

Pengaruh Kualitas Layanan (*Servqual*) Dan *User Experience* (Ux) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab Di Universitas Negeri Medan

¹Saidun Hutasuhut, ²Anastasia Boru Hasugian, ³Bintang Pajar Ramadhan,

⁴Della Agaveni Butarbutar, ⁵Sondang Lamsarina Br Hutagalung

¹⁻⁶Prodi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

E-mail: ¹saidun@unimed.ac.id, ²anastasiaboruhasugiann@gmail.com,
³bintangpajar276@gmail.com, ⁴dellaagaveni.7233210050@mhs.unimed.ac.id,
⁵lamsarinasondang@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong meningkatnya penggunaan aplikasi transportasi online, termasuk Grab, di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (*Service Quality/SERVQUAL*) dan *User Experience* (UX) terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 mahasiswa pengguna aplikasi Grab yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan (*SERVQUAL*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebaliknya, *User Experience* (UX) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas layanan dan *User Experience* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,776 menunjukkan bahwa kedua variabel mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 77,6%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *User Experience* merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Kata kunci : *Service Quality, SERVQUAL, User Experience, Kepuasan Pelanggan, Grab*

ABSTRACT

Advances in digital technology have driven an increase in the use of online transport apps, including Grab, amongst university students. This study aims to analyse the influence of service quality (*SERVQUAL*) and user experience (UX) on customer satisfaction with the Grab app at the State University of Medan. The study employed a quantitative approach using a survey of 100 students who use the Grab app, selected via purposive sampling. Data were collected via a questionnaire and analysed using multiple linear regression with the aid of SPSS.

The results indicate that service quality (*SERVQUAL*) does not have a significant effect on customer satisfaction. Conversely, User Experience (UX) has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and User Experience have a significant effect on customer satisfaction with the Grab app. The coefficient of determination (*R Square*) value of 0.776 indicates that the two variables explain 77.6% of customer satisfaction, whilst the remainder is influenced by other factors outside the scope of this study. The results indicate that User Experience is the most dominant factor influencing customer satisfaction with the Grab app at the State University of Medan.

Keywords : Service Quality, SERVQUAL, User Experience, Customer Satisfaction, Grab

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era globalisasi telah membawa perubahan besar terhadap pola kehidupan masyarakat, terutama dalam aktivitas ekonomi dan penggunaan layanan berbasis aplikasi digital (Kotler & Keller, 2016). Kemajuan teknologi informasi mendorong masyarakat untuk memanfaatkan berbagai layanan digital yang dianggap lebih praktis, cepat, fleksibel, dan efisien dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Caesaron et al., 2021). Transformasi digital tersebut juga menyebabkan perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan layanan transportasi, pemesanan makanan, pembayaran digital, hingga pengiriman barang berbasis aplikasi (*online platform*) (Amran et al., 2024).

Salah satu sektor yang berkembang pesat akibat transformasi digital adalah sektor transportasi *online* berbasis aplikasi seperti Grab, Gojek, dan Maxim (Khairunissah et al., 2026). Kehadiran layanan transportasi *online* memberikan alternatif baru bagi masyarakat karena layanan dapat diakses kapan saja dan di mana saja melalui *smartphone* yang terhubung dengan internet (Rahmah & Assegaff 2025). Grab sebagai salah satu perusahaan transportasi digital terbesar di Indonesia menyediakan berbagai layanan seperti GrabBike, GrabCar, GrabFood, GrabExpress, dan layanan pembayaran digital yang mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari (Khairunissah et al., 2026).

