bahwa perusahaan aplikasi transportasi online yang digunakan oleh masyarakat umum khususnya pada penduduk yang berdomisili di sekitaran Jabodetabek pada bulan september tahun 2022.

**Gambar 2.**

**Perusahaan Aplikasi Transportasi Online yang Digunakan Publik Jabodetabek**



*Sumber: databoks.co.id, 2022*

Dari hasil survey diatas dapat dilihat bahwa Gojek adalah perusahaan jasa transportasi dengan peminat terbanyak. Didalam aplikasi Go-Jek terdapat beberapa fitur layanan yang terbilang cukup lengkap diantaranya mulai dari layanan transportasi roda dua ataupun transportasi roda empat. Selain layanan transportasi pada aplikasi Go-Jek terdapat pula fitur layanan pesan antar makanan dan belanjaan, layanan pengiriman barang, layanan kesehatan untuk pembelian obat di apotek, layanan donasi digital, layanan streaming dan hiburan seperti pembelian tiket film di bioskop sampaipada layanan dompet digital.

Ada beberapa faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa transportasi online, antara lain harga yang sesuai, kecepatan waktu tempuh, keamanan serta kemudahan dalam pemesanan ([www.ylki.or.id](http://www.ylki.or.id)). Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menggunakan jasa menurut Kotler dalam Saekoko dkk. terdiri dari faktor budaya (sub budaya dan kelas sosial), sosial (kelompok acuan, keluarga, peran dan status), pribadi (usia dan siklus hidup keluarga, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan

---

<sup>1</sup> S.A. Wahyono dan N. Andrianto, "Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Akan Kualitas Pelayanan Armada Transportasi Offline Dan Online Di Kota Malang," *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)* 17, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i1.7819>.

konsep diri), dan psikologi (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).<sup>2</sup> Faktor lainnya yang yang mempengaruhi keputusan menggunakan suatu jasa adalah elemen produk, tempat, harga, promosi, proses, lingkungan fisik, manusia, kualitas pelayanan dan produktivitas.<sup>3</sup>

Penelitian terdahulu mengenai keputusan menggunakan suatu produk sudah banyak dilakukan. Penelitian dari Risnawati menunjukkan bahwa kepercayaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada Shopee di Magelang.<sup>4</sup> Pada penelitian Fajrina juga mengatakan bahwa kepercayaan, kemudahan, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian secara online pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.<sup>5</sup> Kemudahan dan kepercayaan juga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian online (survey pada konsumen Lazada.co.id), sementara persepsi akan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian online (survey pada konsumen Lazada.co.id).<sup>6</sup>

Transportasi online menjadikan konsumen harus lebih mempertimbangkan faktor- faktor dalam menggunakan jasa transportasi online. Dengan adanya berbagai faktor itulah penulis merasa pentingnya kemudahan, kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam mempengaruhi keputusan menggunakan transportasi online, sehingga perlu dilakukan penelitian tentang faktor- faktor tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk menguji pengaruh yang terjadi antar variabel dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi pada Mahasiswa di UPN Veteran Jawa Timur)”.

## METODE PENELITIAN

Peneliti menerapkan metode kuantitatif untuk melakukan analisis data secara numerik. Menurut Sugiyono mengungkapkan definisi kuantitatif sebagai metode yang mengaplikasikan analisis data bersifat statistik terhadap populasi dan sampel tertentu yang telah ditentukan untuk

---

<sup>2</sup> A.N. Saekoko, A.E.L. Nyoko, dan R.P.C. Fanggal, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana,” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 11, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>.

<sup>3</sup> D.N. Prihatini dan L.L.A. Hidayati, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi,” dalam *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology*, 2019, <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>.

<sup>4</sup> I.D. Risnawati, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya*, Skripsi Sarjana (Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022).

<sup>5</sup> S. Fajrina, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh: Ar-Raniry Banda Aceh, 2021)*.

