




# 11 Perpustakaan UMSIDA

## ARTIKEL ANZELY ROHMATUL KHOLIDA 18\_.pdf

-  15 Agustus irta
-  K1 AGUSTUS 2024
-  Perpustakaan

---

### Document Details

**Submission ID**

trn:oid::1:2983743020

**Submission Date**

Aug 15, 2024, 4:09 PM GMT+7

**Download Date**

Aug 15, 2024, 4:27 PM GMT+7

**File Name**

ARTIKEL ANZELY ROHMATUL KHOLIDA 18\_.pdf

**File Size**

261.2 KB

**14 Pages****4,326 Words****28,373 Characters**

# 15% Overall Similarity




The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

---

## Top Sources

- 14%  Internet sources
- 3%  Publications
- 2%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags




### 0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

## Top Sources

- 14%  Internet sources
- 3%  Publications
- 2%  Submitted works (Student Papers)

---

## Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

<b>1</b>	<b>Internet</b>	
	yrpipku.com	<b>15%</b>
<b>2</b>	<b>Student papers</b>	
	La Trobe University	<b>1%</b>



**Pentingnya Keringanan, Karakteristik Service, Dan Kemengakuian Pada Keinginan Pemakai Pada Apk. Grab (Studi pada Pemakai Apk. Grab Karakteristik Grab Bike)**

***The Importance of Easiness, Service Features, and Trust on User Interest in the Grab Application (Study on Grab Application Users Grab Bike Features)***

Anzely Rohmatul Kholida

192010200012

Dosen Pembimbing

Dra. Lilik Indayani, MM

Dosen Penguji

Nama Penguji 1

Nama Penguji 2

**Prodi Manajemen**

**Fakultas Usaha, Hukum, dan Ilmu Sosial**

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo**

**Agustus, 2023**

## Pentingnya Keringanan, Karakteristik Service, Dan Kemengakuian Pada Keinginan Pemakai Pada Apk. Grab (Studi pada Pemakai Apk. Grab Karakteristik Grab Bike)

**Abstrak.** Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan memakai sampel sebanyak 96 respon komunitas pemakai jasa sepeda Sidoarjo. Dalam sistem menelaah data, SPSS melakukan regresi linier dengan kemiringan yang bervariasi dan skala nyata. Atribut service dan metrik kinerja berstandar tinggi, dengan pengaruh Sgnnifikansi pada industri dan zamannya.

**Kata Kunci** – karakteristik service; keringanan; kemengakuian; keinginan pemakai

### I. PENDAHULUAN

Seiring berjalannya globalisasi, komunitas pun mengalami kemajuan teknologi yang pesat. Segala aspek kehidupan termasuk dunia usaha dimudahkan melalui internet. Keringanan pemakaian telepon pintar dan kemampuan mengakses internet setiap saat selaku salah satu faktor pendukungnya. Keringanan aktivitas manusia saat ini ditunjukkan demi penerapan teknologi secara praktis [2]. Konsep keringanan pemakaian teknologi dapat merujuk pada seberapa mudah suatu sistem laporan digunakan. Fungsi service membantu pemakai memutuskan bagaimana memakai sistem dan memastikan pengoperasian yang mudah [3]. Kemengakuian mewujudkan bagian penting pada menjalankan usaha dan membangun kaitan baik antara nasabah dan pelaku usaha. Bersediashservice dan pemakai mempunyai kewajiban untuk membangun rasa saling mengakui pada kaitan mereka dan memastikan bahwa kedua belah pihak menjaga kaitan baik satu sama lain [4]. Ketika komunitas merasa mengakui diri demi service Grab, khususnya karakteristik Grab Bike, maka mereka akan lebih sesekali memakainya sebab rasa cemas dan curiganya berkurang.

Para ahli mengungkapkan Kotler dan Susanto pada Muhammad Aries (2018), rangsangan dan emosi nyata pada suatu buah menimbulkan dorongan internal yang kuat untuk bertindak, yang mewakili pentingnya keinginan [5]. Pemakai termotivasi untuk memakai sesuatu sebagian sebab keinginan, sebagaimana yang Anda pahami. Faktorkeinginan pemakai pada eksplorasi ini dikuatkan dengan Kotler dan Keller (2012:131). Pengalaman nasabah pada pemakaian, konsumsi, atau pilihan atau preferensi menentukan apakah mereka akan membeli buah Sesuai keinginan mereka. Mengungkapkan Zhehui Xiao dkk. (2016), metrik berikut dibagikan untuk mengukur niat membeli pemakai.

Koefisien keringanan juga memmpengaruhi keinginan pemakai service. Keringanan pemakaian teknologi semakin memudahkan pada melakukan aktivitas. Keringanan pemakaian mewujudkan faktor kunci pada menentukan kegunaan sistem laporan. Pada eksplorasi ini, Amijaya (2010) mengidentifikasi tiga indikator yang mengevaluasi tingkat kegunaan: 1) Mudah untuk dipelajari. 2) Mudah dimengerti (mudah dimengerti). 3) Fleksibilitas (fleksibilitas). 4) Efisien. 5) Memenuhi kebutuhan (memenuhi kebutuhan) [6].

