

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Obyek Penelitian

##### a. Sejarah Perusahaan Grab

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan yang merupakan warga negara Malaysia, mereka melihat adanya dampak negatif dari tidak efisiensinya sistem transportasi yang ada pada saat itu. Kemudian mereka memiliki ide untuk membuat aplikasi pemesanan transportasi, khususnya taxi, yang kemudian menobatkan mereka sebagai finalis dalam kontes Harvard Business School's 2011 *Business Plan*.<sup>1</sup>

Grab merupakan aplikasi layanan transportasi ojek *online* paling populer di Asia Tenggara yang saat ini berada di Singapura, Indonesia, Filipina, Malaysia, Thailand dan Vietnam. Grab memberikan layanan transportasi antar dan jemput penumpang dari satu tempat ke tempat lain. Pada tahun 2012 di Malaysia, aplikasi MyTeksi mulai beroperasi, dan langsung mendapatkan 11.000 download pada peluncuran pertamanya. Setelah tiga tahun berjalan, bisnis yang dirilis oleh Anthony tumbuh menjadi aplikasi layanan kendaraan panggilan terbesar dan terpopuler di Asia Tenggara. Kemudian Anthony memutuskan untuk mengubah nama aplikasi GrabTaxi menjadi Grab pada awal 2016.<sup>2</sup>

Grab mulai masuk di Indonesia pada bulan Juni 2014. Sedangkan Grab di Kudus sudah ada pada bulan Juni 2017, tetapi untuk *Grand Opening*nya baru dilaksanakan pada tanggal 23

---

<sup>1</sup> “Grab (Perusahaan),” Wikipedia, 9 Maret 2020, [http://id.m.wikipedia.org/wiki/grab\\_\(perusahaan\)](http://id.m.wikipedia.org/wiki/grab_(perusahaan))

<sup>2</sup> “Grab (Perusahaan),” Wikipedia, 9 Maret 2020, [http://id.m.wikipedia.org/wiki/grab\\_\(perusahaan\)](http://id.m.wikipedia.org/wiki/grab_(perusahaan))

September 2017 di Kodim Kudus, dengan pendaftar sekitar 150 orang. Perkembangan Grab di Kudus sangat pesat dan diterima baik oleh masyarakat, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya pengguna jasa Grab dan semakin banyaknya pendaftar yang bergabung sebagai mitra Grab. Kehadiran Grab di Kudus sangat berpengaruh besar terhadap perekonomian warga Kudus dan sekitarnya, karena Grab sangat membantu dalam segala hal dengan akses yang mudah dan Grab juga mampu mengurangi jumlah pengangguran baik di Kota Kudus maupun sekitarnya.

**b. Profil Perusahaan Grab**

Grab merupakan salah satu platform layanan *on demand* yang bermarkas di Singapura. Berawal dari layanan transportasi sampai pengantaran makanan dan pembayaran yang bisa diakses lewat aplikasi mobile.<sup>3</sup>

- Nama Perusahaan : Grab
- Industri/Jasa : Transportasi, Pengiriman, Layanan Keuangan
- Didirikan : Juni 2012
- Pendiri : Anthony Tan dan Tan Hooi Ling
- Kantor Pusat : Singapura
- Jumlah Lokasi : 1. Malaysia  
2. Singapura  
3. Thailand  
4. Vietnam  
5. Indonesia  
6. Filipina  
7. Myanmar  
8. Kamboja
- Situs Web : [www.grab.com](http://www.grab.com)

---

<sup>3</sup> “Grab (Perusahaan),” Wikipedia, 9 Maret 2020, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab\\_\(perusahaan\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_(perusahaan))

Kantor Cabang Kudus : Jalan Bakti No. 82,  
Burikan, Kec. Kota,  
Kab. Kudus, Jawa Tengah  
59311

Telepon : 0812-2655-7273



**Gambar 4.1 Logo Grab**

**c. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi : Menjadi yang terdepan di Asia Tenggara dengan memecahkan permasalahan transportasi yang ada serta memberikan kemudahan mobilitas pada 620 juta orang di Asia Tenggara setiap harinya

Misi :

1. Membuat platform transportasi yang paling aman  
Keselamatan merupakan hal terpenting bagi kami. Kami menginvestasikan besar melalui pelatihan keamanan para pengemudi, pendidikan keamanan serta kerja sama dengan pemerintah.
2. Membuat semua orang dapat mengakses pelayanan transportasi yang baik  
Tujuan kami adalah membuat layanan transportasi dapat diakses kapan saja, dimana saja dan memiliki standar harga yang terjangkau untuk setiap wilayah
3. Meningkatkan taraf hidup mitra Grab  
Kami percaya bahwa bisnis yang berkembang tidak hanya menguntungkan

satu pihak, akan tetapi menguntungkan pihak lain juga, seperti meningkatkan kesejahteraan orang yang ikut serta dalam perkembangan bisnis ini yaitu penumpang, pengemudi, pemerintah dan masyarakat luas.<sup>4</sup>

