

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Gojek Di Jakarta Timur

Fadly Ahmad Zarwani¹, Heni Armaniah²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}
Jl. Kamal Raya No.18, RT.6/RW.3, Cengkareng Tim., Kecamatan Cengkareng,
Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11730
Email: fadlyaz183@gmail.com¹, henny.hah@bsi.ac.id²

Submit:
19-10-2025

Revisi:
21-10-2025

Terima
21-10-2025

Terbit Online:
23-10-2025

ABSTRAKSI

Abstrak - Dalam era layanan digital seperti Gojek, kemudahan akses dan kepercayaan pengguna menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan namun yang sering dialami pelanggan mencakup gangguan pada aplikasi seperti loading yang lambat atau error, ketidaksesuaian tarif akibat sistem harga dinamis, serta kesulitan dalam menggunakan fitur tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di wilayah Jakarta Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebar kepada 150 responden dengan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 30 melalui berbagai pengujian, seperti uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), serta pengujian hipotesis yang mencakup uji t, uji F, regresi linier berganda, dan koefisien determinasi. Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan Aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($1,330 < 1,976$), sedangkan Kepercayaan memberikan pengaruh signifikan ($15,400 > 1,976$). Sementara itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ($F_{hitung} > F_{tabel}$, $(339,386 > 3,06)$). Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan memiliki peran lebih besar dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan Gojek.

Kata Kunci : Kemudahan Penggunaan Aplikasi, Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Gojek.

ABSTRACT

Abstracts - In the era of digital services such as Gojek, ease of access and user trust are important factors in creating customer satisfaction, but what customers often experience includes application disruptions such as slow loading or errors, tariff discrepancies due to dynamic pricing systems, and difficulties in using certain features. This study aims to analyze the effect of Application Ease of Use and Trust on Gojek Customer Satisfaction in the East Jakarta area. The study uses a quantitative approach with an associative research type. Data collection was carried out through questionnaires distributed to 150 respondents with a purposive sampling technique. The data obtained were analyzed using SPSS version 30 software through various tests, such as validity, reliability, classical assumptions (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), and hypothesis testing including t-test, F-test, multiple linear regression, and coefficient of determination. The partial test results show that Application Ease of Use has no significant effect on Customer Satisfaction ($1.330 < 1.976$), while Trust has a significant effect ($15.400 > 1.976$). Meanwhile, the results of the simultaneous test show that both variables together have a significant effect on Customer Satisfaction ($F_{count} > F_{table}$, $(339.386 > 3.06)$). This finding confirms that trust has a greater role in determining the level of Gojek customer satisfaction.

Keywords: Ease of Use, Customer Trust, Customer Satisfaction, Gojek.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi sektor transportasi, dengan layanan berbasis aplikasi seperti Gojek menjadi tulang punggung mobilitas masyarakat perkotaan. Di wilayah dengan mobilitas tinggi seperti Jakarta Timur, Gojek tidak hanya berfungsi sebagai penyedia

transportasi, tetapi telah berevolusi menjadi platform layanan multi-fungsi yang mencakup pengiriman makanan, pembayaran digital, dan pengiriman barang (Abikusuma & Raseta, 2024). Namun, dalam persaingan yang ketat, kepuasan pengguna menjadi penentu utama keberlangsungan bisnis. Dua faktor

kritis yang diidentifikasi mempengaruhi kepuasan pengguna adalah kemudahan penggunaan aplikasi (*perceived ease of use*) dan kepercayaan pelanggan (*trust*) (Syafi'i & Bagus, 2024).

Permasalahan utama yang melatarbelakangi penelitian ini adalah rating aplikasi Gojek (4.7) pada Google Play Store yang masih berada di bawah pesaing utama seperti Grab (4.8) dan Maxim (4.9) per tahun 2025. Ulasan pengguna mengidentifikasi keluhan spesifik, seperti ketidakmampuan akses saat menggunakan jaringan luar negeri, gangguan teknis (*loading* lambat atau *error*), dan ketidaksesuaian tarif. Di sisi lain, aspek kepercayaan juga menjadi sorotan, meliputi kekhawatiran atas keamanan data pribadi, pembatalan pesanan sepihak oleh *driver*, dan ketidaknyamanan dalam transaksi pembayaran digital.

Data pra-survei yang dilakukan peneliti mengonfirmasi adanya masalah ini. Sebanyak 18 dari 30 responden (60%) mengaku pernah mengalami *error* aplikasi, sementara 20 dari 30 responden (66.7%) menyatakan keraguan terhadap keandalan mitra *driver*. Selain itu, hanya 10 dari 30 responden (33.3%) yang merasa yakin data pribadinya aman, dan mayoritas (20 dari 30 responden) merasa tidak nyaman melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi. Temuan ini menunjukkan adanya celah antara harapan pengguna dan pengalaman aktual yang diberikan oleh layanan Gojek di Jakarta Timur.

Berdasarkan studi pustaka, kemudahan penggunaan aplikasi yang mencakup kemudahan memahami, mengoperasikan, dan menguasai aplikasi secara konsisten terbukti menjadi pendorong utama kepuasan pengguna (Abdul Kadir & Roostika, 2024). Sementara itu, kepercayaan pelanggan yang dibangun melalui keamanan, kompetensi, integritas, kebaikan, dan komitmen layanan merupakan fondasi untuk menciptakan kepuasan jangka panjang (Aksenta et al., 2024). Penelitian-penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Suryani, Ermansyah, and Alsukri (2021) dan Zaidan et al. (2024), telah membuktikan bahwa kedua variabel ini, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan serupa (Rintasari & Farida, 2020).

Namun, konteks geografis dan demografis Jakarta Timur yang unik dengan tingkat mobilitas dan permintaan layanan yang tinggi, menjadikan penelitian ini relevan untuk dilakukan. Solusi yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah dengan menganalisis secara kuantitatif pengaruh kedua faktor tersebut guna memberikan rekomendasi strategis yang lebih terfokus bagi Gojek. Kelebihan pendekatan ini adalah identifikasi faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan, sedangkan keterbatasannya terletak pada ruang lingkup yang hanya mencakup satu wilayah.