Selain itu, keringanan pemakaian karakteristik service juga memmpengaruhi keinginan pemakai pada memakai suatu buah atau service. Mengungkapkan gagasan Kotler dan Armstrong (Sakti, 2014), kapabilitas mengacu pada cara industry menyajikan buahnya lebih baik dibandingkan pesaingnya. Karakteristik pemilihan buah memungkinkan nasabah menyeleksi buah yang diinginkan. Pada eksplorasi ini pengarang memakai fungsi Grab Bike. Schmidt pada Kurnianingsih & Maharani (2020: 5) mengungkapkan indikator kinerja peservice yang dibagikan ialah (2010): 1) Akses laporan service Grab Bike demi mudah melalui Apk.. 2) Beragam service perdagangan 3) Beragam fungsi service. 4) Pembaruan peservice [7].

Karakteristik service tiada hanya memfasilitasi navigasi pemakai tetapi juga membantu pada membuat keputusan pada sistem. Pandangan yang dimiliki seseorang pada sesuatu itulah yang dimaksud oleh Nurvitasari Industry bertujuan untuk menaikkan jumlah pemakai yang memakai service Grab demi memanfaatkan kemengakuian ini. Kaitan baik antara pelanggan dan bersediashservice dibangun melalui kemengakuian, yang memainkan peran penting pada kehidupan usaha. komunitas yang memiliki kemengakuian pada service Grab khususnya karakteristik Grab Bike akan lebih sesekali memakainya sebab tiada merasa cemas atau tiada mengakui. Indeks kemengakuian yang diperkenalkan oleh Kurnianingsih & Maharani (2020:5) dirancang untuk mengukur konsistensi pengetahuan buah demi kualitas. 2) Memahami permintaan nasabah. 3) Buah yang dapat diandalkan [8]. Keandalan bersediashservice, sistem yang menyediakannya dan kepraktisan pemakaian Apk. Grab demi fungsionalitas Grab Bike. Apabila pemakai perasa bahwa fungsi Apk. Grab sulit, mereka sebaiknya meninggalkannya.

Pemakai smartphone yang semakin berkembang setiap harinya selaku buah pikir untuk mewujudkan

Apk. usaha pengangkutan secara online [9]. Industry yang memberikan kenyamanan dan keringanan pengangkutan pada kehidupan komunitas sehari-hari. Selain itu, komunitas mungkin lebih menyeleksi moda lain seperti angkutan umum dan kendaraan pribadi berupa sepeda motor. Hal ini juga menyangkut berkembangnya mobilitas komunitas yang tinggi dan pemakaian angkutan umum pada aktivitas sehari-hari. Terlebih lagi, demi beragamnya pilihan service, komunitas dan pelanggan selaku lebih selektif pada menyeleksi service, khususnya pada pengangkutan online.

Industry yang memelopori service pengangkutan online di Indonesia ialah Go-Jek dan Grab [10]. Mengungkapkan data eksplorasi Top Brands Award Index for Online Transportation Services 2018-2023, Apk. Grab Bike unggul dibandingkan Go-Jek pada tahun Seiring berjalannya waktu, ia mulai menurun dari waktu ke waktu. Berikut ialah tabel yang memberikan literaturnya.

Tabel 1. Top Brand Award Index Jasa Pengangkutan Online Tahun 2018-2023

Brand	TBI 2018	TBI 2019	TBI 2020	TBI 2021	TBI 2022	TBI 2023
Grab Bike	48,0%	43,1%	43,5%	39,7%	36,7%	35,3%
Gojek	44,9%	44,6%	47,3%	53,0%	54,7%	55,0%

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)), diakses pada 31 Juli 2023

Sesuai tabel 1.1 Top Brand Award Index, seperti yang terlihat di atas, mengalami penurunan pada service pengangkutan online Grab Bike antara tahun 2018 dan Pada awal tahun 2018, Grab Bike berperan sebagai industry pengangkutan online yang terpusat dan memiliki pangsa pasar yang lebih tinggi dibandingkan Gojek. Pada kurun waktu lima tahun, Gojek mengungguli Grab pada hal kepemilikan saham. Meskipun demikian, pangsa Gojek melampaui Grab hanya pada waktu lima tahun [11].

Selain itu, keringanan pemakaian Apk. ini berkat penggabungan dan kemengakuian pada karakteristik-karakteristik Grab Bike, yang memudahkan pemakai pada bernavigasi dan sistem hanya membutuhkan sedikit waktu untuk selaku mahir. Selain itu, perhatian diarahkan pada bagaimana e-commerce dan Apk. berbasis digital dibagikan untuk mencerminkan pergeseran teknologi dan roda ekonomi global. Untuk melihat tren tersebut, bersedia service pengangkutan online perlu memahami sebab yang memengaruhi kesediaan pemakai untuk memakai service Grab Bike. Diperlukan lebih banyak eksplorasi mengenai banyak hal yang perlu dipahami industry, seperti fleksibilitas, atribut service, dan kemengakuian pemakai.

Pada buatan Temuan eksplorasi sebelumnya mengenai tema kenyamanan, peservice, dan kemengakuian pada kepentingan pemakai menampakkan adanya kaitan yang campur aduk. Mengungkapkan Jasinda Salsabila dan Budi Rustandi (2023), keinginan pemakai sangat dimengaruhi oleh kombinasi antara kegunaan dan kategori suatu buah atau jasa. Pada tahun 2023, Jasinda Saltabila dan Budi Rustandi (1921) menemukan bahwa kombinasi antara kegunaan suatu buah atau jasa dan kategorinya dapat memberikan mempengaruhi yang penting pada retensi pemakai. Di sisi lain, Meyrilliana Purba, Samsir, dan Kasman Arifin (2020) menampakkan bahwa kesederhanaan tiada memberikan mempengaruhi yang Sgnifikansisi pada keinginan pemakai [24].