Persaingan bisnis transportasi *online* yang semakin ketat menyebabkan perusahaan harus mampu memberikan kualitas layanan terbaik kepada pelanggan agar mampu mempertahankan loyalitas pengguna (Wirtz & Lovelock, 2022). Dalam industri jasa digital, kualitas layanan menjadi faktor penting karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir

layanan, tetapi juga menilai keseluruhan proses pelayanan yang diberikan perusahaan (Parasuraman et al., 1988). Pelanggan cenderung memilih layanan yang mampu memberikan pengalaman yang nyaman, aman, cepat, dan sesuai dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2016).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang aktif menggunakan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari, termasuk penggunaan layanan transportasi online (Syahrozad & Subriadi, 2024). Tingginya mobilitas mahasiswa dalam menjalankan aktivitas akademik menyebabkan kebutuhan terhadap transportasi yang praktis dan efisien menjadi semakin penting (Amran et al., 2024). Mahasiswa cenderung menggunakan aplikasi Grab karena dianggap mampu membantu mobilitas sehari-hari seperti pergi ke kampus, memesan makanan, maupun melakukan pengiriman barang dengan lebih mudah dan cepat (Khairunissah et al., 2026).

Universitas Negeri Medan merupakan salah satu perguruan tinggi negeri di Sumatera Utara yang memiliki jumlah mahasiswa cukup besar dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Kondisi tersebut menyebabkan penggunaan aplikasi transportasi online seperti Grab cukup banyak digunakan oleh mahasiswa untuk menunjang aktivitas perkuliahan dan kebutuhan sehari-hari (Caesaron et al., 2021). Tingginya penggunaan aplikasi Grab di lingkungan mahasiswa menunjukkan bahwa kualitas layanan dan pengalaman penggunaan aplikasi menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Dwiputro et al., 2025).

Menurut Parasuraman et al. (1988), kualitas layanan (*service quality*) merupakan tingkat perbandingan antara harapan pelanggan terhadap suatu layanan

dengan persepsi pelanggan setelah menerima layanan tersebut. Semakin kecil kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan, maka semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Dalam penelitian kualitas layanan, model SERVQUAL menjadi model yang paling banyak digunakan karena mampu mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi utama yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* (Wirtz & Lovelock, 2022).

Dimensi *tangibles* berkaitan dengan tampilan fisik layanan seperti desain aplikasi, atribut pengemudi, dan kondisi kendaraan yang digunakan dalam memberikan layanan kepada pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2022). Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara tepat, konsisten, dan sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Sementara itu, dimensi *responsiveness* berkaitan dengan kecepatan dan ketepatan perusahaan dalam merespons kebutuhan maupun keluhan pelanggan (Fauzi et al., 2024).

Selain kualitas layanan, *user experience* (UX) juga menjadi faktor penting dalam penggunaan aplikasi digital (Syahrozad & Subriadi, 2024). *User experience* merupakan pengalaman pengguna ketika berinteraksi dengan aplikasi yang mencakup aspek kemudahan penggunaan, efisiensi, kenyamanan, hingga kepuasan emosional pengguna terhadap aplikasi tersebut. Dalam konteks aplikasi transportasi online, pengalaman pengguna menjadi faktor penting karena pelanggan cenderung memilih aplikasi yang mudah digunakan, nyaman diakses, serta memiliki tampilan yang jelas dan responsif (Dwiputro et al., 2025).

Menurut Pranata dkk (2024), *user experience* tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual aplikasi, tetapi juga berkaitan dengan bagaimana aplikasi mampu memenuhi kebutuhan pengguna

secara efektif dan efisien. Pengalaman pengguna yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pengguna terhadap suatu aplikasi digital (Dwiputro et al., 2025). Sebaliknya, pengalaman pengguna yang buruk seperti aplikasi yang lambat, sulit digunakan, atau sering mengalami gangguan dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak puas dan beralih ke aplikasi (Anggraini et al., 2024).

Kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan setelah membandingkan harapan dengan kinerja layanan yang diterima (Kotler & Keller, 2016). Pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka (Wirtz & Lovelock, 2022). Dalam konteks aplikasi Grab, kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kenyamanan penggunaan aplikasi, kualitas pelayanan pengemudi, keamanan transaksi, serta kemudahan penggunaan fitur aplikasi (Khairunissah et al., 2026).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Khairunissah et al., 2026) menunjukkan bahwa kualitas layanan berbasis model SERVQUAL berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Grab di Jakarta. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* memiliki kontribusi penting dalam membentuk persepsi pengguna terhadap kualitas layanan aplikasi Grab (Khairunissah et al., 2026). Penelitian lain yang dilakukan oleh Dwiputro et al. (2025) juga menunjukkan bahwa *User experience* memiliki pengaruh terhadap kenyamanan dan kepuasan pengguna aplikasi digital.

Ditemukan beberapa permasalahan dalam penggunaan aplikasi Grab seperti keterlambatan penjemputan, kesalahan titik lokasi, respon pengemudi yang lambat, hingga gangguan aplikasi ketika melakukan pemesanan. Selain itu, beberapa mahasiswa juga mengeluhkan tampilan aplikasi yang terkadang kurang

menarik. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dan *User experience* masih menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian mengenai kualitas layanan transportasi *online* sebenarnya telah banyak dilakukan, namun penelitian yang secara khusus membahas pengaruh kualitas layanan (SERVQUAL) dan *User experience* terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab pada mahasiswa Universitas Negeri Medan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan *User experience* terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

2. LANDASAN TEORI

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Menurut Parasuraman et al. (1988), kualitas layanan merupakan tingkat kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Semakin kecil kesenjangan tersebut, maka semakin baik kualitas layanan yang dirasakan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).

Menurut Wirtz dan Lovelock (2022), kualitas layanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang konsisten, andal, serta mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara berkelanjutan. Dalam industri jasa digital, kualitas layanan menjadi faktor penting karena pelanggan sangat memperhatikan kualitas interaksi dan pengalaman selama menggunakan layanan (Kotler & Keller, 2016).

Model kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh (Parasuraman et al., 1988) Model SERVQUAL terdiri dari lima dimensi utama yaitu:

- a) **Tangibles (Bukti Fisik)**
Dimensi *tangibles* berkaitan dengan fasilitas fisik, tampilan visual, teknologi, dan atribut pendukung layanan yang dapat dilihat pelanggan (Wirtz & Lovelock, 2022). Dalam konteks aplikasi Grab, dimensi ini meliputi tampilan aplikasi, desain antarmuka, atribut pengemudi, dan kondisi kendaraan (Khairunissah et al., 2026).
- b) **Reliability (Keandalan)**
Dimensi *reliability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan layanan secara akurat, tepat waktu, dan konsisten sesuai dengan janji yang diberikan kepada pelanggan (Parasuraman et al., 1988).
- c) **Responsiveness (Daya Tanggap)**
Dimensi *responsiveness* menunjukkan kesiapan perusahaan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan secara cepat dan tepat terhadap kebutuhan maupun keluhan pelanggan (Fauzi et al., 2024).
- d) **Assurance (Jaminan)**
Dimensi *assurance* berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman, kepercayaan, dan keyakinan kepada pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Kotler & Keller, 2016).
- e) **Empathy (Empati)**
Dimensi *empathy* merupakan perhatian perusahaan terhadap kebutuhan pelanggan secara personal melalui pelayanan yang ramah dan mudah diakses (Wirtz & Lovelock, 2022).

User experience (UX)

Menurut ISO 9241-210 (2019), *user experience* merupakan persepsi dan respon pengguna yang dihasilkan dari penggunaan atauantisipasi penggunaan suatu sistem, produk, maupun layanan. Pengalaman pengguna mencakup aspek emosi, kenyamanan, kemudahan penggunaan, efisiensi, dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi digital (Dwiputro et al., 2025).

Menurut Pranata dkk (2024) *experience* tidak hanya berkaitan dengan tampilan visual aplikasi, tetapi juga berkaitan dengan kemudahan pengguna dalam mencapai tujuan ketika menggunakan aplikasi tersebut. Semakin baik pengalaman pengguna terhadap suatu aplikasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut (Syahrozad & Subriadi, 2024).