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pikir tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi Gojek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur?
2. Apakah kepercayaan pelanggan terhadap layanan Gojek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta Timur?
3. Apakah kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Gojek di Jakarta Timur?

Kemudahan penggunaan aplikasi (X_1) yang tinggi akan memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan dan transaksi, sehingga meningkatkan pengalaman positif dan kepuasan (Y). Secara simultan, kepercayaan pelanggan (X_2) yang terbentuk dari keyakinan akan keamanan, keandalan, dan profesionalitas layanan, akan memperkuat rasa nyaman dan kepuasan pengguna. Kedua variabel independen ini diduga saling melengkapi dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Berikut adalah hipotesis penelitian yang penulis ajukan:

- H_1 : Kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Gojek di Jakarta Timur.
- H_2 : Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Gojek di Jakarta Timur.
- H_3 : Kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan pelanggan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Gojek di Jakarta Timur.

Rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tiga tujuan utama. Pertama, untuk menganalisis dan mengukur sejauh mana pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pelanggan layanan Gojek di Jakarta Timur. Hal ini dilakukan untuk memverifikasi apakah antarmuka yang intuitif, navigasi yang jelas, dan minimnya gangguan teknis secara signifikan dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan rasa puas mereka. Kedua, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan mereka. Aspek kepercayaan yang dikaji meliputi keyakinan pengguna akan keamanan data pribadi, keandalan layanan yang konsisten, dan profesionalitas mitra *driver*, guna menentukan seberapa besar kontribusinya dalam membangun kepuasan pelanggan. Ketiga, tujuan penelitian adalah untuk menganalisis pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Jakarta Timur. Analisis ini penting untuk memahami kekuatan gabungan kedua faktor tersebut dalam menciptakan kepuasan yang holistik, serta untuk mengidentifikasi mana di antara keduanya yang memiliki pengaruh yang lebih dominan.

Kerangka berfikir, Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya layanan transportasi berbasis aplikasi seperti Gojek, yang memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun, kemudahan akses ini harus diimbangi dengan kualitas aplikasi dan kepercayaan pengguna agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Selain itu, kepercayaan pelanggan (*trust*) juga merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan pengguna layanan digital seperti: data pribadi terlindungi, layanan diberikan secara konsisten, dan transaksi digital aman.

2. METODE PENELITIAN

Berdasarkan pendapat (Kurniullah, 2021), desain penelitian berfungsi sebagai cetak biru yang mengatur proses pengumpulan dan analisis data agar tetap terfokus pada tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menurut Sugiyono (2017) merupakan metode sistematis untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan analisis data statistik. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menguji hipotesis yang telah diformulasikan sebelumnya mengenai pengaruh kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Gojek di Jakarta Timur, sehingga dapat memberikan bukti empiris yang objektif melalui pengukuran numerik dan analisis statistik.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pengguna aplikasi Gojek di wilayah Jakarta Timur, yang menurut (Batara et al., 2025) merupakan keseluruhan subjek dengan karakteristik tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Mengingat jumlah populasi yang besar dan beragam, penelitian ini mengadopsi konsep "populasi tidak diketahui" seperti yang dijelaskan Lemeshow (1997) dalam Setiawan & Komarudin (2022). Sampel diambil menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, sebagaimana didefinisikan (Subhaktiyasa, 2024) dan (Sandy, 2021), dimana responden dipilih berdasarkan kriteria spesifik: berdomisili di Jakarta Timur, memiliki aplikasi Gojek, dan pernah menggunakannya minimal satu kali. Penentuan jumlah sampel mengacu pada rekomendasi Hair et al. (2006) dalam (Finthariasari et al., 2020) yang menyarankan jumlah sampel minimal 5-10 kali jumlah indikator kuesioner untuk memastikan representativitas data dan keandalan analisis statistik (Jailani et al., 2023).

Berdasarkan (Elia Ardyan et al., 2023), definisi operasional variabel diperlukan untuk mengukur konsep penelitian secara riil dan objektif. Penelitian ini memiliki tiga variabel utama dengan dimensi dan indikator sebagai berikut: Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X1) didefinisikan sebagai tanggapan pengguna terhadap kemudahan operasional aplikasi Gojek (Salim et al. 2021) yang diukur melalui lima dimensi dari Davis (1989) dan (Desri et al., 2024) yaitu kemudahan memahami, kemudahan menggunakan, cepat dikuasai, kemudahan akses, dan penggunaan dengan usaha minimal. Kepercayaan Pelanggan (X2) didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan terhadap objek layanan (Rahma and Ekowati 2022) yang diukur melalui lima dimensi menurut (Ferdyan Putri & Efawati, 2025) meliputi keamanan, kompetensi, integritas, kebaikan, dan komitmen. Kepuasan Pelanggan (Y) didefinisikan sebagai evaluasi pengalaman penggunaan layanan (Fidia and Harsoyo 2022) yang diukur melalui lima dimensi berdasarkan Abadi (2022) yaitu kualitas pelayanan, ketepatan dan kecepatan layanan, keamanan dan privasi, kemudahan penggunaan aplikasi, dan kepuasan keseluruhan. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 1-5 dengan total 60 item pernyataan (Abadi, 2022).