Buatan Eksplorasi yang melakukan oleh Eggie Nurvitasari (2023) menampakkan bahwa faktor atribut service mempunyai mempengaruhi nyata dan Sgnifikansisi pada manfaat pemakai [14]. Temuan laporan Wahyu Prastiwi Umaningsih dan Dewishi Kusuma Wardani (2020) menampakkan bahwa preferensi dan keinginan pemakai tiada dimengaruhi oleh karakteristik service. [25].

Selain itu eksplorasi yang melakukan oleh Muh. Fadhil (2021) menampakkan bahwa kemengakuian mempunyai dampak nyata pada keinginan pemakai, namun dampaknya kecil [23]. Namun, Yasmin Rajai Namaha dan Yerkin Nurtani (1921) menampakkan bahwa kemengakuian mewujudkan faktor utama yang memengaruhi ketertarikan pemakai [11].

Setelah meneliti fenomena tersebut, jelas bahwa pengarang bermaksud untuk menyelidiki Sgnifikansisi kenyamanan, fungsionalitas, dan kemengakuian pemakai pada hal pengalaman mereka demi buah atau service “Pentingnya Keringanan, Karakteristik Service, Dan Kemengakuian Pada Keinginan Pemakai Pada Apk. Grab (Studi pada Pemakai Apk. Grab Karakteristik Grab Bike)”

**Rumusan Permasalahan** : Memiliki keyakinan pada keringanan pemakaian, keringanan, dan kualitas service Apk. Grab dan karakteristik Grab Bike.

**Pertanyaan Eksplorasi** : Sejauh mana preferensi pemakai pada Apk. Grab dan karakteristik Grab Bike mencerminkan harapan mereka akan keringanan, service, dan keandalan?

**Kategori SDGs** : Penelitian ini termasuk pada poin 9 dan 11 kategori SDG, yang meliputi industri/pembaruan, infrastruktur/kota/komunitas yang berkelanjutan, Sesuai latar belakang yang dibahas di atas. <https://sdgs.un.org/goals>

## II. LITERATURE REVIEW

### Keinginan Pemakai (Y)

Keinginan atau intensi pembelian ialah istilah yang dibagikan oleh Kotler dan Keller untuk menggambarkan bagaimana nasabah mengalami pemakaian beragam sistem untuk membuat keputusan. Mengungkapkan Zhehui Xiao dkk. Metrik berikut dibagikan untuk mengukur keinginan beli nasabah pada tahun 2016: Pada tahun 2016, keinginan beli nasabah ditingkat memakai metrik berikut:

- 1) Tindakan menampakkan keinginan yang tulus pada suatu buah dikenal sebagai niat baik;
- 2) Tindakan mengeksplorasi keinginan seseorang mewujudkan bentuk perilaku pribadi yang melibatkan upaya terus-menerus untuk memahami konsekuensi dari aktivitasnya; dan
- 3) Keinginan negosiasi, representasi sesuai seseorang ingin memiliki barang tersebut segera.

### Keringanan (X1)

UX ialah konsep mengungkapkan Venkatesh dan Davis ketika seseorang merasa bahwa pemakaian sistem yang mudah dapat dijelaskan sebagai sesuatu yang sederhana atau akses yang mudah. Amijaya (2010) mengidentifikasi tiga metrik penting pada metingkat kegunaan, yakni:

- 1) Kesederhanaan karakteristik service Grab Bike;
- 2) Dirancang untuk dibagikan dan ramah pemakai.
- 3) Pemakaian service yang fleksibel mewujudkan faktor kunci.
- 4) Menghemat waktu sebab efisien.
- 5) Menghasilkan situs meramal psikologis gratis untuk hewan yang dilihat oleh hewan • Menghasilkan situs gratis meramal psikologis hewan yang dilihat oleh hewan.

Pengarang berpendapat bahwa kegunaan ialah faktor kunci yang menentukan apakah pemakai tertarik atau tiada pada suatu barang sebab dampak yang dirasakan pada pengalaman mereka. Service ini tiada hanya mudah dipahami, tetapi juga dapat disesuaikan demi kebutuhan Anda, yang dapat memengaruhi keinginan pemakai. Mengungkapkan eksplorasi Eggie Nurvitasari dan Renny Dwijayanti (2021), data menampakkan bahwa metrik kecerahan bermempengaruhi nyata dan Sgnifikansi pada keinginan memakai GrabFood.

### Karakteristik Service (X2)

Capabilities didefinisikan sebagai kemampuan industry untuk memamerkan buahnya dan membedakannya dari pesaing (Kotler dan Armstrong, 2014; Sakti, Demi memakai fungsi pemilihan buah, nasabah dapat menyeleksi buah yang sesuai. Indikator kapasitas peservice yang dibagikan ialah: (Smillett & Maharani, 2010) dan meliputi: "Ukuran Kompetensi Peservice pada Sastra.":

- 1) Keringanan laporan di cari;
- 2) Beragam service negosiasi
- 3) Beragam fasilitas yang ditawarkan dan
- 4) Konsep pembaruan service.