<sup>6</sup> M. Usvita, “Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi akan Resiko Menggunakan E-Commerce terhadap keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen Lazada.co.id,” *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi* 5, no. 1 (2016).

pengujian dari penetapan hipotesis sebelumnya.<sup>7</sup> Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sample dengan berdasar pada kriteria berusia minimal 18 tahun dan merupakan mahasiswa aktif di UPN Veteran Jawa Timur yang pernah menggunakan aplikasi Gojek. Data disebar pada 155 responden dengan kriteria yang ada. Teknik analisis data yang peneliti tetapkan menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu program olah data pada aplikasi SPSS 25 *for windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Butir Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	Nilai Sig	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	Kemudahan penggunaan aplikasi (X1.1)	0,727	.000	Valid
	Kemudahan sistem (X.1.2)	0,683	.000	Valid
	Kemudahan fitur (X.1.3)	0,633	.000	Valid
	Kontrol mudah (X.1.4)	0,660	.000	Valid
	Fleksibilitas (X.1.5)	0,691	.000	Valid
Kepercayaan (X2)	Dapat dipercaya (X2.1)	0,730	.000	Valid
	Perlindungan keamanan data (X2.2)	0,702	.000	Valid
	Memenuhi kewajiban (X2.3)	0,715	.000	Valid
	Permasalahan dapat ditangani (X.2.4)	0,703	.000	Valid
	Aplikasi aman (X.2.5)	0,659	.000	Valid
Kualitas layanan (X3)	Driver berpakaian rapi dan sopan (X3.1)	0,771	.000	Valid
	Driver gojek siap melayani (X3.2)	0,745	.000	Valid
	Kepuasan pelanggan (X3.3)	0,735	.000	Valid
	Layanan yang diberikan baik (X3.4)	0,716	.000	Valid
	Keamanan aplikasi (X3.5)	0,781	.000	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Frekuensi pemanfaatan (Y1.1)	0,964	.000	Valid
	Jumlah Fitur aplikasi (Y1.2)	0,843	.000	Valid

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Kesimpulan dari hasil uji validitas variabel kemudahan penggunaan (X1), kepercayaan (X2), kualitas pelayanan (X3) dan keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Y) pada masing-masing pengujian memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$  dan memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga, pada variabel yang diuji tersebut telah valid pada seluruh instrumen kuesionernya.

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

Uji Reliabilitas

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

Variabel	Batas Cronchbach's Alpha	Hasil Uji Reliab Cronchbach's Alpha	lity Statistic N of item	Keterangan
Kemudahan Penggunaan (X1)	0,6	0,704	5	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,6	0,742	5	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,6	0,804	5	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	0.6	0,694	2	Reliabel

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Dari hasil pengujian diatas, menunjukkan nilai Cronbach's Alpha memenuhi standar minimum sebesar  $\geq 0,60$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Penggunaan telah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		156
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.36228220
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.053
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan data gambar di atas, menggunakan metode Kolmogorov Smirnov diperoleh nilai signifikasinya lebih besar dari nilai signifikasi standart erornya yaitu  $0,200 >$  dari  $0,05$  maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kemudahan, kepercayaan dan kualitas pelayanan serta variabel dependen keputusan penggunaan aplikasi Gojek distribusi secara normal.

Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

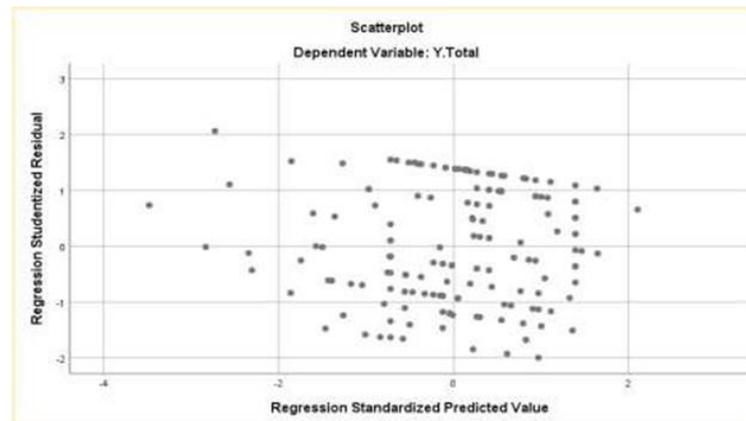
	<b>Model</b>	<b>Collinearity Statistics</b>	
1	(Constant)	Tolerance	VIF
	Kemudahan Penggunaan (X1)	0,469	2,132
	Kepercayaan (X2)	0,566	1,766
	Kualitas Pelayanan (X3)	0,612	1,634