Data primer diperoleh melalui kuesioner dan observasi langsung terhadap pengguna aktif Gojek di Jakarta Timur, yang menurut Undari Sulung (2024) merupakan data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama. Kuesioner menggunakan skala Likert 1-5 (Sugiharto, Sugiono, 2020) dengan format tertutup untuk memudahkan responden dan proses analisis data. Observasi dilakukan untuk melihat langsung interaksi pengguna dengan aplikasi. Data sekunder

dikumpulkan melalui studi pustaka dari berbagai sumber literatur seperti buku dan jurnal ilmiah yang relevan (Rosita et al., 2021) untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Analisis data dilakukan secara bertahap menggunakan software SPSS. Pertama, uji kualitas data meliputi uji validitas dengan rumus Person Product Moment (Rosita et al., 2021) dan uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha (Ridwan Hakiki, 2023). Kedua, uji asumsi klasik mencakup uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov, histogram, dan P-P Plot (MuhammadIsnaini, Muhammad Win Afgani, Al Haqqi, 2025); uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF (Pendi, 2021); serta uji heteroskedastisitas dengan Glejser test dan Scatterplot (Firdausya dan Indawati 2023). Ketiga, uji hipotesis menggunakan uji t parsial (Tahitu, Tutuhatonewa, dan Fadirubun, 2024) dan uji F simultan (Pratiwi dan Lubis 2021) untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap dependen. Keempat, analisis regresi linear berganda (Rinaldi & Nanang Prayudyanto, 2021) digunakan untuk memprediksi hubungan variabel. Terakhir, uji koefisien determinasi mengukur kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, dengan interpretasi tingkat hubungan mengacu pada tabel interpretasi koefisien korelasi.

Penelitian dilaksanakan selama dua bulan, yakni pada Mei 2025 hingga Juni 2025, dengan fokus pada pengguna aktif layanan Gojek yang berdomisili atau beraktivitas di wilayah tersebut. Variabel yang dikaji meliputi kemudahan penggunaan aplikasi dan tingkat kepercayaan pelanggan dinyatakan dalam variabel independen, serta kepuasan pelanggan yang dinyatakan dalam variabel dependen.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Dalam bab tersebut akan dijelaskan mengenai hasil kajian yang sudah dilakukan berkaitan pada temuan pendataan yang didapatkan. Analisis data merujuk pada proses pengujian, uji kualitas data, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji hetero, uji hipotesis, regresi linear berganda.

3.1.1. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Di bawah ini ialah berapa banyak klasifikasi spesifik jenis kelamin responden yang ditentukan melalui penelitian antara lain:

Tabel 1 Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	95
2	Perempuan	55
Jumlah		150

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa peneliti ini mempunyai jumlah responden mencapai 150 orang, dengan jumlah karyawan yang didominasi oleh jenis kelamin Laki-laki yaitu mencapai 95 orang serta total keseluruhan responden yang sedikit oleh jenis kelamin Perempuan yaitu mencapai 55 orang. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki. Bersumber pada hasil observasi

terhadap data kuesioner, laki-laki cenderung lebih aktif menggunakan aplikasi Gojek, khususnya untuk layanan transportasi online dan pemesanan makanan. Di sisi lain, responden perempuan lebih menekankan pada aspek kenyamanan, kemudahan dalam mengoperasikan aplikasi, serta kualitas pelayanan dari mitra pengemudi.

2. Usia

Total keseluruhan sampel yang difungsikan pada kajian ini mencapai 150 sampel dengan pembagian persentase sesuai usia antara lain:

Tabel 2 Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	<20 Tahun	12
2	20-30 Tahun	77
3	31-40 Tahun	30
4	>40 Tahun	31
Jumlah		150

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan mayoritas responden terdapat dalam jenjang umur 20 hingga 30 tahun, yaitu mencapai 77 orang berdasarkan jumlah keseluruhan 150 responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia tersebut mendominasi penggunaan aplikasi Gojek. Usia 20–30 tahun termasuk dalam kategori usia yang aktif dan adaptif terhadap teknologi digital, sehingga lebih cenderung memanfaatkan layanan berbasis aplikasi untuk mendukung aktivitas sehari-hari.

3. Pekerjaan

Berikut ini adalah berapa banyak karakteristik spesifik usia responden yang ditentukan melalui penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan	Jumlah
1	PNS	11
2	Honorir	11
3	Karyawan Swasta	47
4	Lainnya	81
Jumlah		150

Sumber : Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas menyatakan apabila responden pada kajian ini mempunyai latar belakang pekerjaan yang beranekaragam. Dari total 150 responden, sebagian besar berasal dari kategori lainnya sebanyak 81 orang, disusul oleh karyawan swasta sebanyak 47 orang, serta PNS dan honorir masing-masing berjumlah 11 orang. Temuan ini menggambarkan bahwa kelompok pekerja di luar sektor formal pemerintah lebih dominan dalam menggunakan layanan Gojek. Berdasarkan hasil observasi terhadap data kuesioner, responden yang bekerja di sektor swasta maupun pekerjaan lainnya cenderung memiliki rutinitas yang dinamis dan memerlukan layanan transportasi atau pengantaran yang cepat dan efisien.

4. Pendidikan

Berikut ini adalah berapa banyak karakteristik spesifik Pendidikan responden yang ditentukan melalui penelitian adalah antara lain :

Tabel 4 Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	SMA/SMK	90
2	Diploma	9
3	S1	22
4	S2	6
5	Lainnya	23

Jumlah	150
--------	-----

Berdasarkan tabel 4 terlihat apabila mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK, yakni mencapai 90 orang dari total 150 responden. Selain itu, terdapat 23 responden dari kategori lainnya, 22 orang berpendidikan S1, 9 orang dengan latar belakang Diploma, dan 6 orang berpendidikan S2. Temuan ini mencerminkan bahwa mayoritas pengguna aplikasi Gojek berasal dari kalangan pendidikan menengah. Hal ini menunjukkan bahwa layanan Gojek cukup mudah digunakan oleh berbagai kelompok masyarakat tanpa memandang tingkat pendidikan tinggi.

3.1.2. Deskripsi Data Penelitian

1. Deskripsi pada jawaban Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi

Dibawah ini adalah tabel IV.5 frekuensi jawaban responden mengenai kuesioner Kemudahan Penggunaan Aplikasi, pernyataan 1 sampai 20.