Sesuai literatur di atas, pengarang menyimpulkan bahwa Pemakai tertarik pada suatu buah atau service tergantung pada karakteristik service mana yang ada. Laporan Apk. atau service akan dipertimbangkan saat pelanggan atau pemakai memakainya pada kehidupan sehari-hari. Pada tahun 2023, Jasinda Salsabila dan Budi Rustandi melakukan eksplorasi yang menemukan bukti bahwa karakteristik service dapat memengaruhi keinginan pemakai secara bersamaan dan pada kasus tertentu, dapat selaku Sgnifikansi.

### Kemengakuan (X3)

Seperti yang dijelaskan oleh Mowen dan Miner, "Kemengakuan nasabah ialah seluruh pengetahuan

yang dimiliki nasabah dan seluruh peningkatan yang dimiliki nasabah mengenai suatu buah, karakteristiknya, dan manfaatnya" [23]. Indeks kemengakuan yang diluncurkan oleh Kurnianingsih & Maharani (2020: 5) memiliki ciri-ciri: Kurnianingsih & Maharani (2020: 5) telah memperkenalkan indeks kemengakuan yang mencakup: Indeks kemengakuan yang diluncurkan oleh Kurnianingsih & Maharani (2020: 5) memiliki ciri-ciri:

- 1) Pemahaman tentang aspek kualitas yang terkait demi laporan buah. Pemakai pasti mengetahui buah sebenarnya Sesuai laporan dari bersediaindonesia.
- 2) Industry memahami permintaan nasabah dan yakin bahwa buahnya dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan nasabah.
- 3) Industry berupaya untuk menyediakan buah atau service yang dapat diandalkan yang mengatasi kekhawatiran pemakai.

Pengarang berpendapat bahwa kemengakuan berperan pada bagaimana pemakai memandang/selaku tertarik pada suatu Apk. atau buah, seperti dijelaskan di atas. Nasabah dapat memperoleh kemengakuan demi mengetahui citra, reputasi, dan kualitas service mereka. Kemengakuan ditemukan memiliki mempengaruhi nyata pada keinginan pemakai, sebagaimana dibuktikan oleh Diah Nissan dan LukLuk (2019).

### III. SISTEM EKSPLORASI

Pada karya tulis Gunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Mengungkapkan Sugiyono, eksplorasi kuantitatif mewujudkan sistem yang didasarkan pada teori positivis dan dapat mengevaluasi komunitas maupun contoh yang telah ditentukan. Mengungkapkan eksplorasi ini, keamanan, karakteristik service, dan kemengakuan mewujudkan faktorbebas demi keinginan sebagai faktortarikat.

#### Komunitas dan Contoh

##### 1. Komunitas

Sugiyono (2011: 80) Service Grab Bike dimanfaatkan oleh komunitas eksplorasi di Sidoarjo, representasi karakteristik daerah.

##### 2. Contoh

Sugiyono (2011: 81) Pada kasus di mana topik penelitian tiada memiliki cukup pencariandaya atau personel, penulis menyeleksi untuk melakukan pengambilan contoh. Bergantung pada komunitas, sistem pengambilan contoh dibagikan[26]:

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

**n** : Ukuran contoh

**z** : Tingkat penentuan contoh 95% atau 1,96

**Moe** : Margin of error, tingkat kesalahan maksimum ialah 10% (0,1)

Jadi, untuk mengidentifikasi jumlah contoh sebagai berikut:

$$n = \frac{1,92^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416^2}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Perhitungan di atas menampakkan bahwa jumlah contoh minimum yang dibutuhkan dari komunitas ialah 96 responden. Pada artikel ini, kami melengkapi penerapan nonprobability sampling demi teknik purposive sampling untuk membentuk gambar pengambilan contoh. Sistem ini membatasi jumlah orang yang dapat memberikan laporan yang diinginkan pengarang demi kriteria tertentu. Eksplorasi ini berpusat pada individu berusia 17 hingga 50 tahun di Sidoarjo yang memakai Apk. Grab setiadinya dua kali sebulan. Responden, khususnya mereka yang memakai service pengangkutan daring Grab Bike, diberi kesempatan yang sama pada pendekatan ini.

### Definisi Operasional dan Identifikasi Faktor

Tabel 2. Definisi Operasional dan Identifikasi Faktor

NO	Definisi Faktor	Identifikasi Faktor
1.	<p><b>Keinginan Pemakai (Y)</b> Keinginan, juga dikenal sebagai niat pembelian, ialah kecenderungan nasabah untuk membeli atau menyeleksi barang Sesuai pengalaman mereka pada memakai, mengonsumsi, atau menyeleksi barang tersebut [18].</p> <p>Kotler dan Keller (2012:131)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keinginan preferensial</li> <li>Keinginan eksploratif</li> <li>Keinginan negosiasional Zhehui Xiao, et. Al. (2016)</li> </ul>
2.	<p><b>Keringanan Pemakaian (X1)</b> Keringanan Usability mewujudkan keyakinan seseorang bahwa suatu sistem sedang dibagikan sederhana serta di katakana adanya usaha tanpa[19].</p> <p>Venkatesh dan Davis (2000)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat kesulitan pada belajar (tingkat rendah)</li> <li>Kuncinya adalah membuatnya mudah dipahami.</li> <li>Bahan fleksibel yang dapat dipindahkan.</li> <li>Efisiensi adalah istilah yang digunakan untuk enggambarkannya.</li> <li>pemenuhan kebutuhan (fulfilling needs)</li> </ul> <p>Amijaya (2010)</p>