#### d. Fitur Aplikasi Grab

Grab memiliki banyak fitur layanan, diantaranya:<sup>5</sup>

- 1) Grab *Taxi* adalah layanan yang memberikan akses serta kemudahan penumpang menemukan pengemudi taksi terdekat dengan aman.
- 2) Grab *Car* adalah penyewaan kendaraan pribadi dengan supir yang menghadirkan kebebasan pilihan berkendara yang nyaman dan gaya
- 3) Grab *Bike* adalah layanan transportasi sepeda motor yang dapat mengantar kalian ke berbagai tempat, lebih mudah dan lebih cepat tanpa perlu menunggu waktu lama.
- 4) Grab *Express* adalah layanan kurir ekspres berbasis aplikasi yang menjanjikan kecepatan, kepastian dan yang paling utama adalah keamanan
- 5) Grab *Food* adalah layanan pesan antar makanan yang memiliki banyak daftar restoran yang tersedia
- 6) Grab *Hitch* adalah layanan tebengan dengan separuh harga. Bertemu teman baru sekaligus mengurangi kemacetan.

## 2. Deskripsi Responden

Deskripsi responden disajikan untuk memberikan gambaran mengenai responden yang diteliti. Data responden berguna untuk menjelaskan keadaan atau kondisi responden yang bisa memberi informasi

---

<sup>4</sup> “Grab (Perusahaan),” Wikipedia, 9 Maret 2020, [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab\\_\(perusahaan\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Grab_(perusahaan))

<sup>5</sup> “Grab,” 9 Maret 2020, <https://www.grab.com/id/>

tambahan bagi peneliti. Data deskriptif disajikan dalam penelitian ini agar dapat diketahui profil dari data penelitian serta hubungan variabel-variabel yang dipakai.

Karakteristik responden diklasifikasikan menjadi 4 jenis yaitu:

**a. Jenis Kelamin Responden**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	78	18,5 %
Perempuan	313	81,5 %
Total	384	100 %

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah frekuensi responden paling banyak yaitu responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 313 orang atau 81,5%. Responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 78 orang atau 18,5%.

**b. Usia Responden**

Karakteristik responden berdasarkan usia responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah	Presentase (%)
< 18 Tahun	35	9,1 %
18 - 30 Tahun	296	77,1 %
31 - 44 Tahun	38	9,9 %
45 - 60 Tahun	15	3,9 %
Total	150	100 %

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah frekuensi responden paling banyak yaitu responden yang berusia 18 – 30 tahun dengan presentase sebanyak 77,1%. Responden yang berusia <18 tahun sebanyak 35 orang atau 9,1%. Responden yang berusia 31-44 tahun sebanyak 38 orang atau 9,9%. Responden paling sedikit adalah responden yang berusia 45-60 tahun sebanyak 15 orang atau 3,9%.

**c. Pekerjaan Responden**

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase (%)</b>
Pelajar/Mahasiswa	252	65,6 %
Pegawai Swasta	57	14,8 %
Pegawai Negeri Sipil	23	6 %
Wiraswasta	4	1 %
Lain-lain	48	12,5 %
Total	384	100 %

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah frekuensi responden paling banyak yaitu yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 252 orang dengan presentasi 65,6%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 57 orang atau 14,8%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 23 orang atau 6%. Responden yang berprofesi lain-lain sebanyak 48 orang atau 12,5%. Responden paling sedikit yaitu responden yang berprofesi wiraswasta sebanyak 4 orang atau 1%.

**d. Pendapatan Responden**

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan responden yaitu sebagai berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
< Rp 500.000	95	24,7 %
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	117	30,5 %
Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	95	24,7 %
Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000	65	16,9 %
> Rp 5.000.000	12	3,1 %
Total	384	100 %

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa jumlah responden responden terbanyak adalah responden yang berpenghasilan Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dengan jumlah 117 orang atau 30,5%. Responden yang berpenghasilan < Rp 500.000 sebanyak 95 orang atau 24,7%. Responden yang berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 95 orang atau 24,7%. Responden yang berpenghasilan Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 65 orang atau 16,9%. Responden paling sedikit adalah responden yang berpenghasilan > Rp 5.000.000 dengan jumlah 12 orang atau 3,1%.

### 3. Deskripsi Data Penelitian

Hasil jawaban responden mengenai variabel-variabel yang digunakan yaitu sebagai berikut:

#### a. Variabel Kualitas Sistem Informasi

**Tabel 4.5**  
**Hasil Jawaban Responden**  
**Variabel Kualitas Sistem Informasi (X1)**

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X1.1	0	0	7	1,8	31	8,1	176	45,8	170	44,3
X1.2	3	0,8	6	1,6	19	4,9	187	48,7	169	44
X1.3	0	0	2	0,5	33	8,6	178	46,4	171	44,5
X1.4	0	0	5	1,3	23	6	189	49,2	167	43,5
X1.5	1	0,3	3	0,8	26	6,8	195	50,8	159	41,4
X1.6	0	0	9	2,3	29	7,6	195	50,8	151	39,3
X1.7	2	0,5	6	1,6	32	8,3	198	51,6	146	38
X1.8	0	0	7	1,8	32	8,3	202	52,6	143	37,2
X1.9	0	0	3	0,8	21	5,5	194	50,5	166	43,2