Tabel 5 Data Kuesioner Variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_i)

Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS	TOTAL SKOR	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
X _{i.1}	1	4	57	272	305	639	4,26
X _{i.2}	1	4	30	300	310	645	4,30
X _{i.3}	1	2	18	248	400	669	4,46
X _{i.4}	1	6	21	244	390	662	4,41
X _{i.5}	1	0	24	212	440	677	4,51
X _{i.6}	1	2	60	200	385	648	4,32
X _{i.7}	2	2	36	216	405	661	4,40
X _{i.8}	1	2	12	240	420	675	4,50
X _{i.9}	2	2	27	192	450	673	4,48
X _{i.10}	1	0	18	228	430	677	4,51
X _{i.11}	1	0	6	232	445	684	4,56
X _{i.12}	1	0	0	176	525	702	4,68
X _{i.13}	1	0	0	204	490	695	4,63
X _{i.14}	1	2	21	252	390	666	4,44
X _{i.15}	13	22	156	252	55	498	3,32
X _{i.16}	25	60	144	132	70	431	2,87
X _{i.17}	2	0	0	148	555	705	4,70
X _{i.18}	1	0	3	184	510	698	4,65
X _{i.19}	1	2	18	204	455	680	4,53
X _{i.20}	1	2	6	184	500	693	4,62

Sumber : Hasil Data Kuesioner Penelitian, 2025

Merujuk pada proses pengolahan data kuesioner, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi cenderung sangat baik. Pernyataan X_{i.17} “Aplikasi mudah digunakan tanpa bantuan orang lain” memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,70, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa mampu menjalankan aplikasi secara mandiri. Hal ini mencerminkan bahwa aplikasi Gojek dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan X_{i.16} “Menu aplikasi mudah ditemukan” dengan skor 2,87. Skor ini menunjukkan bahwa masih ada pengguna yang mengalami kesulitan dalam menemukan fitur-fitur tertentu dalam aplikasi, yang dapat menjadi masukan untuk peningkatan desain menu dan navigasi.

2. Deskripsi pada jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan

Tabel 6 Data Kuesioner Variabel Kepercayaan Pelanggan (X₂)

Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS	TOTAL SKOR	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
X _{2.1}	1	0	0	152	555	708	4,72
X _{2.2}	1	0	0	157	555	708	4,72
X _{2.3}	1	0	9	176	520	706	4,70
X _{2.4}	1	0	0	200	495	696	4,64
X _{2.5}	1	0	9	200	490	700	4,66
X _{2.6}	1	0	9	208	480	698	4,65
X _{2.7}	1	4	9	160	535	709	4,72
X _{2.8}	1	0	0	176	525	702	4,68
X _{2.9}	1	0	0	180	520	701	4,67
X _{2.10}	1	0	0	212	480	693	4,62
X _{2.11}	1	0	0	172	530	703	4,68
X _{2.12}	1	0	0	184	515	700	4,66
X _{2.13}	1	0	9	140	565	715	4,76
X _{2.14}	1	0	9	168	530	708	4,72
X _{2.15}	1	0	6	176	515	698	4,65
X _{2.16}	1	0	0	176	525	702	4,68
X _{2.17}	1	0	0	180	520	701	4,67
X _{2.18}	1	0	0	188	510	699	4,66
X _{2.19}	1	0	3	196	495	695	4,63
X _{2.20}	2	4	60	352	185	603	4,02

Sumber : Hasil Data Kuesioner Penelitian, 2025

Berdasarkan data pada tabel, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap seluruh pernyataan dalam variabel Kepercayaan Pelanggan menunjukkan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi. Pernyataan X_{2.13} yang menyatakan “Saya percaya informasi yang diberikan oleh aplikasi dapat diandalkan” memperoleh skor rata-rata tertinggi, yaitu 4,76. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa yakin bahwa informasi dalam aplikasi Gojek akurat, jelas, dan dapat dipercaya. Hal ini memperlihatkan kualitas komunikasi dan kejelasan informasi yang disediakan oleh penyedia layanan. Sementara itu, pernyataan X_{2.4} yang berbunyi “Saya merasa yakin bahwa layanan selalu dapat diandalkan” mendapatkan skor rata-rata 4,64, yang menjadi nilai terendah dalam variabel ini. Meskipun demikian, skor tersebut masih berada dalam kategori sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengguna terhadap keandalan layanan tetap tinggi dan stabil.

3. Deskripsi pada jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 7 Data Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS	TOTAL SKOR	Rata-Rata
	1	2	3	4	5		
Y.1	1	0	0	144	565	710	4,73
Y.2	1	2	12	168	510	693	4,62
Y.3	1	0	3	228	455	687	4,58
Y.4	1	0	3	168	530	702	4,68
Y.5	1	0	24	220	430	675	4,50
Y.6	1	0	30	200	445	676	4,50
Y.7	1	0	3	196	495	695	4,63
Y.8	1	12	18	188	450	669	4,46
Y.9	1	0	0	184	515	700	4,66
Y.10	1	0	3	196	495	695	4,63
Y.11	1	0	3	200	490	694	4,62
Y.12	1	0	0	176	525	702	4,68
Y.13	1	4	3	188	495	691	4,60
Y.14	1	0	6	208	475	690	4,60
Y.15	1	0	12	132	560	705	4,70
Y.16	1	0	18	208	455	682	4,54
Y.17	1	0	3	148	555	707	4,71
Y.18	1	0	0	196	500	697	4,64
Y.19	1	0	3	156	545	705	4,70
Y.20	1	0	6	192	495	694	4,62

Sumber : Hasil Data Kuesioner Penelitian, 2025

Bersumber pada tabel tersebut, mampu ditarik simpulan apabila hasil tanggapan oleh responden pada setiap pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan menyatakan hasil persepsi yang sangat baik. Pernyataan Y.1 “Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan aplikasi ini” memperoleh skor mean tertinggi mencapai 4,73, yang mengindikasikan apabila mayoritas responden merasa sangat puas dengan layanan yang diberikan oleh Gojek secara menyeluruh. Kepuasan ini merefleksikan kesesuaian diantara keinginan serta realita yang diterima oleh konsumen. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada pernyataan Y.8 “Saya merasa puas terhadap sistem informasi dalam aplikasi” yang memperoleh rata-rata 4,46. Meskipun menjadi nilai terendah, angka ini tetap berada dalam kategori baik, yang berarti mayoritas responden tetap menilai positif informasi yang tersedia dalam aplikasi.