3.	<p><b>Karakteristik Service (X2)</b>                  Mempromosikan buah untuk membedakan dari buah pesaing demi memberikan keunggulan kompetitif. Karakteristik pemilihan buah memungkinkan nasabah menyeleksi buah yang diinginkan. Kotler dan Amstrong (pada Sakti, 2014)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keringanan akses ke laporan</li> <li>• Negosiasi keuangan lainnya.</li> <li>• Operasi service yang berbeda.</li> <li>• Pembaruan service</li> </ul> <p>Schmitt (2010) pada Kurnianingsih &amp; Maharani (2020:5)</p>
4.	<p><b>Kemengakuian (X3)</b>                  Pada pengetahuan dan peningkatan nasabah, nasabah dianggap memiliki kemengakuian penuh nasabah mengenai barang, jasa, dan manfaat [23].</p> <p>Mowen dan Minor</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifikasi pengetahuan demi mengukur kualitasnya.</li> <li>• Memahami tuntutan nasabah.</li> <li>• Buah yang dapat diandalkan</li> </ul> <p>Kurnianingsih &amp; Maharani (2020:5)</p>

**Tingkat Pengukuran Faktor**

Penulis mengumpulkan detail faktoreksploratori dan mengmenelaah kaitannya serta mengumpulkan data demi kuesioner interval skala likert. Skala likert menggunakan untuk bersikap serta mengukurnya, pemikiran, dan pendapat.

Anda bisa gunakan skala Likert pada pembuatan alat penelitian. Isi dari skala mencakup respons nyata hingga negatif.

- 1) STS skor 1
- 2) TS skor 2
- 3) BS skor 3
- 4) S skor 4
- 5) SS skor 5

**Teknik Mengolah Data**

Sistem mengolah data ialah sistem yang dibagikan pengarang untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk eksplorasi. Pemakaian sistem mengolah data yang tepat pada suatu eksplorasi memberikan peluang untuk menemukan moderator yang absah dan reliabel guna mewujudkan generalisasi yang obyektif. Sistem mengolah data pada eksplorasi ini ialah kuesioner.

**Absahitas Uji dan Reliabilitas Uji**

1. Uji Absahitas

Segala instrumen yang Perangkat apa pun yang dapat mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur akan berguna [27]. Untuk mengetahui efektivitas suatu instrumen keuangan, indikator-indikator yang terbukti harus dibandingkan demi korelasi keseluruhan yang diperoleh atau rhitung sebesar 0,30 (Cronbach's alpha). Jika jumlah R butir kuesioner di atas 0,30 (alfa Cronbach), maka dianggap absah pada kaitannya demi indikatornya. Tiada absahnya item pertanyaan terjadibila tingkat Rhitung lebih rendah dari Faktoritem mewujudkan pertanyaan atau pernyataan mengenai masing-masing indikator.

2. Uji Reliabilitas

Kualitas instrumen pengukuran dievaluasi melalui reliabilitas, memastikan bahwa instrumen tersebut dapat dibagikanseolah-olah hanya mengamati sesuatu dan mempertahankan Menghasilkan yang sama bahkan di seluruh negara bagian. Item kuesioner dibandingkan antara alfa Cronbach (atau alfa hitung) dan alfa tabel untuk menentukan validitasnya. Suatu konstruk atau faktordianggap reliabel jika tingkat Cronbach alpha lebih besar dari 0,60. Jika tiada, faktortersebut dianggap tiada temengakui.

**Teknik Mengmenelaah Data**

Uji Asumsi Klasik

Pada eksplorasi ini memakai SPSS versi 26.0 untuk mengolah data uji Hipotesa klasik antara lain mean, heteroskedastisitas dan multikolinearitas, serta uji regresi dan regresi linier berganda. dan hitung persamaan berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Faktorerikat yakni Keinginan Pemakai

a = Konstanta

b = Koefisien regresi faktorbebas

X1 = Faktorindependen Keringanan Pemakaian X2 =

Faktorindependen Karakteristik Service

X3 = Faktorindependen Kemengakuian

e = error (faktorbebas lain diluar model regresi)

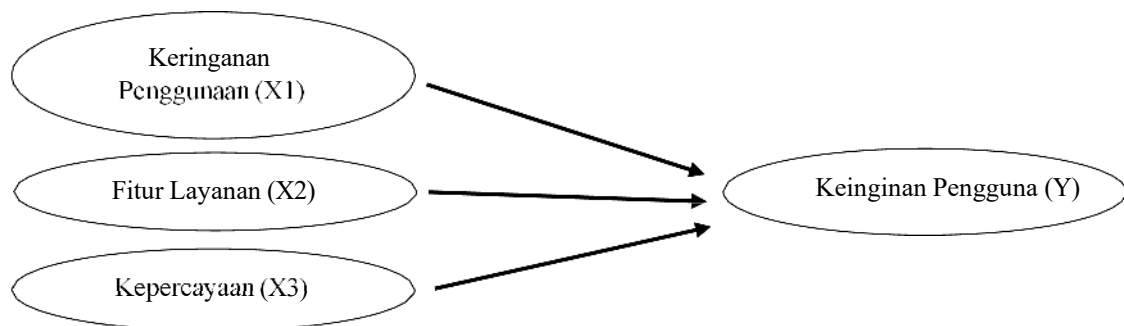
### Uji Hipotesa

#### a. Uji F (Simultan)

Demi memakai uji F, dapat dipastikan bahwa faktorindependen dan dependen berkorelasi tinggi. Hipotesa alternatif, demi tingkat keyakinan 0,05, mengusulkan bahwa faktordependen dimpengaruhi oleh semua faktorindependen pada saat yang sama. Tingkat F hitung lebih besar dari tingkat F tabel.