Indikator *user experience* dalam penelitian ini meliputi:

1. Kemudahan penggunaan aplikasi
2. Kejelasan tampilan aplikasi
3. Efisiensi penggunaan fitur
4. Kemudahan navigasi aplikasi
5. Kenyamanan penggunaan aplikasi

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila layanan yang diterima sesuai dengan harapan mereka (Wirtz & Lovelock, 2022). Dalam konteks aplikasi Grab, kepuasan pelanggan dapat dilihat dari kenyamanan penggunaan aplikasi, kualitas pelayanan pengemudi, keamanan transaksi, serta kemudahan penggunaan fitur aplikasi (Khairunissah et al., 2026) Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini meliputi:

1. Kepuasan terhadap kualitas layanan.
2. Kepuasan terhadap penggunaan aplikasi

3. Kepuasan terhadap pelayanan pengemudi
4. Keinginan menggunakan kembali aplikasi.
5. Kesiediaan merekomendasikan aplikasi kepada orang lain.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian bertujuan untuk mengukur hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif menggunakan data numerik yang dianalisis melalui teknik statistik (Sugiyono, 2021). Menurut Sugiyono (2021), metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2021), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan maupun pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas layanan (SERVQUAL) dan *user experience* terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Medan yang pernah menggunakan aplikasi Grab. Populasi dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok pengguna aktif layanan transportasi *online* yang memiliki mobilitas tinggi dalam menjalankan aktivitas akademik sehari-hari (Amran et al., 2024).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu sesuai tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Mahasiswa aktif Universitas Negeri Medan.
 2. Pernah menggunakan aplikasi Grab minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir.
 3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian.
- Jumlah sampel penelitian direncanakan sebanyak 50 responden. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2021) yang menyatakan bahwa ukuran sampel penelitian yang layak berkisar antara 30 sampai 500 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Kuesioner
Kuesioner digunakan untuk memperoleh data primer dari responden melalui daftar pernyataan yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian menggunakan skala Likert 1–5 (Sugiyono, 2021).
2. Studi Literatur
Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan referensi berupa jurnal ilmiah, buku, prosiding, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Variabel kualitas layanan (SERVQUAL) diukur menggunakan indikator tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan *empathy* yang diadaptasi dari Parasuraman et al. (1988). Variabel *user experience* diukur menggunakan indikator kemudahan penggunaan, efisiensi fitur, kenyamanan, dan kemudahan navigasi aplikasi yang diadaptasi dari ISO 9241-210 (2019) dan Dwiputro et al. (2025). Variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator kepuasan layanan, kepuasan penggunaan aplikasi, penggunaan ulang, dan

rekomendasi kepada orang lain yang diadaptasi dari Kotler dan Keller (2016).

Teknik analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SPSS. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji F), dan koefisien determinasi (R^2).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan setiap item pernyataan dalam kuesioner. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel dan memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (SERVQUAL) dan *user experience* terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

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

di mana Y merupakan kepuasan pelanggan, a merupakan konstanta, b_1 dan b_2 merupakan koefisien regresi, X_1 merupakan kualitas layanan (SERVQUAL), X_2 merupakan *user experience*, dan e merupakan error.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Sementara itu, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan (SERVQUAL) dan *user experience* secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Kriteria pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi 0,05.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas layanan (SERVQUAL) dan *user experience* dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan. Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1 Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Kualitas Layanan			
No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,848	0,2787	Valid
2	0,755	0,2787	Valid
3	0,826	0,2787	Valid
4	0,761	0,2787	Valid
5	0,798	0,2787	Valid
6	0,784	0,2787	Valid
7	0,879	0,2787	Valid
8	0,746	0,2787	Valid
User Experience			
No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,759	0,2787	Valid
2	0,767	0,2787	Valid
3	0,802	0,2787	Valid
4	0,856	0,2787	Valid
5	0,806	0,2787	Valid
6	0,841	0,2787	Valid
7	0,836	0,2787	Valid
8	0,87	0,2787	Valid
9	0,895	0,2787	Valid
10	0,827	0,2787	Valid
Kepuasan Pelanggan			
No	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,838	0,2787	Valid
2	0,789	0,2787	Valid
3	0,884	0,2787	Valid
4	0,874	0,2787	Valid
5	0,899	0,2787	Valid
6	0,898	0,2787	Valid
7	0,921	0,2787	Valid
8	0,905	0,2787	Valid
9	0,849	0,2787	Valid
10	0,86	0,2787	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, seluruh item pernyataan untuk variabel Kualitas Layanan (X1),