3.2 Uji Kualitas Data

3.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas diimplementasikan untuk melakukan penentuan valid atau tidak sebuah kuesioner. Validitas kuesioner ditetapkan pada apakah pernyataan yang terdapat pada kuesioner dapat menjelaskan permasalahan yang hendak dikalkulasikan. Tes validitas mempergunakan rumus metode korelasi Pearson, yakni mengkorelasikan jawaban setiap pernyataan dengan skor akhir.

Hasil dari perhitungan, r hitung $>$ r tabel. Sebagai aturan, ketika nilai signifikan (α) ditetapkan pada 5% atau 0.05 bahwa kedua kelompok data akan sama. Tingkat kepercayaan yang lebih besar menunjukkan bahwa temuan penelitian akan dianggap lebih bermakna. Rumus r tabel $df = (n - 2)$, yaitu $df = (150 - 2) = 148$ dan $\alpha = 5\%$, Berikut tabel dari hasil uji X₁, X₂ dan Y :

Tabel 8 Uji Validitas Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X₁)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X1.1	0,654	0,1603	Valid
2	X1.2	0,671	0,1603	Valid
3	X1.3	0,698	0,1603	Valid
4	X1.4	0,683	0,1603	Valid
5	X1.5	0,703	0,1603	Valid
6	X1.6	0,702	0,1603	Valid
7	X1.7	0,714	0,1603	Valid
8	X1.8	0,647	0,1603	Valid
9	X1.9	0,771	0,1603	Valid
10	X1.10	0,670	0,1603	Valid
11	X1.11	0,629	0,1603	Valid
12	X1.12	0,638	0,1603	Valid
13	X1.13	0,669	0,1603	Valid
14	X1.14	0,470	0,1603	Valid
15	X1.15	0,269	0,1603	Valid
16	X1.16	0,605	0,1603	Valid
17	X1.17	0,637	0,1603	Valid
18	X1.18	0,574	0,1603	Valid
19	X1.19	0,556	0,1603	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berkaitan pada temuan dalam proses uji validitas terhadap variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X₁) yang terdiri dari 19 item pernyataan, seluruh nilai r hitung terbukti lebih besar dibandingkan

r tabel (0,1603). Hal ini menunjukkan bahwa semua pernyataan tentang Kemudahan Penggunaan Aplikasi dinyatakan valid, Validitas yang terpenuhi juga memperkuat kualitas instrumen yang digunakan, karena masing-masing item telah terbukti mampu mencerminkan konstruk yang dituju secara akurat.

Tabel 9 Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X2)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	X2.1	0,786	0,1603	Valid
2	X2.2	0,705	0,1603	Valid
3	X2.3	0,710	0,1603	Valid
4	X2.4	0,699	0,1603	Valid
5	X2.5	0,690	0,1603	Valid
6	X2.6	0,737	0,1603	Valid
7	X2.7	0,712	0,1603	Valid
8	X2.8	0,763	0,1603	Valid
9	X2.9	0,768	0,1603	Valid
10	X2.10	0,720	0,1603	Valid
11	X2.11	0,765	0,1603	Valid
12	X2.12	0,706	0,1603	Valid
13	X2.13	0,709	0,1603	Valid
14	X2.14	0,745	0,1603	Valid
15	X2.15	0,726	0,1603	Valid
16	X2.16	0,770	0,1603	Valid
17	X2.17	0,729	0,1603	Valid
18	X2.18	0,745	0,1603	Valid
19	X2.19	0,717	0,1603	Valid
20	X2.20	0,335	0,1603	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Merujuk pada temuan uji validitas Kepercayaan Pelanggan (X2) yang tersusun atas 20 item pernyataan, diketahui bahwa seluruh skor r hitung > r tabel (0,1603). Hal tersebut menyatakan apabila seluruh pernyataan tentang Kepercayaan Pelanggan dinyatakan valid, sehingga instrumen yang digunakan mampu merepresentasikan konstruk variabel secara tepat. Oleh sebab itu, semua item pernyataan pada variabel ini layak difungsikan pada tahap analisis lebih lanjut karena telah memenuhi persyaratan validitas.

Tabel 10 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Y.1	0,743	0,1603	Valid
2	Y.2	0,741	0,1603	Valid
3	Y.3	0,712	0,1603	Valid
4	Y.4	0,734	0,1603	Valid
5	Y.5	0,651	0,1603	Valid
6	Y.6	0,650	0,1603	Valid
7	Y.7	0,742	0,1603	Valid
8	Y.8	0,532	0,1603	Valid
9	Y.9	0,743	0,1603	Valid
10	Y.10	0,728	0,1603	Valid
11	Y.11	0,701	0,1603	Valid
12	Y.12	0,721	0,1603	Valid
13	Y.13	0,619	0,1603	Valid
14	Y.14	0,668	0,1603	Valid
15	Y.15	0,737	0,1603	Valid
16	Y.16	0,703	0,1603	Valid
17	Y.17	0,787	0,1603	Valid
18	Y.18	0,744	0,1603	Valid
19	Y.19	0,742	0,1603	Valid
20	Y.20	0,729	0,1603	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Merujuk pada temuan pada proses uji validitas pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari 20 item pernyataan, diketahui apabila seluruh nilai r hitung > r tabel (0,1603). Pernyataan tersebut menegaskan apabila seluruh pernyataan tentang Kepuasan Pelanggan dinyatakan valid. Temuan ini mengindikasikan bahwa seluruh item pernyataan telah memenuhi kriteria validitas, sehingga seluruh instrumen

dalam variabel tersebut dianggap sah dan layak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut

3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan agar dapat mengetahui seberapa jauh instrument atau angket yang difungsikan pada kajian ini mampu memberikan hasil secara konsisten dan stabil apabila difungsikan berulang kali. Pada kajian ini, pengujian reliabilitas dilakukan secara internal melalui penggunaan metodologi *Cronbach's Alpha*, yang bertujuan untuk mengavaluasi Tingkat konsistensi antar item dalam suatu variabel.