Sumber: Data primer yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang sistem pada aplikasi Grab mudah dan nyaman digunakan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 170 (44,3%), setuju sebanyak 176 (45,8%), netral sebanyak 31 (8,1%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 2) Jawaban responden tentang sistem pada aplikasi Grab mudah dipelajari oleh pengguna, responden menjawab sangat setuju sebanyak 169 (44%), setuju sebanyak 187 (48,7%), netral sebanyak 19 (4,9%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 (0,8%).
- 3) Jawaban responden tentang penggunaan aplikasi Grab tidak membutuhkan usaha yang ekstra, responden menjawab sangat setuju sebanyak 171 (44,5%), setuju sebanyak 178 (46,4%), netral sebanyak 33 (8,6%), tidak setuju sebanyak 2 (0,5%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 4) Jawaban responden tentang akses untuk mendapatkan *driver* dapat dilakukan dengan cepat, mudah dan nyaman, responden menjawab sangat setuju sebanyak 167 (43,5%), setuju sebanyak 189 (49,2%), netral sebanyak 23 (6%), tidak setuju sebanyak 5 (1,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 5) Jawaban responden tentang sistem pada aplikasi Grab dapat merespon dan memberikan konfirmasi dengan cepat saat pemesanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 159 (41,4%), setuju sebanyak 195 (50,8%), netral sebanyak 26 (6,8%), tidak setuju sebanyak 3 (0,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 (0,3%).
- 6) Jawaban responden tentang koneksi internet pada aplikasi Grab jarang terputus, responden menjawab sangat setuju sebanyak 151 (39,3%), setuju sebanyak 195 (50,8%), netral sebanyak 29 (7,6%), tidak setuju sebesar 9 (2,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

- 7) Jawaban responden tentang sistem pada aplikasi Grab stabil dan tidak pernah mengalami kerusakan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 146 (38%), setuju sebanyak 198 (51,6%), netral sebanyak 32 (8,3%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 (0,5%).
- 8) Jawaban responden tentang aplikasi Grab sangat fleksibel bagi pengguna dalam memanfaatkan layanan ojek *online*, responden menjawab sangat setuju sebanyak 143 (37,2%), setuju sebanyak 202 (52,6%), netral sebanyak 32 (8,3%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 9) Jawaban responden tentang pengguna tidak perlu khawatir dengan keamanan sistem pada aplikasi Grab dalam menjaga data pengguna, responden menjawab sangat setuju sebanyak 166 (43,2%), setuju sebanyak 194 (50,5%), netral sebanyak 21 (5,5%), tidak setuju sebesar 3 (0,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

**b. Variabel Kualitas Pelayanan**

**Tabel 4.6**  
**Hasil Jawaban Responden**  
**Variabel Kualitas Pelayanan (X2)**

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X2.1	0	0	4	1,0	29	7,6	215	56	136	35,4
X2.2	5	1,3	6	1,6	26	6,8	210	54,7	137	35,7
X2.3	0	0	2	0,5	24	6,3	204	53,1	154	40,1
X2.4	0	0	7	1,8	42	10,9	180	46,9	155	40,4
X2.5	2	0,5	12	3,1	81	21,1	165	43	124	32,3
X2.6	0	0	28	7,3	54	14,1	169	44	133	34,6
X2.7	0	0	11	2,9	36	9,4	202	52,6	135	35,2
X2.8	0	0	4	1	25	6,5	204	53,1	151	39,3
X2.9	3	0,8	6	1,6	23	6	213	55,5	139	36,2
X2.10	0	0	0	0	26	6,8	218	56,8	140	36,5
X2.11	0	0	5	1,3	34	8,9	202	52,6	143	37,2
X2.12	0	0	7	1,8	26	6,8	211	54,9	140	36,5
X2.13	1	0,3	7	1,8	52	13,5	190	49,5	134	34,9
X2.14	0	0	7	1,8	42	10,9	205	53,4	130	33,9

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat dijabarkan sebagai berikut ini:

- 1) Jawaban responden tentang penampilan *driver* Grab dalam melayani terlihat rapi dan sesuai prosedur, responden menjawab sangat setuju sebanyak 136 (35,4%), setuju sebanyak 215 (56%), netral sebanyak 29 (7,6%), tidak setuju sebanyak 4 (1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 2) Jawaban responden tentang *driver* Grab mengendarai kendaraan secara aman dan nyaman sesuai peraturan yang diterapkan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 137 (35,7%), setuju sebanyak 210 (54,7%), netral sebanyak 26 (6,8%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 (1,3%).
- 3) Jawaban responden tentang *driver* Grab disiplin dalam melakukan pelayanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 154 (40,1%), setuju sebanyak 204 (53,1%), netral sebanyak 24 (6,3%), tidak setuju sebesar 2 (0,5%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 4) Jawaban responden tentang *driver* menawarkan penutup kepala (helm) secara gratis kepada konsumen untuk kenyamanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 155 (40,4%), setuju sebanyak 180 (46,9%), netral sebanyak 42 (10,9%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 5) Jawaban responden tentang Grab memiliki standar pelayanan yang jelas dengan melaksanakan prosedur yang ada, responden menjawab sangat setuju sebanyak 124 (32,3%), setuju sebanyak 165 (43%), netral sebanyak 81 (21,1%), tidak setuju sebanyak 12 (3,1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 (0,5%).
- 6) Jawaban responden tentang *driver* Grab mampu dan ahli dalam berkendara, responden menjawab sangat setuju sebanyak 133 (34,6%), setuju sebanyak 169 (44%), netral sebanyak 54 (14,1%),

tidak setuju sebanyak 28 (7,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