#### b. Uji t (parsial)

Saat memakai tabel-t, uji-t parsial memakai menelaah statistik untuk menentukan seberapa besar setiap faktorindependen memengaruhi satu sama lain dan mengasumsikan bahwa semua faktordependen konstan. tingkat demi tingkat yang dihitung. Saya menjalankan tingkat-t. Faktorerikat mengalami mempengaruhi independen ketika tingkat t yang dihitung melampaui pengenalan tabel, yang dikenal sebagai faktorbebas.



Gambar 1. RANCANGAN EKSPLORASI  
Sumber: Diolah pengarang, 2023

### Kaitan antar Faktor

#### H1 : Keringanan pemakaian mempengaruhi pada Keinginan Pemakai.

Kaitan antara kegunaan dan keinginan pemakai didasarkan pada argumen teori kedua bahwa karakteristik yang dapat dibagikan memiliki dampak penting. Responden survei [15] menganggap penerapannya mudah. Hal ini tercermin dari pemakaiannya yang sangat fleksibel, sebab dapat dibagikan di banyak lokasi berbeda dan diakses kapan saja. Eksplorasi yang dilakukan oleh Jasinda Saltabila dan Budi Rustand I (1923) mengungkapkan bahwa keinginan pemakai dimpengaruhi secara Sgnnifikansi oleh keringanan pemakaian suatu buah atau jasa, baik secara simultan maupun parsial..

#### H2 : Karakteristik service mempengaruhi pada Keinginan Pemakai.

Kaitan Karakteristik Service demi Keinginan Pemakai Hipotesa kedua menyatakan bahwa karakteristik service mempunyai mempengaruhi penting pada keinginan pemakai. Komunitas diberi kontrol lebih besar atas pilihankarakteristik service, sesuai eksplorasi Eksplorasi yang melakukan oleh Eggie Nurvitasari (2023) menampakkan bahwa faktorkarakteristik service mempunyai mempengaruhi nyata dan Sgnnifikansisi pada keinginan pemakai [14].

**H3 : Kemengakuian bermempengaruhi pada Keinginan Pemakai.**

Kemengakuian diyakini memiliki dampak Sgnnifikansisi pada keinginan pemakai, sesuai Hipotesa ketiga. Eksplorasi [23] menyatakan bahwa koefisien faktor kemengakuian bertingkat nyata dan mempunyai mempengaruhi searah. Mengungkapkan eksplorasi Muh.Fadhil (2021), kemengakuian bermanfaat bagi keinginan pemakai, tetapi tiada esensial [23].

**IV. BUATAN DAN PEMBAHASAN**

**A. Uji Absahitas dan Uji Reliabilitas**

Untuk menentukan apakah data kuesioner yang didistribusikan tervalidasi, sistem korelasi person digunakan. Studi ini memakai serangkaian pernyataan yang menguji validitas teknik ini: Pernyataan tentang faktorsederhana, karakteristik service, dan kemengakuian serta keinginan pemakai semuanya valid ketika tingkat r pada spreadsheet lebih besar dari R.

**Tabel 1.** Buatan Uji Absahitas

Faktor	No. Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Simpulan
Keringanan (X1)	X101	0.432	0,2006	Absah
	X102	0.574	0,2006	Absah
	X103	0.561	0,2006	Absah
	X104	0.704	0,2006	Absah
	X105	0.762	0,2006	Absah
Karakteristik Service (X2)	X201	0.791	0,2006	Absah
	X202	0.551	0,2006	Absah
	X203	0.738	0,2006	Absah
	X204	0.733	0,2006	Absah
Kemengakuian (X3)	X301	0.611	0,2006	Absah
	X302	0.661	0,2006	Absah
	X303	0.759	0,2006	Absah
Keinginan Pemakai (Y)	Y01	0.742	0,2006	Absah
	Y02	0.687	0,2006	Absah
	Y03	0.822	0,2006	Absah

Pencarian: data diolah (2023)

Pengukuran reliabilitas memakai alpha Cronbach harus lebih besar dari 0,60. Data dapat dimengakui.

**Tabel 2.** Buatan Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
0.836	15

Pencarian: data diolah (2023)

Crobanch alpha menampakkan keandalan faktorsebesar 0,836 pada data.

**B. Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

**Tabel 4.** Buatan Uji Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Residual Unstandardized
N		96
Parameters Normal <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06065289
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.079
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sgn. (2-tailed)		.028 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Sgnificance Correction.		