User Experience (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai r hitung $> r$ tabel (0,2787). Nilai r hitung pada variabel Kualitas Layanan berkisar antara 0,746 hingga 0,879, pada variabel User Experience berkisar antara 0,759 hingga 0,895, sedangkan pada variabel Kepuasan Pelanggan berkisar antara 0,789 hingga 0,921. Hasil tersebut menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap skor total variabelnya masing-masing sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Uji Reabilitas

Tabel 2 Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,918	8	Reliable
User Experience (X2)	0,947	10	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,965	10	Reliable

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 2, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,918, User Experience (X2) sebesar 0,947, dan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,965. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut berada di atas batas minimum 0,70, sehingga masing-masing variabel dinyatakan reliabel. Hasil ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten sehingga layak digunakan.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.779	2.800		1.707	.094
	TOTALX1	.331	.203	.256	1.627	.110
	TOTALX2	.642	.157	.643	4.080	<.001

a. Dependent Variable: TOTAY

Hasil uji regresi menunjukkan persamaan regresi:

$$Y = 4,779 + 0,331(X_1) + 0,642(X_2)$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel X1 akan meningkatkan Y sebesar 0,331, sedangkan setiap peningkatan satu satuan pada variabel X2 akan meningkatkan Y sebesar 0,642. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki nilai sig. = 0,110 > 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Sementara itu, variabel X2 memiliki nilai sig. < 0,001 < 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y. Dengan demikian, variabel X2 memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap Y dibandingkan variabel X1.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.881 ^a	.776	.767	3.799

a. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai R Square sebesar 0,776. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (SERVQUAL) dan User Experience (UX) mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan sebesar 77,6%, sedangkan sisanya sebesar 22,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai R sebesar 0,881 menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Layanan (SERVQUAL) dan User Experience (UX) dengan Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan berada pada kategori sangat kuat.

Uji Hipotesis

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.779	2.800		1.707	.094
	TOTALX1	.331	.203	.256	1.627	.110
	TOTALX2	.642	.157	.643	4.080	<.001

a. Dependent Variable: TOTAY

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada tabel koefisien di atas, variabel Kualitas Layanan (Servqual) memperoleh nilai t = 1,627 dengan signifikansi 0,110 > 0,05, sehingga Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Sementara itu, variabel User Experience (UX) memperoleh nilai t = 4,080 dengan signifikansi 0,001 < 0,05, sehingga User Experience berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan. Adapun persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 4,779 + 0,331X_1 + 0,642X_2$, yang menunjukkan bahwa secara simultan kedua variabel tersebut memberikan pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Uji Hipotesis Simultan

Tabel 6 Hasil Uji Hipotesis Stimulan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2349.968	2	1174.984	81.426	<.001 ^b
	Residual	678.212	47	14.430		
	Total	3028.180	49			

a. Dependent Variable: TOTAY

b. Predictors: (Constant), TOTALX2, TOTALX1

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 81,426 dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05), maka H₀ ditolak dan H₁ diterima. Dengan demikian, Kualitas Layanan (SERVQUAL) dan User Experience (UX) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Layanan (*SERVQUAL*) terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab

Berdasarkan hasil uji hipotesis parsial (*uji t*), variabel Kualitas Layanan (*SERVQUAL*) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,110 yang lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Secara teoritis, Parasuraman et al. (1988) menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Selain itu, Wirtz dan Lovelock (2022) menyatakan bahwa kualitas layanan yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam industri jasa.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan belum menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan aplikasi Grab pada mahasiswa Universitas Negeri Medan. Kondisi ini dapat terjadi karena mahasiswa sebagai pengguna aktif aplikasi digital cenderung menganggap kualitas layanan seperti ketepatan waktu, keamanan, keramahan pengemudi, dan kondisi kendaraan sebagai standar dasar yang sudah seharusnya diberikan oleh perusahaan transportasi online. Akibatnya, meskipun kualitas layanan dinilai baik, hal tersebut belum cukup kuat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Temuan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Khairunissah et al. (2026) yang menemukan bahwa kualitas layanan berdasarkan model *SERVQUAL* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Grab. Perbedaan hasil penelitian

dapat disebabkan oleh karakteristik responden yang berbeda, lokasi penelitian yang berbeda, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin berorientasi pada pengalaman penggunaan aplikasi dibandingkan aspek pelayanan jasa secara langsung. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulinuha (2021) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi online. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pelanggan cenderung menganggap kualitas pelayanan sebagai standar dasar yang harus dipenuhi oleh penyedia jasa sehingga peningkatan kualitas pelayanan tidak selalu diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan secara signifikan (Ulinuha, 2021).

Pengaruh *User Experience* (UX) terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab

Berdasarkan hasil *uji t*, variabel *User Experience* memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien regresi sebesar 0,642. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *User Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori ISO 9241-210 (2019) yang menyatakan bahwa *user experience* merupakan persepsi dan respons pengguna yang muncul dari penggunaan suatu sistem atau aplikasi. Pengalaman tersebut mencakup kemudahan penggunaan, kenyamanan, efisiensi, serta kepuasan pengguna selama berinteraksi dengan aplikasi.

Dalam kajian teori dijelaskan bahwa indikator *user experience* meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, kejelasan tampilan, efisiensi fitur, kemudahan navigasi, dan kenyamanan penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek tersebut

menjadi faktor yang sangat penting bagi mahasiswa sebagai pengguna aplikasi Grab. Mahasiswa lebih memperhatikan kemudahan dalam melakukan pemesanan, kecepatan aplikasi dalam memproses layanan, kemudahan pembayaran, serta tampilan aplikasi yang mudah dipahami.

Temuan ini didukung oleh penelitian Dwiputro et al. (2025) yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang baik mampu meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi digital. Selain itu, Syahrozad dan Subriadi (2024) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan dan kenyamanan aplikasi merupakan faktor penting yang menentukan persepsi pengguna terhadap suatu layanan digital. Dengan demikian, semakin baik pengalaman pengguna yang diberikan aplikasi Grab, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan.

Hasil penelitian ini juga memperkuat penelitian Amran et al. (2024) yang menemukan bahwa kualitas *user experience* memiliki pengaruh yang besar terhadap persepsi pengguna aplikasi transportasi online. Artinya, pelanggan tidak hanya menilai layanan yang diberikan perusahaan, tetapi juga menilai bagaimana pengalaman mereka ketika menggunakan aplikasi tersebut.

Pengaruh Kualitas Layanan (*SERVQUAL*) dan *User Experience* (*UX*) terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Grab

Hasil uji *F* menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (*SERVQUAL*) dan *User Experience* (*UX*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan.

Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,776 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan dan *User Experience* mampu menjelaskan variasi Kepuasan Pelanggan

sebesar 77,6%, sedangkan sisanya sebesar 22,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai korelasi (*R*) sebesar 0,881 juga menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel independen dengan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman yang dirasakan pelanggan selama menggunakan suatu produk atau jasa. Dalam konteks aplikasi Grab, pelanggan tidak hanya menilai kualitas layanan yang diberikan pengemudi, tetapi juga menilai pengalaman yang diperoleh ketika menggunakan aplikasi.