- 7) Jawaban responden tentang Grab dapat merespon setiap konsumen yang ingin mendapatkan pelayanan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 135 (35,2%), setuju sebanyak 202 (52,6%), netral sebanyak 36 (9,4%), tidak setuju sebanyak 11 (2,9%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 8) Jawaban responden tentang *driver* Grab melakukan pelayanan dengan tepat dan cepat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 151 (39,3%), setuju sebanyak 204 (53,1%), netral sebanyak 25 (6,5%), tidak setuju sebanyak 4 (1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 9) Jawaban responden tentang *driver* dan staf Grab bersikap *responsive* terhadap keluhan konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanyak 140 (36,2%), setuju sebanyak 213 (55,5%), netral sebanyak 23 (6%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 (0,8%).
- 10) Jawaban responden tentang data mengenai *driver*, nomor kendaraan tercantum jelas pada aplikasi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 140 (36,5%), setuju sebanyak 218 (56,8%), netral sebanyak 26 (6,8%), tidak setuju sebanyak 0 (0%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 11) Jawaban responden tentang *driver* Grab mempunyai pengetahuan informasi jalan atau alamat yang akan dituju, responden menjawab sangat setuju sebanyak 143 (37,2%), setuju sebanyak 202 (52,6%), netral sebanyak 34 (8,9%), tidak setuju sebanyak 5 (1,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 12) Jawaban responden tentang *driver* Grab bersikap sopan dan ramah kepada pelanggan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 140 (36,5%), setuju sebanyak 211 (54,9%), netral sebanyak 26 (6,8%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

- 13) Jawaban responden tentang Grab memberikan kemudahan dalam pemesanan dan menjangkau seluruh lokasi, responden menjawab sangat setuju sebanyak 134 (34,9%), setuju sebanyak 190 (49,5%), netral sebanyak 52 (13,5%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 (0,3%).
- 14) Jawaban responden tentang *driver* Grab melayani dengan konsuen dengan tidak diskriminatif, responden menjawab sangat setuju sebanyak 130 (33,9%), setuju sebanyak 205 (53,4%), netral sebanyak 42 (10,9%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

**c. Variabel Citra Merek**

**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden**  
**Variabel Citra Merek (X3)**

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
X3.1	0	0	18	4,7	52	13,5	172	44,8	142	37
X3.2	0	0	3	0,8	40	10,4	208	54,2	133	34,6
X3.3	5	1,3	7	1,8	36	9,4	191	49,7	145	37,8
X3.4	0	0	5	1,3	49	12,8	182	47,4	148	38,5
X3.5	0	0	9	2,3	49	12,8	172	44,8	154	40,1
X3.6	1	0,3	12	3,1	61	15,9	178	46,4	132	34,4
X3.7	0	0	17	4,4	50	13	182	47,4	135	35,2
X3.8	0	0	8	2,1	48	12,5	182	47,4	146	38
X3.9	2	0,5	8	2,1	43	11,2	176	45,8	155	40,4
X3.10	3	0,8	6	1,6	43	11,2	214	55,7	118	30,7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut, maka dapat diuraikan sebagai berikut ini:

- 1) Jawaban responden tentang Grab memiliki tampilan fisik yang mudah dikenali, responden menjawab sangat setuju sebanyak 142 (37%), setuju sebanyak 172 (44,8%), netral sebanyak 52 (13,5%), tidak setuju sebanyak 18 (4,7%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 2) Jawaban responden tentang Grab adalah layanan objek berbasis *online* dengan harga yang terjangkau,

- responden menjawab sangat setuju sebanyak 133 (34,6%), setuju sebanyak 208 (54,2%), netral sebanyak 20 (10,4%), tidak setuju sebanyak 3 (0,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 3) Jawaban responden tentang Grab memiliki layanan sistem aplikasi yang menarik dan mudah dipahami, responden menjawab sangat setuju sebanyak 145 (37,8%), setuju sebanyak 191 (49,4%), netral sebanyak 36 (9,4%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 (1,3%).
  - 4) Jawaban responden tentang *driver* Grab memiliki kendaraan yang memadai serta berfungsi dengan baik, responden menjawab sangat setuju sebanyak 148 (38,5%), setuju sebanyak 182 (47,4%), netral sebanyak 49 (12,8%), tidak setuju sebanyak 5 (1,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
  - 5) Jawaban responden tentang warna hijau yang digunakan Grab mudah dikenali, responden menjawab sangat setuju sebanyak 154 (40,1%), setuju sebanyak 172 (44,8%), netral sebanyak 49 (12,8%), tidak setuju sebanyak 9 (2,3%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
  - 6) Jawaban responden tentang desain logo Grab yang digunakan berbeda dengan pesaing sejenis lainnya dan mudah diingat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 132 (34,4%), setuju sebanyak 178 (46,4%), netral sebanyak 61 (15,9%), tidak setuju sebanyak 12 (3,1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 (0,3%).
  - 7) Jawaban responden tentang jaket dan helm yang digunakan oleh *driver* Grab mudah dikenali konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanyak 135 (35,2%), setuju sebanyak 182 (47,4%), netral sebanyak 50 (13%), tidak setuju sebanyak 17 (4,4%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
  - 8) Jawaban responden tentang Grab mudah diucapkan dan mudah diingat, responden menjawab sangat setuju sebanyak 146 (38%), setuju sebanyak 182 (47,4%), netral sebanyak 48 (12,5%), tidak setuju