Pencarian: data diolah (2023)

Pada eksplorasi Kolmogorov-Smirnov dibagikan pada normalitas uji demi tingkat Asymp. Tanda > 0,05. Menghasilkan uji normalitas ditunjukkan pada Tabel 1 dan ditampilkan tingkat Asymp. Sebab Sgn 0,028 > 0,05 maka tingkat residu berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 5.** Buatan Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sgn.	Collinearity	
		Coefficients					Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF		
1	(Constant)	1.981	1.364		1.453	.150		
	X1	.045	.070	.057	.643	.522	.705	1.418
	X2	.262	.076	.354	3.457	.001	.535	1.868
	X3	.422	.112	.376	3.752	.000	.560	1.787

a. Dependent Variable: Y

Pencarian: data diolah (2023)

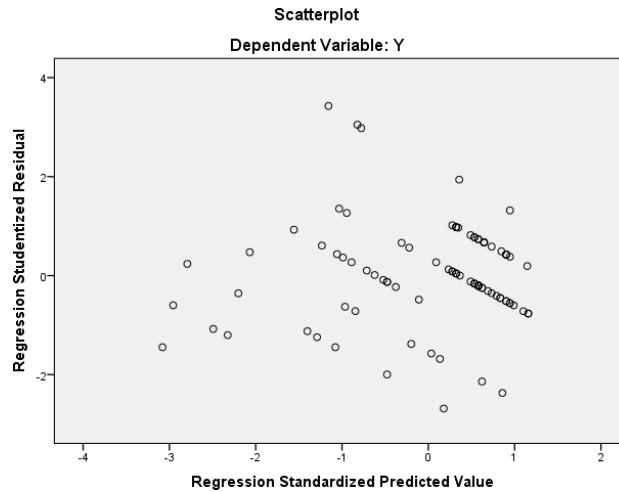
multikolinearitas Uji memakai toleransi dan VIF. Toleransi > 0,10 menampakkan tiada ada multikolinearitas. VIF optimal ialah 0,10. Selanjutnya jika dilihat pada faktor kecerahan terlihat tingkat VIF sebesar 1,418.

3. Heteroskedastisitas Uji

Heteroskedastisitas dapat dideteksi memakai sistem grafis (shatter plot) Sesuai pedoman Sesuai ketentuan

- 1) Bila titik-titik di tanah menampakkan gambar yang teratur (bergelombang, lebar, kemudian menyempit), heterokedastisitas terjadi.
- 2) Tiada adanya heteroskedastisitas disebabkan oleh fakta bahwa titik-titik pada sumbu Y tiada terdistribusi, tetapi malah sejajar.

**Tabel 6.** Buatan Uji Heteroskedastisitas (diagram *scatterplot*)



Pencarian: data diolah (2023)

Sesuai Tabel 6. Diagram sebar di atas menampakkan bahwa data tersebut non-heteroskedastik, demi semua titik yang memiliki tingkat 0 di kiri dan kanan dan 0-di atas dan nol di bawah masing-masing didistribusikan pada atau di dekat sumbu Y.

4. Regresi Linier Berganda

Untuk menentukan kaitan fungsional antara faktorindependen dan faktoryang mendasarinya, kami melakukan beberapa menelaah regresi linier. Persamaan yang menampilkan output dari uji regresi linier berganda ialah.

**Tabel 7.** Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sgn.	Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.981	1.364		1.453	.150			
	X1	.045	.070	.057	.643	.522	.705	1.418	
	X2	.262	.076	.354	3.457	.001	.535	1.868	
	X3	.422	.112	.376	3.752	.000	.560	1.787	

a. Dependent Variable: Y

Pencarian: data diolah (2023)

Sesuai tabel 7. Coefficients buatan ouput SPSS diketahui Bersama-sama adanya regresi berikut sebagai :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$= 1.981 + 0.045 + 0.262 + 0.422$$

Berikut ini ialah interpretasi terperinci dari persamaan regresi berganda yang telah disebutkan sebelumnya.

1. Konstanta ialah 1,981 yang mewujudkan tingkat nyata. Oleh sebab itu, kepentingan responden sama demi 1,981 jika tiada ada perubahan pada faktoryang mencakup keamanan, service, dan kemengakuian.
2. Tingkat koefisien regresi rasa aman sebesar 0,045. Mengungkapkan eksplorasi, gambar pikir Lightning efektif pada menaikkan keinginan pemakai. Untuk setiap peningkatan keringanan berpikir, keinginan pemakai berkembang sebesar 0,045.

3. Karakteristik service diperhitungkan dan koefisien regresinya ialah Studi ini menemukan bahwa memikirkan karakteristik-karakteristik suatu service bermempengaruhi nyata pada keinginan pemakai. 0,262 lebih banyak pemakai akan tertarik pada setiap peningkatan keringanan berpikir.
4. Tingkat koefisien regresi berfikir keyakinan sebesar 0,422. Kemengakuian diyakini dapat menaikkan keinginan pemakai, seperti yang ditunjukkan oleh eksplorasi ini. Setiap peningkatan keringanan berpikir akan menaikkan keinginan pemakai sebesar 0,422.

**C. Uji Hipotesa**

1. Uji F

Uji F dibagikan maka memahami mempengaruhi simultan seluruh faktor independen (X) pada faktor dependen (Y). Perhitungan melakukan demi tingkat Sgnifikansisisisi 0,05. Jika  $Sgn > 0,05$  maka Hipotesa ditolak. Namun jika  $Sgn < 0,05$  maka Hipotesa diterima.

**Tabel 8. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Squares of Sum	df	Mean Square	F	Sgn.
1	Regression	99.626	3	33.209	28.587	.000 <sup>b</sup>
	Residual	106.874	92	1.162		
	Total	206.500	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Pencarian: data diolah (2023)

Sesuai uji simultanitas yang melakukan antara faktorkecerahan, faktorkinerja service, dan faktorkemengakuian demi preferensi pemakai, diperoleh tingkat indeks faktorindependen sebesar 0,000. Tingkat kesalahan melebihi tingkat dari tingkat ini. Demi demikian indeks kenyamanan, indeks atribut peservice, dan indeks kemengakuian bermempengaruhi pada niat pemakai memakai Grab Bike.

