

EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST AND SECURITY OF CUSTOMER SATISFACTION GRABBIKE SERVICE USERS IN THE KELURAHAN KEBAGUSAN AREA

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA JASA GRABBIKE DI KELURAHAN KEBAGUSAN

Wildan Nuradi¹, Suadi Sapta Putra², Kumba Digdowiseiso^{3*}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional, Jakarta^{1,2,3}

wildannuradi@gmail.com¹, suadi.putra@civitas.unas.ac.id², kumba.digdo@civitas.unas.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Service Quality, Trust, and Security on Consumer Satisfaction of GrabBike service users in the Kebagusan Village Area. The data source in this study used primary data in the form of a questionnaire, the research data was given to 100 consumer respondents who used GrabBike services in the Kebagusan Village Area. In taking samples for this study using purposive sampling method. The data analysis technique used is multiple linear regression and hypothesis testing using t-statistics that have been processed from SPSS 25 to test the regression coefficients. Based on the results of the partial study, it was found that Service Quality has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, Trust has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction, Security has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.

Keywords: Service Quality, Trust, Safety, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner, data penelitian diberikan kepada 100 responden konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan. Dalam pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan t-statistik yang telah diolah dari SPSS 25 untuk menguji koefisien regresi. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Keamanan, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Alat transportasi merupakan salah satu alat komunikasi yang sangat penting dalam segala aspek aktivitas manusia, semakin maju alat transportasi maka semakin mudah untuk membangun hubungan antar manusia. Masyarakat manusia telah bergerak sejak zaman kuno. Terjadi perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain, dan mobilitas penduduk ini diikuti oleh mobilitas barang yang diangkutnya. Oleh karena itu, manusia membutuhkan sarana transportasi sejak dahulu. Di era sekarang ini, dimana mobilitas orang

dan barang sangat tinggi dan terjadi tidak hanya dalam suatu wilayah, tetapi juga antar pulau bahkan antar negara, struktur transportasi memegang peranan penting (Supriyanto *et al.*, 2021). Transportasi merupakan sarana yang sangat penting dalam menunjang keberhasilan pembangunan terutama dalam menunjang kegiatan perekonomian masyarakat tidak terkecuali di pedesaan. Sistem transportasi saat ini dimaksudkan untuk meningkatkan layanan mobilitas penduduk dan sumber daya lainnya yang mampu mendukung pertumbuhan

ekonomi dan sosial di daerah pedesaan (Setiawan & Septiani, 2018)

Keterlambatan upaya pemerintah untuk segera merevitalisasi angkutan umum merupakan celah bagi pengusaha untuk menggunakan transportasi sebagai peluang bagi perusahaan yang menawarkan inovasi, sarana dan fasilitas yang dapat dimanfaatkan oleh konsumen dan pelaku usaha untuk pemasaran atau Membangkitkan minat konsumen salah satunya menggunakan aplikasi transportasi online (Setiawan & Septiani, 2018). Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan baru yang bergerak di bidang jasa transportasi yaitu GRAB. Perusahaan jasa transportasi ini menggunakan fasilitas aktivitas sehari-hari. Pelanggan dapat melakukan pemesanan dengan mengunduh aplikasi, sarana ini pasti dimaksimalkan dengan Grab dalam memasarkan layanannya kepada konsumen (Supriyanto *et al.*, 2022); (Setiawan & Septiani, 2018).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa transportasi online karena saat ini ada 2 perusahaan besar di Indonesia yang menjalankan bisnis tersebut yaitu Grab dan GOJEK Alasan utama meningkatnya penggunaan transportasi online adalah karena kemudahan dan ketergantungan dari perusahaan transportasi online tersebut, dan harga transportasi online seringkali lebih murah dari pada transportasi tradisional seperti taksi dan ojek. Salah satu perusahaan transportasi online, Grab telah hadir di 6 negara di Asia Tenggara yaitu Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina dan Indonesia. Grab di Indonesia cukup aman digunakan, terutama oleh wanita, karena Grab Indonesia melakukan review untuk setiap pengemudi dan kendaraan, pelatihan dan kode etik, serta jaminan keselamatan, asuransi dan bantuan 24 jam