sebanyak 8 (2,1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

- 9) Jawaban responden tentang Grab memiliki kesan yang positif dibenak konsumen, responden menjawab sangat setuju sebanya 155 (40,4%), setuju sebanyak 176 (45,8%), netral sebanyak 43 (11,2%), tidak setuju sebanyak 8 (2,1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 2 (0,5%).
- 10) Jawaban responden tentang Grab cocok untuk konsumen yang ingin menggunakan jasa ojek *online* dengan cara yang praktis, responden menjawab sangat setuju sebesar 118 (30,7%), setuju sebanyak 214 (55,7%), netral sebanyak 43 (11,2%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 (0,8%).

**d. Variabel Kepuasan Pelanggan**

**Tabel 4.8**  
**Hasil Jawaban Responden**  
**Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Y1	0	0	0	0	20	5,2	200	52,1	164	42,7
Y2	0	0	11	2,9	25	6,5	206	53,6	142	37
Y3	0	0	3	0,8	28	7,3	192	50	161	41,9
Y4	1	0,3	6	1,6	47	12,2	179	46,6	151	39,3
Y5	0	0	6	1,6	21	5,5	203	52,9	154	40,1
Y6	0	0	4	1	33	8,6	210	54,7	137	35,7
Y7	0	0	7	1,8	35	9,1	192	50	150	39,1
Y8	3	0,8	6	1,6	25	6,5	209	54,4	141	36,7

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang jasa ojek *online* Grab sesuai dengan harapan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas, responden menjawab sangat setuju sebanyak 164 (42,7%), setuju sebanyak 200 (52,1%), netral sebanyak 20 (5,2%), tidak setuju sebanyak 0 (0%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).

- 2) Jawaban responden tentang *driver* Grab mengerti apa yang diinginkan pelanggan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 142 (37%), setuju sebanyak 206 (53,6%), netral sebanyak 25 (6,5%), tidak setuju sebanyak 11 (2,9%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 3) Jawaban responden tentang *driver* Grab mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen, responden sangat setuju sebanyak 161 (41,9%), setuju sebanyak 192 (50%), netral sebanyak 28 (7,3%), tidak setuju sebanyak 3 (0,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 4) Jawaban responden tentang pelanggan bangga bisa memakai layanan Grab, responden menjawab sangat setuju sebanyak 151 (39,3%), setuju sebanyak 179 (46,6%), netral sebanyak 47 (12,2%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 1 (0,3%).
- 5) Jawaban responden tentang pelanggan merasa percaya diri jika memakai layanan Grab, responden menjawab sangat setuju sebanyak 154 (40,1%), setuju sebanyak 203 (52,9%), netral sebanyak 21 (5,5%), tidak setuju sebesar 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 6) Jawaban responden tentang harga/tarif layanan Grab lebih terjangkau dibandingkan dengan jasa ojek lain, responden menjawab sangat setuju sebanyak 137 (35,7%), setuju sebanyak 210 (54,7%), netral sebanyak 33 (8,6%), tidak setuju sebanyak 4 (1%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 7) Jawaban responden tentang biaya yang pelanggan keluarkan untuk memesan layanan Grab sepadan dengan manfaat yang didapatkan, responden menjawab sangat setuju sebanyak 150 (39,1%), setuju sebanyak 192 (50%), netral sebanyak 35 (9,1%), tidak setuju sebanyak 7 (1,8%), dan sangat tidak setuju sebanyak 0 (0%).
- 8) Jawaban responden tentang aplikasi Grab mudah dan efektif untuk digunakan, responden menjawab

sangat setuju sebanyak 141 (36,7%), setuju sebanyak 209 (54,4%), netral sebanyak 25 (6,5%), tidak setuju sebanyak 6 (1,6%), dan sangat tidak setuju sebanyak 3 (0,8%).