2. Uji T

Apakah faktor bebas (X) memiliki Subtesting dibagikan untuk mengukur besarnya mempengaruhi pada faktorerikat (Y) Tingkat Sgnifikansisisi statistik ialah 0,05 selama perhitungan. Hipotesa ditolak jika Sgn lebih besar dari Namun jika skor tanda tangannya 0,05, maka Hipotesa yang diajukan tervalidasi.

**Tabel 9. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Coefficients Unstandardized		Standardized		
		B	Std. Error	Beta	t	Sgn.
1	(Constant)	1.981	1.364		1.453	.150
	X <sub>1</sub>	.045	.070	.057	.643	.522
	X <sub>2</sub>	.262	.076	.354	3.457	.001
	X <sub>3</sub>	.422	.112	.376	3.752	.000

a. Dependent Variable: Y

Pencarian: data diolah (2023)

Namun, demi memakai Menghasilkan yang sama, terungkap bahwa faktorini secara Sgnifikansisisi menaikkan ketertarikan pemakai pada buah. Pemakaian faktor kecerahan, faktorkarakteristik service, dan faktor kemengakuian bertanggung jawab untuk memengaruhi keinginan pemakai Grab Bike secara nyata, sedangkan pemakaian faktorkemengakuian (X3) juga bermanfaat.

3. Koefisien Determinan (R<sup>2</sup>)

Tabel 10. Uji Determinan

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		Sgn. F Change
1	.695 <sup>a</sup>	.482	.466	1.078	.482	28.587	3	92	.000	2.099

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Pencarian: data diolah (2023)

Pada tabel ringkasan, tingkat R ialah 0,695 dan koefisien penentuan Rsquare yang diestimasikan ialah Sesuai SPSS 23.0 rumus  $KP = 0,466 \times 100D44 = 46,6\%$ . Selanjutnya diketahui besarnya mempengaruhi faktorbebas X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> pada faktor terikat Y ialah sebesar 46,6%. Sedangkan sisanya sebesar 53,2% dimempengaruhi oleh faktorselain.

**PEMBAHASAN**

Sesuai Menghasilkan perhitungan demi memakai SPSS ditentukan bahwa:

**Pentingnya keringanan pemakaian pada Keinginan Pemakai**

Gambar 7 menampakkan menelaah regresi berganda, di mana faktor bentuk ditemukan nyata. Keringanan pemakaian Apk. Grab Bike dan kemampuan untuk mentransfer pembayaran telah selakukannya pilihan populer di kalangan pemakai [28].

**Pentingnya karakteristik service pada Keinginan Pemakai**

Faktor atribut service yang nyata ditunjukkan pada Tabel 7 melalui regresi berganda. Artinya, faktor fungsi berdampak langsung pada kegunaan Grab Bike bagi pemakai. Demi service Grab Bike, Anda dapat mengakses pilihan-pilihan perdagangan yang menguntungkan dan mengharapkan karakteristik-karakteristik inovatif di setiap pemakaian. Keinginan pemakai pada Grab Bike sangat dimempengaruhi oleh Faktorkarakteristik service, sebagaimana dibuktikan melalui subtes Tabel Hal ini sejalan demi eksplorasi Eggy Nurbitasari (2023) [14].

**Pentingnya kemengakuian pada Keinginan Pemakai**

Sesuai menelaah regresi linier berganda pada Tabel 7 terlihat bahwa faktorkemengakuian mempunyai tingkat nyata. Artinya faktor kemengakuian bermempengaruhi searah demi keinginan pemakai Grab Bike. Apk. Grab Bike memiliki kualitas service yang ditawarkan, mampu memenuhi kebutuhannya dan diakui oleh pemakai sebagai Apk. utama. Menghasilkan subtest pada Tabel 9 menampakkan bahwa faktorkemengakuian mempunyai mempengaruhi yang Sgnnifikansisi pada keinginan pemakai Grab Bike. Hal ini sesuai demi eksplorasi Jasinda Salsabila Nugrahani (2023) [15].

**V. SIMPULAN**

Melalui penyebaran kuesioner, kami mengolah data dan membahas tentang Sgnnifikansisi keringanan, fungsionalitas service, dan keandalan pada Apk. Grab, sehingga terkumpul 97 responden. Sebab yang memmpengaruhi keinginan pemakai pada service Grab Bike, seperti kenyamanan, fungsionalitas service, dan keandalan, terlihat jelas.

Pentingnya pencerahan tiada luput dari perhatian mereka yang memakai Grab Bike. Service Grab Bike mewujudkan tugas yang menantang untuk dipelajari, langsung, buaktif, dan mudah beradaptasi sebab pemrosesan data menampakkan bahwa interpretasi tertentu tiada memengaruhi keinginan pemakai. Karakteristik-karakteristik service ini sangat menguntungkan dan memberikan dampak Sgnnifikansisi pada

keinginan pemakai Grab Bike. Karakteristik kinerja saat ini memuaskan dan dapat berperan pada menentukan keinginan pemakai, seperti yang ditunjukkan oleh ini. Kemengakuan mempengaruhi nyata dan Sgnnifikansisi menaikkan keinginan pemakai pada Grab Bike. Sebagian bergantung pada pengaturan kecerahan, namun tiada memmpengaruhii keinginan pemakai.