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan uji olah data yang telah diperoleh, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu kemudahan penggunaan menunjukkan nilai VIF sebesar 2,132 dan nilai tolerance sebesar 0,469. Variabel kepercayaan memiliki nilai VIF sebesar 1,766 dan nilai tolerance sebesar 0,566. Dan variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan nilai VIF sebesar 1,634 dan nilai tolerance sebesar 0,612. Dari ketiga variabel bebas tersebut, nilai VIF semuanya kurang dari 10, dan nilai tolerance semuanya lebih besar dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak menghadapi masalah multikolinieritas. Hal ini disebabkan karena semua variabel bebas memenuhi kriteria dengan nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 3.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Olah Data Primer, 2024

Dengan merujuk pada perhitungan uji heteroskedasitas pada tabel 5 di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terlihat pola yang jelas pada titik-titik uji heteroskedasitas. Titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini diperoleh hasil tidak adanya heteroskedastisitas.

#### Uji Autokorelasi

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.622 <sup>a</sup>	.387	.343	20.93283	1.898

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil dari tabel 6 uji autokorelasi, didapatkan nilai Durbin Watson pada penelitian ini sebesar 1,898. Dengan nilai tersebut yang berada diantara rentang -2 hingga +2, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian ini dianggap telah memenuhi kriteria yang diinginkan.

#### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 6.**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficient<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2.239	3.549		.631	.289
	X1. Total	.188	.213	.102	.880	.380
	X2. Total	.212	.174	.129	2.022	.000
	X3. Total	.295	.159	.188	1.979	.000

a. Dependent Variabel: Y. Total

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Kesimpulan dari analisis regresi menunjukkan bahwa konstanta ( $\beta_0$ ) sebesar 2,239 merupakan nilai awal dari variabel Y (Keputusan Penggunaan) saat variabel bebas tidak mengalami perubahan. Koefisien regresi untuk variabel  $X_1$  (Kemudahan),  $X_2$  (Kepercayaan), dan  $X_3$  (Kualitas

Pelayanan) adalah 0,188, 0,212, dan 0,295 secara berturut-turut. Hal ini mengindikasikan bahwa kenaikan satu poin dalam kemudahan akan mengakibatkan penurunan sebesar 0,188 dalam keputusan penggunaan, sementara kenaikan satu poin dalam kepercayaan akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,212 dalam keputusan penggunaan. Demikian pula, kenaikan satu poin dalam kualitas pelayanan akan mengakibatkan penurunan sebesar 0,295 dalam keputusan penggunaan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

## Uji Hipotesis

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

	<b>Model</b>	<b>Sum of Squares</b>	<b>df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
1	Regression	88.970	3	29.657	2.766	.047 <sup>b</sup>
	Residual	1850.639	152	12.175		
	Total	1939.609	155			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

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

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai Fhitung sebesar 2,766, sedangkan nilai Ftabel sebesar 2,66. Dengan demikian, karena Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $2,766 \geq 2,66$ ), H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima pada tingkat signifikansi 5%. Kesimpulannya, variabel Kemudahan (X<sub>1</sub>), Kepercayaan (X<sub>2</sub>), dan Kualitas Pelayanan (X<sub>3</sub>) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan (Y) pada Aplikasi Gojek.

**Tabel 8.**  
**Hasil Uji t**

<b>Model</b>	<b>Unstandardized Coefficients</b>		<b>Standardized Coefficients</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>
	<b>B</b>	<b>Std. Error</b>	<b>Beta</b>		
(Constant)	2.239	3.549		.631	.289
Kemudahan	.188	.213	.102	.880	.380
Kepercayaan	.212	.174	.129	2.022	.000
Kualitas Pelayanan	.295	.159	.188	1.979	.000

a. Dependent Variabel: Keputusan Penggunaan

Sumber: Olah Data Primer (2024)

Dalam pengujian hipotesis,  $H_0$  menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) menyatakan sebaliknya. Dengan taraf signifikansi sebesar 5%, nilai  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,975. Berdasarkan pengujian terhadap masing-masing variabel independen, variabel Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,88, sehingga  $H_0$  diterima, menunjukkan bahwa secara parsial variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek. Sementara itu, variabel Kepercayaan ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,022, melebihi nilai  $t_{tabel}$ , sehingga  $H_0$  ditolak, menandakan bahwa secara parsial variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek. Begitu pula dengan variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) yang memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,979, juga melebihi nilai  $t_{tabel}$ , sehingga  $H_0$  ditolak, menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Simultan Kemudahan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek**

Hasil dari uji secara simultan variabel kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi gojek adalah  $2,76 \geq 2,66$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara tiga variabel tersebut secara bersama-sama terhadap penggunaan aplikasi Gojek. Sedangkan untuk nilai signifikansi uji F dapat dilihat pada kolom sig yang  $0,047 < 0,05$ . Hal ini membuktikan bahwa pengaruh ini signifikan. Sehingga dari dua kolom tersebut disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek.