**4. Hasil Uji Instrumen Penelitian**

**a. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>6</sup>

Berdasarkan uji instrumen dengan 30 responden di luar sampel maka diperoleh hasil validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Corrected Item-total Correlation (r hitung)	R Tabel	Keterangan
Kualitas Sistem Informasi (X1)	X1.1	0,746	0,361	Valid
	X1.2	0,671	0,361	Valid
	X1.3	0,582	0,361	Valid
	X1.4	0,581	0,361	Valid
	X1.5	0,771	0,361	Valid
	X1.6	0,785	0,361	Valid
	X1.7	0,646	0,361	Valid
	X1.8	0,746	0,361	Valid
	X1.9	0,682	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,761	0,361	Valid
	X2.2	0,657	0,361	Valid
	X2.3	0,628	0,361	Valid
	X2.4	0,628	0,361	Valid

<sup>6</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52

	X2.5	0,553	0,361	Valid	
	X2.6	0,628	0,361	Valid	
	X2.7	0,657	0,361	Valid	
	X2.8	0,553	0,361	Valid	
	X2.9	0,432	0,361	Valid	
	X2.10	0,410	0,361	Valid	
	X2.11	0,761	0,361	Valid	
	X2.12	0,657	0,361	Valid	
	X2.13	0,410	0,361	Valid	
	X2.14	0,628	0,361	Valid	
	Citra Merek (X3)	X3.1	0,713	0,361	Valid
		X3.2	0,671	0,361	Valid
		X3.3	0,495	0,361	Valid
		X3.4	0,671	0,361	Valid
X3.5		0,590	0,361	Valid	
X3.6		0,671	0,361	Valid	
X3.7		0,598	0,361	Valid	
X3.8		0,590	0,361	Valid	
X3.9		0,495	0,361	Valid	
X3.10		0,437	0,361	Valid	
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,728	0,361	Valid	
	Y.2	0,754	0,361	Valid	
	Y.3	0,474	0,361	Valid	
	Y.4	0,473	0,361	Valid	
	Y.5	0,473	0,361	Valid	
	Y.6	0,474	0,361	Valid	
	Y.7	0,754	0,361	Valid	
	Y.8	0,754	0,361	Valid	

Sumber data: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  (0,361) dan bernilai positif.

Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji realibitas digunakan untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran, dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,70.<sup>7</sup> Berdasarkan uji instrumen dengan 30 responden di luar sampel maka diperoleh jasil validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reability Coefficients	Alpha	Keterangan
Kualitas Sistem Informasi (X1)	9 Item	0,908	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	14 Item	0,903	Reliabel
Citra Merek (X3)	10 Item	0,865	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	8 Item	0,863	Reliabel

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2020*

Dari tabel tersebut diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,70 ( $\alpha > 0,70$ ), yang artinya bahwa semua variabel X1, X2, X3, dan Y dapat dikatakan reliabel.

**5. Hasil Uji Prasyarat**

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 maka nilai residual berdistribusi normal.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 48

<sup>8</sup> Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 72-73.

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov disajikan berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Teknik Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61047856
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		1.153
Asymp. Sig. (2-tailed)		.140

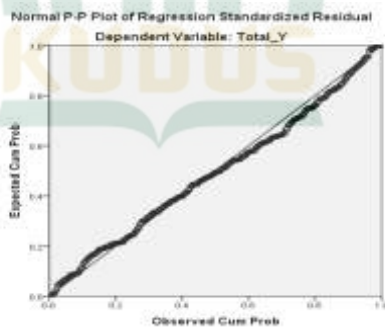
Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi  $0,140 > 0,05$  maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilihat pada grafik Normal Probability Plot, dimana data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal yang berarti pola tersebut berdistribusi normal.<sup>9</sup>

Hasil uji normalitas menggunakan grafik Probability Plot disajikan berikut:

**Gambar 4.2**  
**Grafik Normal P.P Plot**



Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

<sup>9</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 163.

Grafik Normal P-P Plot tersebut menyatakan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Penelitian ini menggunakan cara dengan melihat nilai toleransi > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>10</sup> Berikut adalah nilai VIF pada model penelitian ini :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas Sistem Informasi (X1)	.477	2.096
Kualitas Pelayanan (X2)	.437	2.290
Citra Merek (X3)	.700	1.429

*Sumber: Data primer yang diolah, 2020.*

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai tolerance masing-masing variabel > 0,1 yaitu variabel kualitas sistem informasi sebesar 0,477, kualitas pelayanan 0,437 dan citra merek memiliki nilai 0,700. Sedangkan nilai VIF tiap variabel < 10 yaitu variabel kualitas sistem informasi sebesar 2,096, kualitas pelayanan 2,290 dan citra merek memiliki nilai 1,429. Artinya tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam penelitian.

**c. Uji Heterokedastisitas**

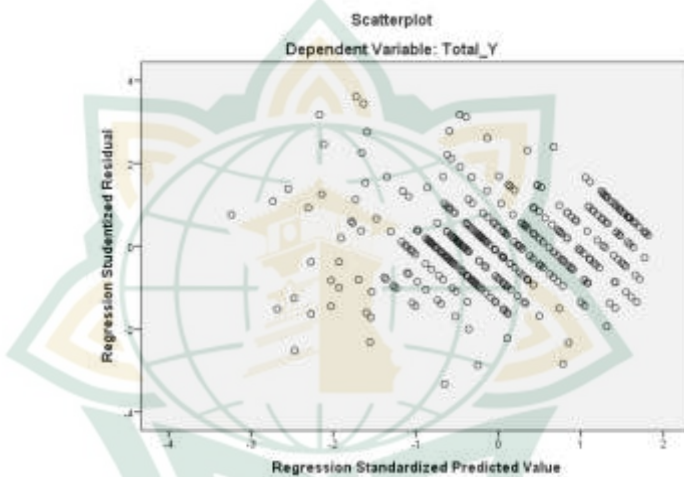
Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain.