Instrumen dinyatakan reliabel jika mempunyai skor Alpha lebih dari 0,6, karena angka tersebut menyatakan apabila seluruh item mempunyai korelasi yang cukup kuat dan saling mendukung dalam mengukur konsep yang sama. Dengan demikian, instrument yang digunakan dapat dipercaya serta layak untuk difungsikan pada pengujian lebih lanjut, seperti uji regresi dan pengujian hipotesis. Adapun hasil uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel, antara lain:

Tabel 11 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X ₁)	0,912	0,60	Reliabel
Kepercayaan Pelanggan (X ₂)	0,946	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,944	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X₁) adalah sebesar 0,912, untuk variabel Kepercayaan Pelanggan (X₂) adalah sebesar 0,946, untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,944. Seluruh nilai tersebut > 0,60, yang menunjukkan bahwa masing-masing instrumen memiliki Tingkat konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel, artinya instrumen yang digunakan telah mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten dan dapat dipercaya.

3.3 Uji Asumsi Klasik

3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi memiliki disrtibusi normal atau tidak. Jika nilai signifikan lebih dari 0.05 suatu tes dianggap normal.

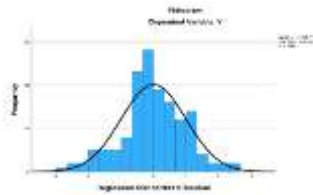
Tabel 12 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
0,076		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	3,25359833
Most Extreme Differences	Absolute	0,076
	Positive	0,047
	Negative	-0,076
Test Statistic		0,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,076
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

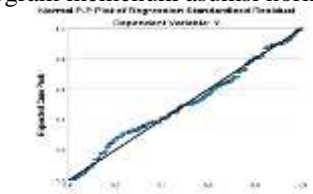
Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,076 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal, karena hasil uji menunjukkan data residual berdistribusi normal, maka model regresi yang digunakan layak secara statistik dan dapat digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kemudahan penggunaan aplikasi dan kepercayaan pelanggan) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).



Sumber : Diteliti oleh peneliti (2025)
Gambar 1 Uji Normalitas Histogram

Berdasarkan hasil histogram menunjukkan bahwa terdistribusi normal. Hal ini terlihat dari bentuk histogram yang simetris dan membentuk kurva lonceng sesuai dengan distribusi normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji histogram memenuhi asumsi normalitas.



Sumber : Data diolah peneliti, 2025
Gambar 2 Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan data uji normalitas P-Plot diatas, data tersebut menunjukkan titik-titik pada data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu nilai diatas berdistribusi normal.

3.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode uji Glejser, dimana kriteria pengujian didasarkan pada nilai signifikan (Sig). Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai Sig. kurang dari $0,05$, maka terdapat indikasi bahwa model mengalami gejala heteroskedastisitas.

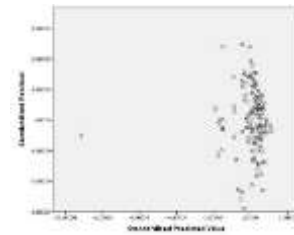
Tabel 13 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	4,373	2,176		2,010	0,046
	X ₁	-0,060	0,035	-0,220	-1,701	0,091
	X ₂	0,037	0,037	0,129	0,999	0,319

a. Dependent Variable: Abs_RES						
--------------------------------	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode uji Glejser, diperoleh nilai signifikan (Sig). untuk variabel (X₁) sebesar $0,091$ dan untuk variabel (X₂) sebesar $0,319$. Kedua nilai tersebut lebih besar dari $0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas kondisi ini memenuhi salah satu asumsi dalam regresi linear klasik, yaitu tidak terdapat pola tertentu atau sebaran yang tidak merata dalam galat.



Sumber: Data diolah peneliti, 2025
Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka nol pada pada sumbu Y, serta tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Hal ini menunjukkan bahwa regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis regresi.

3.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF), dimana model dinyatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 0,10$.

Berdasarkan hasil multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance untuk kedua variabel independen, yaitu X₁ (Kemudahan Penggunaan Aplikasi) dan X₂ (Kepercayaan Pelanggan), adalah sebesar $0,399 > 0,10$, sementara nilai VIF sebesar $2,508 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan kolinearitas yang tinggi antar variabel independen, sehingga masing-masing variabel dapat digunakan secara bersamaan dalam model tanpa menimbulkan distorsi terhadap hasil estimasi regresi.

3.4 Hipotesis

3.4.1 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Dalam uji ini digunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan ($df = n - k - 1$), yaitu $150 - 2 - 1 = 147$. Berdasarkan derajat kebebasan tersebut dan menggunakan uji dua sisi, maka diperoleh nilai t tabel sebesar $1,976$. Nilai ini dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan uji t, yaitu untuk menilai apakah masing-masing variabel independen (X₁ dan X₂) berpengaruh secara parsial terhadap

variabel dependen (Y). Jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti variabel bebas tersebut memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

1. Uji t pada variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,330 dengan nilai signifikansi 0,186. Karena t hitung $>$ t tabel ($1,330 < 1,976$) dan nilai signifikansi $>$ 0,05 ($0,186 > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh antara Kemudahan penggunaan aplikasi terhadap Kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi tidak menentukan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Uji t pada variabel Kepercayaan menghasilkan t hitung sebesar 15,400 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($15,400 > 1,976$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

3.4.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Derajat kebebasan untuk numerator (df_1) adalah 2, sesuai dengan jumlah variabel independen, sedangkan derajat kebebasan untuk denominator (df_2) adalah $150 - 2 - 1 = 147$. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,06. Nilai ini dijadikan acuan untuk menentukan apakah model regresi secara simultan signifikan atau tidak.