Hasil penelitian ini didukung dengan studi yang telah dilakukan sebelumnya oleh Prihatini yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan transportasi online pada layanan Go-Ride dalam aplikasi GOJEK. Hal ini berarti apabila semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan penggunaan juga akan meningkat.<sup>8</sup>

#### **Pengaruh Parsial Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek**

Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa Secara parsial variable Kemudahan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan penggunaan Aplikasi Gojek ( $\beta_1 = 0,102$ ). Koefisien ini memberikan makna bahwa semakin mudah aplikasi Gojek menurut persepsi Pengguna, maka semakin besar kemungkinan Pengguna akan menggunakan aplikasi Gojek.

---

<sup>8</sup> Prihatini dan Hidayati, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi."

Demikian sebaliknya, ketika Pengguna menganggap bahwa aplikasi Gojek terlalu sulit dipahami, maka kemungkinan akan semakin kecil Pengguna mau menggunakan aplikasi Gojek. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis lebih lanjut menggunakan uji t, diketahui bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,88 < 1,975$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengaruh variabel Kemudahan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek tidak signifikan.

Layanan transportasi online seringkali menawarkan fitur-fitur yang serupa di antara pesaingnya, sehingga kemudahan penggunaan tidak selalu menjadi faktor yang membedakan. Dalam kasus di mana semua layanan menawarkan tingkat kemudahan yang relatif sama, pengguna mungkin lebih mendasarkan keputusan mereka pada faktor-faktor lain seperti harga atau kualitas layanan. Terkadang, faktor-faktor lain seperti harga, ketersediaan, kecepatan respon, atau pengalaman pengguna secara keseluruhan dapat menjadi lebih penting dalam memengaruhi keputusan penggunaan. Meskipun kemudahan penggunaan adalah faktor yang relevan, keputusan pengguna mungkin lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor ini daripada kemudahan penggunaan itu sendiri.

Beberapa studi mungkin tidak mencakup semua aspek yang memengaruhi keputusan penggunaan layanan transportasi online, sehingga membuat pengaruh kemudahan penggunaan terlihat kecil atau tidak signifikan. Keterbatasan metodologi atau data juga bisa memengaruhi hasil penelitian. Dengan demikian, ada beberapa argumen yang dapat menjelaskan mengapa pengaruh kemudahan penggunaan mungkin relatif kecil atau tidak signifikan dalam memengaruhi keputusan penggunaan layanan transportasi online, tergantung pada berbagai faktor dan konteks yang berbeda.

Sementara dalam penelitian Rizkawati dkk. menunjukkan bahwa nilai (Sig.)  $< \alpha$  atau nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan H3 diterima, yang artinya kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pengguna jasa transportasi online gojek di Kota Malang.<sup>9</sup> Kemudahan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan transportasi online Gojek di Kota Malang secara signifikan.

#### Pengaruh Parsial Kepercayaan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek

Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa Secara parsial variable Kepercayaan (X2) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan penggunaan Aplikasi Gojek ( $\beta_2 = 0,129$ ). Koefisien ini memberikan makna bahwa semakin tinggi Kepercayaan Pengguna terhadap aplikasi Gojek, maka semakin besar kecenderungan Pengguna untuk menggunakan aplikasi Gojek. Demikian sebaliknya, ketika Kepercayaan Pengguna terhadap aplikasi Gojek rendah, maka kecil kemungkinan Pengguna tersebut akan mau menggunakan aplikasi Gojek. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis lebih lanjut menggunakan uji t, diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,022 <$

---

<sup>9</sup> N. Rizkawati, R. Eny, dan A.A. Wijayanti, "Analisis kepercayaan, kenyamanan dan kemudahan pelanggan gojek online di Kota Malang," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 3, no. September (2022).