---

<sup>10</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 105-106.

Menguji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik scatterplot dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.<sup>11</sup> Berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas:

**Gambar 4.3**  
**Uji Heterokedastisitas**



*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.*

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di seluruh gambar dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

**6. Hasil Uji Hipotesis**

**a. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu variabel kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap variabel

---

<sup>11</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 139.

dependen yaitu kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 21 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Keterangan	Nilai Koefisien	Sig.
Konstanta	2,806	0,002
Kualitas Sistem Informasi	0,536	0,000
Kualitas Pelayanan	0,127	0,000
Citra Merek	0,075	0,000

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang dilakukan pada tabel koefisien diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 2,806 + 0,536 X_1 + 0,127 X_2 + 0,075 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen (Kepuasan Pelanggan)

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi Variabel

$X_1$  = Variabel Dependen (Kualitas Sistem Informasi)

$X_2$  = Variabel Dependen (Kualitas Pelayanan)

$X_3$  = Variabel Dependen (Citra Merek)

e = Pengganggu (*Error*)

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Konstanta nilai a sebesar 2,806, berarti tanpa ada pengaruh dari ketiga variabel independent faktor

lain, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu adalah sebesar 28,06%.

- 2) Koefisien kualitas sistem informasi sebesar 0,536 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kualitas sistem informasi sebesar 100% akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 53,6% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 3) Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,127 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan kualitas pelayanan sebesar 100% akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 12,7% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 4) Koefisien citra merek sebesar 0,075 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan citra merek sebesar 100% akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sebesar 7,5% jika variabel independen lain dianggap konstan.

**b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.<sup>12</sup> Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary*. Untuk lebih jelasnya berikut adalah hasil perhitungannya

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 <sup>a</sup>	.767	.766	1.617

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020

Berdasarkan hasil pengujian tersebut, diperoleh nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dinotasikan dalam angka *R Square* 0,767. Ini artinya 76,7% perubahan kepuasan pelanggan

---

<sup>12</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 19*, 97-98

dapat dijelaskan oleh kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek. Sisanya 23,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**

Digunakan untuk mengetahui kualitas sistem informasi ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) dan citra merek ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Besarnya pengaruh variabel kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek secara simultan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh tabel *Annova*.

Hasil pengujian dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3278.594	3	1092.865	418.063	.000 <sup>p</sup>
	Residual	993.365	380	2.614		
	Total	4271.958	383			

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel tersebut maka diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu  $418,063 > 2.628$  dan nilai signifikansi 0,000 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Oleh karena itu terdapat pengaruh positif kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan transportasi ojek *online* Grab.

**d. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Uji t ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen (kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek) secara individual dalam menerangkan variabel dependen (kualitas pelanggan).

Hasil pengujian dipaparkan berikut ini.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
						(Constant)
1	Kualitas Sistem Informasi (X1)	.536	.030	.632	17.660	.000
	Kualitas Pelayanan (X2)	.127	.021	.229	6.118	.000
	Citra Merek (X3)	.075	.020	.113	3.830	.000

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

**1) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab di Kudus**

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 17,660. Jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 380 sebesar 1,966, maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $17,660 > 1,966$ . Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu  $(0,000 < 0,05)$ . Hal ini berarti pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna ojek online Grab di Kudus diterima.

## 2) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab di Kudus

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,118. Jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan  $df$  380 sebesar 1,966, maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $6,118 > 1,966$ . Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu  $(0,000 < 0,05)$ . Hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna ojek *online* Grab di Kudus diterima.

## 3) Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab di Kudus

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,830. Jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05 dengan  $df$  380 sebesar 1,966, maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,830 > 1,966$ . Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu  $(0,000 < 0,05)$ . Hal ini berarti pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna ojek *online* Grab di Kudus diterima.

## B. Pembahasan

Berdasarkan penjabaran mengenai deskripsi variabel penelitian tentang pengaruh kualitas sistem informasi, kualitas pelayanan dan citra merek diperoleh keterangan ketiga variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

pengguna ojek *online* Grab di Kudus baik secara simultan maupun secara parsial.