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 339,386 dengan tingkat signifikansi 0,001. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($339,386 > 3,06$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) dan Kepercayaan Pelanggan (X_2) secara simultan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan kata lain, kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen.

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) dan Kepercayaan Pelanggan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien determinasi pada dasarnya menilai sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen

Berdasarkan hasil analisis pada tabel IV.18, diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,535, yang berarti bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel Kepuasan Pelanggan 53,5%. Sementara itu, sisanya sebesar 46,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai R Square sebesar 0,820, yang mengindikasikan bahwa variasi pada Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Kepercayaan Pelanggan 82%. Sementara itu, sisanya sebesar 18% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model regresi ini. Temuan ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Pelanggan

memberikan pengaruh yang kuat terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan pelanggan, maka semakin besar pula tingkat kepuasannya terhadap layanan atau produk yang diberikan.

3.4.4 Koefisien Determinasi Simultan

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai R Square sebesar 0,822, yang menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi serta Kepercayaan Pelanggan secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada Kepuasan Pelanggan sebesar 82,2%. Adapun sisanya sebesar 17,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi serta kepercayaan pelanggan yang dilakukan secara bersama-sama memberikan kontribusi yang sangat signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, menjadikannya salah satu faktor utama yang memengaruhi persepsi positif pelanggan terhadap layanan.

3.5 Hasil Dan Pembahasan

3.5.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji t) yang dilakukan, diketahui bahwa variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 1,330 dengan nilai signifikansi 0,186. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($1,330 < 1,976$) dan nilai signifikansinya $0,186 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_{01}) diterima yang berarti dapat tidak terdapat pengaruh secara signifikan antar Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

Meskipun secara umum kemudahan penggunaan aplikasi dianggap mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, dalam konteks layanan Gojek, hal tersebut tidak selalu berlaku. Hal ini disebabkan oleh tingkat literasi digital pengguna yang sudah tinggi, sehingga kemudahan dalam menggunakan aplikasi tidak lagi menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan. Sebagian besar pelanggan telah terbiasa dengan penggunaan aplikasi transportasi daring, sehingga aspek antarmuka yang mudah atau navigasi yang sederhana dianggap sebagai standar dasar, bukan sebagai keunggulan layanan.

Hasil ini sejalan menurut (Muliawan Hendarto Kusumo dan Imron Rosyadi 2023) yang berjudul "Pengaruh *Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek". "Dalam penelitian ini terbukti bahwa kemudahan penggunaan aplikasi tidak memiliki efek yang signifikan pada kepuasan pengguna Gojek di Surakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengguna lebih menghargai aspek fungsional dan operasional daripada sekadar kemudahan antarmuka".

3.5.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji regresi parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan Pelanggan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 15,400 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena t hitung $>$ t tabel ($15,400 > 1,976$) dan signifikansi $<$ 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka

hipotesis alternatif (H_{a2}) diterima. Artinya, terdapat pengaruh positif secara signifikan antara kepercayaan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan layanan Gojek di Jakarta Timur.

Hasil ini memperkuat pentingnya kepercayaan sebagai fondasi dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan digital. Pelanggan yang percaya bahwa Gojek mampu melindungi data pribadi mereka, memberikan layanan secara profesional, dan menyelesaikan keluhan dengan baik, akan merasa lebih puas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Sebaliknya, jika kepercayaan ini lemah misalnya karena driver tidak profesional, transaksi dianggap tidak aman, atau keluhan tidak ditanggapi maka kepuasan pelanggan cenderung menurun. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Krisnanto dan Yulianthini 2021) dengan judul “Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek Di Kota Singaraja” yang menemukan bahwa kepercayaan pelanggan berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna jasa Gojek di Kota Singaraja. Semakin besar kepercayaan yang diberikan pelanggan terhadap layanan yang digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

3.5.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengaruh simultan antara Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) dan Kepercayaan Pelanggan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diuji menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F. Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan dalam tabel ANOVA, diperoleh:

1. X_1 ke Y Merujuk pada proses pengolahan data kuesioner, dapat disimpulkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi cenderung sangat baik. Pernyataan X1.17 “Aplikasi mudah digunakan tanpa bantuan orang lain” memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 4,70, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa mampu menjalankan aplikasi secara mandiri. Hal ini mencerminkan bahwa aplikasi Gojek dirancang dengan antarmuka yang sederhana dan mudah dipahami. Sebaliknya, nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan X1.16 “Menu aplikasi mudah ditemukan” dengan skor 2,87. Skor ini menunjukkan bahwa masih ada pengguna yang mengalami kesulitan dalam menemukan fitur-fitur tertentu dalam aplikasi, yang dapat menjadi masukan untuk peningkatan desain menu dan navigasi.
2. X_2 ke Y Berdasarkan data pada tabel, dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap seluruh pernyataan dalam variabel Kepercayaan Pelanggan menunjukkan tingkat kepercayaan yang sangat tinggi. Pernyataan X2.13 yang menyatakan “Saya percaya informasi yang diberikan oleh aplikasi dapat diandalkan” memperoleh skor rata-rata tertinggi, yaitu 4,76. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar pengguna merasa yakin bahwa informasi dalam aplikasi Gojek akurat, jelas, dan dapat dipercaya. Hal ini memperlihatkan kualitas komunikasi dan kejelasan informasi yang disediakan oleh penyedia layanan. Sementara itu, pernyataan X2.4 yang berbunyi “Saya merasa yakin bahwa layanan selalu dapat diandalkan” mendapatkan skor rata-rata 4,64, yang menjadi nilai terendah dalam variabel ini. Meskipun demikian, skor tersebut masih berada dalam kategori sangat baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa

kepercayaan pengguna terhadap keandalan layanan tetap tinggi dan stabil.