1,975). Kesimpulannya secara parsial variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Risnawati yaitu kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online.<sup>10</sup> Hal ini dinyatakan dalam Uji t dengan hasil nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,112 > 1,985$ ). Hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian online pada aplikasi Shopee.

Pengaruh Parsial Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek

Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa Secara parsial variabel Kualitas Layanan ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan penggunaan Aplikasi Gojek ( $\beta_3 = 0,188$ ). Koefisien ini memberikan makna bahwa semakin tinggi Kualitas Layanan terhadap aplikasi Gojek, maka semakin besar kecenderungan Pengguna untuk menggunakan aplikasi Gojek. Demikian sebaliknya, ketika semakin kualitas layanan terhadap aplikasi Gojek rendah, maka kecil kemungkinan Pengguna tersebut akan mau menggunakan aplikasi Gojek. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis lebih lanjut menggunakan uji t, diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,979 > 1,975$ ). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Gojek.

Hasil penelitian tersebut sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Firdaus (2018) yakni terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen, bahwa  $t_{hitung}$  sebesar  $0,481 < t_{tabel}$   $1,984$  dan nilai sig  $0,632 > 0,05$ . Sehingga dapat dinyatakan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen adalah signifikan.<sup>11</sup>

## KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat dan menganalisis pengaruh product quality dan brand trust terhadap repurchase intention melalui customer satisfaction sebagai variabel intervening pada produk kecantikan brand Somethinc. Berdasarkan penjelasan beberapa analisis data diatas menunjukkan kesimpulan bahwa:

1. Kemudahan ( $X_1$ ), Kepercayaan ( $X_2$ ), dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek ( $Y$ ) pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

---

<sup>10</sup> Risnawati, *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya)*.

<sup>11</sup> P. Firdaus, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan KepuasanKonsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online*, Skripsi Sarjana (Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta, 2018).

2. Kemudahan (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi Gojek (Y).
3. Kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek (Y) pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.
4. Kualitas Pelayanan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan aplikasi gojek (Y) pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur.

Berdasarkan kesimpulan di atas, aplikasi Gojek, dapat menggunakan penelitian ini untuk memperbaiki indikator-indikator pelayanan kepada pelanggan untuk memperoleh kepuasan pelanggan dan menimbulkan adanya repurchasing dari pelanggan. Gojek dapat memberikan perbaikan-perbaikan pada indikator Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan untuk meningkatkan konsumen satisfaction pada aplikasi ini.

Sementara untuk peneliti, diharapkan dapat menambahkan variabel-variabel lain yang menggambarkan keputusan penggunaan pada aplikasi ini. Sehingga bisa digunakan untuk memperbarui dan menambah kevalidan dari penelitian yang penulis lakukan

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fajrina, S. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh: Ar-Raniry Banda Aceh, 2021.
- Firdaus, P. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan KepuasanKonsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online. Skripsi Sarjana. Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta, 2018.
- Prihatini, D.N., dan L.L.A. Hidayati. "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Transportasi." Dalam Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing Of Modern Technology, 2019. <https://doi.org/10.31575/jp.v4i3.336>.
- Risnawati, I.D. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Masyarakat Solo Raya. Skripsi Sarjana. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2022.
- Rizkawati, N., R. Eny, dan A.A. Wijayanti. "Analisis kepercayaan, kenyamanan dan kemudahan pelanggan gojek online di Kota Malang." Jurnal Manajemen Dan Bisnis 3, no. September (2022).
- Saekoko, A.N., A.E.L. Nyoko, dan R.P.C. Fanggidae. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi Di Universitas Nusa Cendana." Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs 11, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.35508/jom.v11i1.2318>.
- Sugiyono. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D. Bandung: Alfabeta, 2019.

Azaaima Maghfirotika, Nurhadi: Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Gojek (Studi pada Mahasiswa di UPN Veteran Jawa Timur)

Usvita, M. "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Persepsi akan Resiko Menggunakan E-Commerce terhadap keputusan Pembelian Online (Survey pada Konsumen Lazada.co.id.)" E-Jurnal Apresiasi Ekonomi 5, no. 1 (2016).

Wahyono, S.A., dan N. Andrianto. "Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Akan Kualitas Pelayanan Armada Transportasi Offline Dan Online Di Kota Malang." JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika 17, no. 1 (2020). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i1.7819>.