### 1. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek *Online* Grab di Kudus

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa terdapat pengaruh positif kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 17,660  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $17,660 > 1,966$ . Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu  $(0,000 < 0,05)$  berarti bahwa pengaruh variabel kualitas sistem informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas sistem informasi merupakan suatu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana semakin baik kualitas sistem informasi yang diberikan oleh Grab maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Isnaini dan Udayana yaitu sebuah bisnis akan berjalan lancar jika kualitas sistem informasi yang baik. Perusahaan akan mengalami kesulitan tanpa sistem informasi yang berkualitas untuk mengolah informasi secara efektif dan efisien.<sup>13</sup>

Kualitas sistem informasi juga didefinisikan Davis *et al.* dan Chin dan Todd dalam Rukmiyati dan Budiarta sebagai *perceived ease of use* yang merupakan tingkatan besarnya teknologi komputer yang mudah untuk dipahami dan digunakan.<sup>14</sup> Kualitas

---

<sup>13</sup> Putri Aprilia Isnaini dan Ida Bagus Nyoman Udayana, "Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Sikap dalam Penggunaan Sistem Aplikasi dengan Kemudahan Penggunaan sebagai Variabel Intervening" *Jurnal Kajian Bisnis* 27 no. 2 (2019): 121

<sup>14</sup> Ni Made Sri Rukmiyati dan I Ketut Budiarta, "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan *Perceived Usefulness* pada Kepuasan Pengguna Akhir *Software* Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Bintang di

sistem informasi dirasakan oleh pengguna aplikasi Grab jika pelanggan merasakan kemudahan dalam penggunaan sistem yang tidak membutuhkan usaha lebih. Kecepatan akses juga bisa mempengaruhi tingkatan sistem informasi yang dikatakan layak dan memiliki kualitas yang baik. Selain itu, kualitas sistem informasi juga bisa dirasakan dari keandalan sistem informasi dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna dengan nyaman. Jika sistem informasi bersifat fleksibel ketika terjadi perubahan untuk memenuhi kebutuhan pengguna maka sistem informasi tersebut berkualitas. Serta dalam sistem informasi data pengguna harus disimpan aman agar terjaga kerahasiaannya dan tidak disalahgunakan oleh pihak lain. Kepuasan pelanggan Grab di Kudus tercipta apabila suatu sistem informasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi pelanggan apabila hal-hal yang mempengaruhi kualitas sistem informasi tersebut berkualitas baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prawiranata dan Rahmawati diperoleh hasil bahwa variabel kualitas sistem informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hakim et al., diperoleh hasil variabel kualitas sistem informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab di Kudus

Hasil penelitian mendukung hipotesis kedua bahwa terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,118  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $6,118 > 1,966$ . Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) berarti bahwa

pengaruh variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Grab maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Isnaini dan Udayana yaitu kepuasan pelanggan dan terjadi apabila layanan yang diterima pelanggan sesuai atau melebihi harapan pelanggan serta dapat memudahkan pelanggan dalam penggunaan jasa tersebut.<sup>15</sup> Selain itu menurut Parasuraman et al., dalam Isnaini dan Udayana kualitas pelayanan dinyatakan sebagai pernyataan tentang sikap dan hubungan dari hasil perbandingan antara ekspektasi dengan kinerja.<sup>16</sup>

Kualitas Pelayanan biasanya dipengaruhi oleh bukti fisik. Bukti fisik yang diberikan oleh Grab yaitu penampilan dan kemampuan sarana prasarana fisik Grab yang diberikan kepada pelanggan. Keandalan Grab dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya juga mempengaruhi kualitas pelayanan yang baik. Selain itu, kualitas pelayanan juga dipengaruhi oleh daya tanggap Grab dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan. Dengan jaminan pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan serta empati para *driver* Grab untuk menumbuhkan rasa percaya yang diberikan pelanggan juga mempengaruhi kualitas pelayanan yang berkualitas. Jika semua hal yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut baik maka pelanggan tersebut akan merasa puas dengan Grab di Kudus.

---

<sup>15</sup> Putri Aprilia Isnaini dan Ida Bagus Nyoman Udayana, "Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Sikap dalam Penggunaan Sistem Aplikasi dengan Kemudahan Penggunaan sebagai Variabel Intervening" *Jurnal Kajian Bisnis* 27 no. 2 (2019): 122

<sup>16</sup> A. Usmana, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, 231

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anggriana et al., diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Bustam et al., diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Ojek Online Grab di Kudus

Hasil penelitian mendukung hipotesis ketiga bahwa terdapat pengaruh positif citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna transportasi ojek *online* Grab di Kudus. Hal tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,830  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $3,830 > 1,966$ . Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 yaitu  $(0,000 < 0,05)$  berarti bahwa pengaruh variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Citra merek merupakan suatu hal yang penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana semakin baik citra merek Grab di benak konsumen maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pernyataan ini sesuai dengan teori Kurniawati bahwa sesuatu yang melekat di benak konsumen disebut citra merek. Semakin baik persepsi citra merek perusahaan di benak konsumen maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi. Sebaliknya juga, jika persepsi konsumen terhadap citra merek buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.<sup>17</sup> Grab di Kudus memiliki citra yang positif, nama Grab sudah dikenal dan familiar di telinga masyarakat Kudus. Grab merupakan salah satu perusahaan transportasi *online* yang memiliki merek terkenal yang hadir di Kudus

---

<sup>17</sup> Dewi Kurniawati dkk, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Kfc Cabang Kawi Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 14 No. 2 (2014): 3-4

pertama kali. Citra merek Grab yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena pelanggan akan merasa puas dengan menggunakan produk dengan citra yang terkenal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kurniawati et al., diperoleh hasil bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu juga penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan dan Hildayani diperoleh hasil bahwa variabel citra merek secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