Meskipun secara parsial kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan, keberadaannya tetap memberikan kontribusi ketika dikombinasikan dengan *user experience*. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan aplikasi Grab merupakan hasil dari kombinasi antara kualitas pelayanan dan kualitas pengalaman penggunaan aplikasi. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertahankan kualitas layanan yang baik sekaligus meningkatkan kualitas *user experience* melalui pengembangan fitur, kemudahan navigasi, kecepatan sistem, dan kenyamanan penggunaan aplikasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan adalah *User Experience* (*UX*). Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam era digital saat ini, keberhasilan perusahaan jasa berbasis aplikasi tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan konvensional, tetapi juga oleh kemampuan perusahaan dalam menciptakan pengalaman penggunaan aplikasi yang mudah, nyaman, dan menyenangkan bagi pelanggan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (*SERVQUAL*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab di Universitas Negeri Medan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan belum menjadi faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Grab.

Sementara itu, *User Experience* (UX) terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik pengalaman pengguna yang dirasakan, seperti kemudahan penggunaan aplikasi, kenyamanan, dan kemudahan navigasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.

Selain itu, kualitas layanan dan *User Experience* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi Grab. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *User Experience* merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Grab perlu terus meningkatkan kualitas pengalaman pengguna serta tetap menjaga kualitas layanan agar dapat meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amran, A., Arditya, Y., Putri, C., Susmawati, P. R., & Aulita, R. N. (2024). *Evaluating the user experience of online transportation applications with the UEQ approach to people 's lifestyles*. 12(4), 229–235.
- Anggraini, N., Kurniawan, D., Wedhasmara, A., Oktadini, N. R., & Eka, P. (2024). *Analisis Faktor Kepuasan Pengguna pada Aplikasi Transportasi Online : Pengukuran dengan Metode EUCS dan UTAUT (Studi Kasus : Aplikasi Mobile Maxim)*. 7(1), 19–29. <https://doi.org/10.32493/jtsi.v7i1.36292>
- Caesaron, D., et al. (2021). *Digital transportation behavior in Indonesia*. *Journal of Transportation Studies*, 10(2), 55–68.
- Dwiputro, S. S., Piliang, F., & Al-Faruq, U. (2025). Analisis kepuasan pengguna terhadap *user experience* aplikasi mobile jasa layanan rumah tangga bTaskee dengan metode heuristic evaluation. *Jurnal Elektro & Informatika Swadharma*, 5(2), 22–35.
- Fauzi, R., Megawati, Angraini, & Ahsyar, T. K. (2024). *The Indonesian Journal of Computer Science*. 13(4), 6412–6422.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- ISO 9241-210. (2019). *Ergonomics of human-system interaction*.
- Khairunissah, D. S., Yusran, H. L., Nurzakiiyah, U., Jhonaidi, W. Z., & Trisakti, U. (2026). *ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA APLIKASI GRAB INDONESIA BERDASARKAN MODEL SERVICE QUALITY (SERVQUAL)* *DI Received : Revised : Accepted : Jan 31 th 2026*. 24(2), 222–237.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Prananta, A. W., Afifudin, M., & Rahman, R. T. (2024). *Analyzing the Effects of Platform Reliability , Response Time , Safety Features , and User Experiences , on Customer Loyalty in Industrial Online Transportation Service in Indonesia*. 5(2), 2573–2583.
- Rahmah, S., & Assegaff, M. (2025). *Digital service quality in online*

- transportation. Journal of Contemporary Business*, 4(1), 50–63.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahrozad, R., & Subriadi, A. P. (2024). *User experience analysis in digital application services. Journal of Information Systems Research*, 9(1), 45–58.
- Ulinuha, G. (2021). *Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Ghufron Ulinuha*. 18(4), 422–447.
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2022). *Services Marketing: People, Technology, Strategy (9th ed.)*. World Scientific Publishing.