3. X_1 dan X_2 ke Y Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kemudahan Penggunaan Aplikasi (X_1) adalah sebesar 0,912, untuk variabel Kepercayaan Pelanggan (X_2) adalah sebesar 0,946, untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0,944. Seluruh nilai tersebut $> 0,60$, yang menunjukkan bahwa masing-masing instrumen memiliki Tingkat konsistensi internal yang tinggi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan pada layanan Gojek di Jakarta Timur, dapat disimpulkan bahwa secara parsial, kemudahan penggunaan aplikasi terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai t hitung $1,330 < t$ tabel $1,976$ dan signifikansi $0,186 > 0,05$), meskipun memberikan kontribusi sebesar 53,5%. Sebaliknya, kepercayaan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan secara parsial (nilai t hitung $15,400 > t$ tabel $1,976$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$) dengan kontribusi yang lebih dominan sebesar 82%. Namun, secara simultan, kedua variabel tersebut bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (nilai F hitung $339,386 > F$ tabel $3,06$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$) dengan kontribusi gabungan sebesar 82,2%, yang mengindikasikan bahwa kombinasi antara kemudahan penggunaan dan kepercayaan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan kepada pihak Gojek untuk tetap mempertahankan antarmuka aplikasi yang sederhana dan mudah dipahami guna mendukung pengalaman pengguna baru, sementara secara lebih intensif memperkuat elemen-elemen pembentuk kepercayaan pelanggan seperti keamanan transaksi, perlindungan data pribadi, peningkatan kinerja mitra driver, dan transparansi informasi layanan. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan penambahan variabel lain seperti persepsi harga, pengalaman pengguna, atau citra merek, serta memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden guna memperkaya variasi data dan meningkatkan validitas temuan.

REFERENSI

- Abadi, M. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Jurnal Ilmiah Multi Science*, 13(1), 24–34. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>
- Abdul Kadir, S., & Roostika, R. (2024). The Effect of Ease of Use and Service Quality on Customer Loyalty With Satisfaction as an Intervening Variable. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(2), 552–567. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i2.849>
- Abikusuma, D. S., & Raseta, R. (2024). Pengaruh

- Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap Kepuasan Konsumen Gojek. *MUSYTARI: Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, 7(3), 1–10.
- Aksenta, A., Syachrul, & Dewi, T. E. (2024). Pengaruh Customer Experience, Kemudahan Penggunaan, Promosi, Trust terhadap Kepuasan Pelanggan Layanan Fitur GrabBike di Kota Samarinda. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (JASMIEN)*, 05(01), 149–157.
- Andi Sutrisno, S. R. (2022). JURNAL ILMIAH MANAJEMEN dan BISNIS MODEL KEPUASAN PELANGGAN PADA PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN GO-PAY DENGAN VARIABEL PROMOTION, PERCEIVED EASE OF USE DAN TRUST. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnisurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 16.
- Batara, D. R., Ardiansyah, R., Yanwas, Y. B. B., Naumi, N., Slamet, R. A., & Ahman. (2025). Langkah-langkah Menentukan Populasi dan Sampel yang Tepat dalam Penelitian. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan Indonesia*, 4, 682–689.
- Desri, S., Mawadda, F., Ulfa, S., & Adinarta, B. S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek Di Kota Payakumbuh. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 2078–2087.
- Elia Ardyan, Yuliyani, L., Boari, Y., & Suarni, A. (2023). METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF: Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang. In *SONPEDIA Publishing Indonesia* (Vol. 15, Issue December).
- Ferdyan Putri, Z. Q., & Efawati, Y. (2025). Exploring the Impact of Customer Data Security on Consumer Trust in Gojek's Digital Services. *International Journal Administration, Business & Organization*, 6(1), 136–145. <https://doi.org/10.61242/ijabo.25.332>
- Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Display Layout, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 149–159. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1081>
- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796. <https://doi.org/10.31004/jn.v7i1.14069>
- Jailani, Syahran, Jeka, & Firdaus. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Krisnanto, A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 76.
- Kurniullah, S. &. (2021). *Desain Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.
- MuhammadIsnaini, Muhammad Win Afgani, Al Haqqi, I. A. (2025). *Teknik Analisis Data Uji Normalitas*. 4(2), 8.
- Muliawan Hendarto Kusumo, & Imron Rosyadi. (2023). Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 50–67. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>
- Pendi, P. (2021). Analisis Regresi Dengan Metode Komponen Utama Dalam Mengatasi Masalah Multikolinearitas. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 10(1), 131–138.
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN UDADLI DI DESA SUKAJADI KECAMATAN PERBAUNGAN. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 14. <https://doi.org/10.60036/jbm.v1i2.11>
- Ridwan Hakiki, A. R. S. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA UNIT PELAKSANA TEKNIK DAERAH PUSAT KESEHATAN MASYARAKAT (UPTD PUSKESMAS) PAGERAGEUNG KABUPATEN TASIKMALAYA. 08(8), 3085–3094.
- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction (Studi pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Sandy, T. A. (2021). *Teknik Sampling, Instrumen, Reabilitas & VALIDITAS*. November.
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sugiharto, Sugiono, R. A. W. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto – Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11.
- Syafi'i, A., & Bagus, I. (2024). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Persepsi Keamanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fitur Gopay Pada Aplikasi Gojek Di Kecamatan Rungkut Surabaya. *Neraca Manajemen Ekonomi*, 4(1), 108–132.
- Tahitu, A., Tutuhatunewa, A. R., & Fadirubun, V. M. (2024). Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial Di Kota Ambon. *Jurnal BADATI*, 6(1), 53–72.