Tentunya diperlukan strategi pemasaran bisnis yang tepat untuk menarik konsumen karena PT. Grab Indonesia percaya bahwa kualitas layanan akan menjadi pertimbangan bagi konsumen, dan dengan pelayanan yang baik tentu akan memberikan kepercayaan konsumen terhadap transportasi online. Tentu saja, ketika dua faktor ini terpenuhi, kepuasan konsumen tercipta karena kenyamanan dan keamanannya. menawarkan. Tawaran akan kemudahan akses transportasi melalui smartphone sangat memanjakan masyarakat Indonesia khususnya dalam hal transportasi, mereka menginginkan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik, dan rasa aman yang tercipta untuk menjamin kepuasan konsumen yang lebih besar (Setiawan & Septiani, 2018); (Faradanisa and Supriyanto *et al.*, 2022).

PT Grab Indonesia menyediakan transportasi yang aman; Tentu saja, keselamatan dicapai melalui pemeriksaan, pengemudi dan kendaraan diperiksa dan diberi peringkat bintang standar minimum. (Grab.com,2018). PT Grab Indonesia melakukan ini untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen karena kepercayaan berasal dari proses yang panjang, kepercayaan yang diperoleh antara pelanggan dan perusahaan dapat mengarah pada hubungan yang lebih mudah. Faktor lain selain kepercayaan yang diperhitungkan oleh konsumen adalah kualitas pelayanan yang baik. GRAB selalu mengutamakan pelayanan semaksimal mungkin untuk memuaskan konsumen. Kualitas pelayanan yang ditawarkan terdiri dari kemudahan memperoleh armada kendaraan, keramahan pengemudi, kenyamanan kendaraan dan masih banyak hal lain yang ditawarkan kepada konsumen. (Grab.com,2018)

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepuasan pelanggan terutama di wilayah Kelurahan Kebagusan, karena kepuasan merupakan indikator utama apakah konsumen akan mengulangi transaksi. Kami menemukan bahwa di PT Grab Indonesia terkadang konsumen mengalami kesulitan dalam pengadaan armada karena tujuan titik jauh, hujan, bahkan faktor kemacetan. Belum lagi ada konsumen yang mendapatkan pengemudi yang tidak beretika. Namun secara keseluruhan, kualitas layanan yang diberikan dan kepercayaan yang diperoleh tidak menjamin kepuasan konsumen di wilayah Kelurahan Kebagusan. karena bagaimanapun juga konsumen adalah yang dapat menilai baik atau tidaknya Konsumen menilai layanan dengan membandingkan layanan yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan.

Membangun kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, termasuk menyelaraskan dampak antara bisnis dan konsumen, menciptakan dasar yang baik untuk pembelian berulang dan loyalitas pelanggan, dan membangun berita dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi bisnis dan berbagai pakar memberikan definisi kepuasan konsumen ketidakpuasan konsumen, tanggapan konsumen terhadap perbedaan yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual yang dirasakan dari produk setelah digunakan.

Tinjauan Pustaka

Kegiatan pemasaran bagi perusahaan memegang peranan yang sangat penting dalam menghasilkan omset yang memungkinkan perusahaan dapat mempertahankan profitabilitas. Selain itu, kegiatan pemasaran dilakukan untuk mencapai tujuan

perusahaan dengan hasil yang sesuai dengan harapan. Banyak yang mengartikan bahwa pemasaran hanya berlaku untuk kegiatan penjualan, meskipun ini hanya sebagian kecil dari pemasaran. Memang dalam kehidupan sehari – hari kita selali dikelilingi oleh upaya pemasaran dari berbagai organisasi atau perusahaan yang memasarkan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Berbagai upaya dilakukan untuk menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa anda sehingga akhirnya mereka melakukan pembelian. Pemasaran adalah fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi (Kotler & Armstrong, 2012) Menurut Mahendra et al., (2017) Kotler & Armstrong marketing is The process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return”. Dengan arti Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik memiliki arti penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Menurut Kotler (2004: 42) Dalam Normasari et al., (2013) Kepuasan pelanggan adalah Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau

kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citramenjadi positif. Hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, karakteristik pelanggan yang loyal menurut Griffin (2003:31) Dalam Normasari et al., (2013) adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa.
- 3) Mereferensikan keada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan

Kepercayaan pelanggan didefinisikan sebagai pemikiran, perasaan, emosi, atau perilaku yang dimanifestasikan ketika pelanggan merasa bahwa penyedia dapat diandalkan untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka ketika mereka menyerahkan kontrol langsung Leninkumar, (2017) Dalam K. P. Mahendra & Indriyani, (2018). Kepercayaan pelanggan berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, jasa dan layanan. Kepercayaan pelanggan muncul karena adanya kepuasan yang diperoleh pelanggan dari hasil produk, jasa dan layanan yang dirasakan.

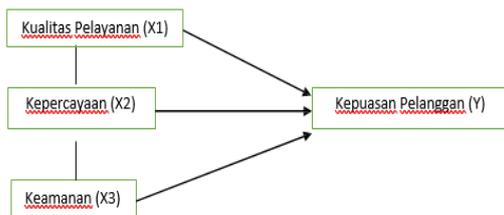
Pengaruh keamanan terhadap kepuasan pelanggan

Keamanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pasalnya keamanan adalah bagian paling penting jika kita berpergian menggunakan kendaraan roda dua/empat. Grab tentunya sudah menyiapkan keamanan untuk pelanggannya, berikut : Grab

terus meningkatkan standar keselamatan transportasi dan menjadi yang pertama di Asia Tenggara untuk meluncurkan layanan telepon cuma-cuma dalam aplikasi (VoIP) dan teknologi pengenalan wajah bagi pelanggan (Passenger Selfie Verification). Hal ini menjadi kelanjutan komitmen Grab untuk mendorong “nol insiden” pada jumlah kecelakaan yang dapat dicegah di dalam platformnya dan menciptakan perjalanan yang lebih aman bagi seluruh masyarakat Indonesia. Untuk memperingati Hari Kartini, Grab terus mendorong setiap perempuan untuk mengejar tujuan pribadi mereka dalam hidup tanpa rasa takut atau enggan dengan mengadakan pelatihan bela diri dasar bagi 100 mitra pengemudi perempuan di Jabodetabek, dipimpin oleh aktris dan atlet Pencak Silat, Prisia Nasution dan Bungsu Widowati, Area Head of Sales GrabFood Sulawesi & Kalimantan dan Pelatih Taekwondo (Hasan, 2013)

Hipotesis adalah suatu pernyataan sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis disusun berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang dikembangkan dalam penelitian berdasarkan perumusan masalah, tinjauan pustaka penelitian, dapat ditarik hipotesis alternative pada penelitian ini, yaitu :

- H1 : Kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Grabbike di wilayah Kelurahan Kebagusan
- H2 : Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Grabbike di wilayah Kelurahan Kebagusan
- H3 : Keamanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y) Grabbike di wilayah Kelurahan Kebagusan



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono, (2017:41) Dalam *Literate & Indonesia*, (2020) objek penelitian adalah “sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan realible tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Kepuasan pelanggan Grabbike yang dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan.

Menurut Sugiono, (2016:41) Dalam *Literate & Indonesia*, (2020) mendefinisikan Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Jadi, populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen tertentu di mana kita dapat menarik beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kelurahan Kebagusan yang sering menggunakan jasa transportasi ojek online Grabbike. Dimana populasi bersifat infinit. Tidak diketahui dengan pasti berapa jumlah orang yang menggunakan jasa aplikasi GrabBike.

Sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti akan mengambil sampel dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative Sugiyono, (2018:81) Dalam *Literate & Indonesia*, (2020). Teknik penarikan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah non probability sampling. Teknik ini juga disebut dengan teknik non random sampling, yaitu pengambilan sampel penelitian secara random. Teknik sampling ini cocok dipilih untuk populasi yang bersifat infinit, artinya besaran anggota populasi belum atau tidak dapat ditentukan dahulu.

Pada teknik sampling ini, penentuan sampel penelitian tanpa (kurang) atau tidak memberikan kemungkinan (probability) yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel terpilih. Dengan demikian pada teknik sampling ini seharusnya alat statistic tidak dapat dipergunakan atau tidak diperlukan untuk membantu sampel terpilih. Dalam penarikan sampel, peneliti menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik purposive sampling menurut Sugiyono, (2015:85) Dalam *Literate & Indonesia*, (2020) adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dengan menggunakan purposive sampling, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini yang menjadi Sampel adalah Masyarakat Kelurahan Kebagusan yang sering menggunakan

jasa transportasi ojek online Grabbike
Sampel yang diambil dalam penelitian ini memiliki kriteria- kriteria sebagai berikut :

- 1) Responden yang lebih dari satu kali menggunakan jasa transportasi ojek online Grabbike
- 2) Responden merupakan Masyarakat Kelurahan Kebagusan yang sering menggunakan jasa transportasi ojek online Grabbike

Dari hasil perhitungan, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Analisis regresi linier berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Analisis Regresi Berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Keamanan (X3) serta variabel terikat (Y) Kepuasan Pelanggan. Suatu hipotesis dapat dikatakan memiliki pengaruh apabila memenuhi syarat dalam regresi berganda, apabila memiliki nilai signifikan $\leq 0,05$ dan syarat t hitung > tabel maka H1, H2, dan H3 diterima.

Uji t yaitu untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara hipotesis atau individual terhadap variabel terikat. Penelitian ini dilakukan dengan melihat koefisien yang membandingkan *understandardized coefficient* & *standard error of estimate* sehingga didapat hasil yang dinamakan t hitung (Ferdinand, 2014:76).

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Uji t (uji regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial setiap variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan berpengaruh positif

terhadap Kepuasan Konsumen. Uji parsial t dikatakan signifikan apabila nilai sig. setiap variabel tidak lebih dari α ($\text{sig} < 0,05$). Berdasarkan hasil pengujian, maka penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel tersebut adalah sebesar 2,182 dengan nilai signifikan sebesar 0,002. Dengan nilai t -tabel ($\alpha = 0.05$) adalah 1.660, maka nilai t -hitung ($2,182 > 1,660$) dengan tingkat signifikan ($0,002 < 0,05$) maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.
2. Pengujian hipotesis Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel tersebut adalah sebesar 4,491 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan nilai t -tabel ($\alpha = 0.05$) adalah 1.660, maka nilai t -hitung ($4,491 > 1,660$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen.
3. Pengujian hipotesis Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 1 diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel tersebut adalah sebesar 3,623 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Dengan nilai t -tabel ($\alpha = 0.05$) adalah 1.660, maka nilai t -hitung ($3,623 > 1,661$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$) maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat pengaruh positif dan

signifikan antara Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil regresi linier berganda mendapatkan hasil $b_1 = 0,456$ artinya Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif sebesar 0,456 pada Kepuasan Konsumen, hal tersebut menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang baik pada benak konsumen akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Konsumen, ditunjukkan juga dengan nilai t-hitung 2,182 sedangkan t-tabel adalah sebesar 1,660. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $2,182 > 1,660$ menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis. Jika dilihat dari koefisien regresi beta variable Kualitas Pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,010 atau 1% yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 1%.

Berdasarkan hasil deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden pada variabel Kualitas Pelayanan dengan rata-rata nilai 3,73. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden melihat pandangan Kualitas Pelayanan yang diberikan GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan dinilai cukup baik untuk mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Memiliki Kualitas Pelayanan yang baik dimata konsumen sangatlah penting, pada saat pengenalan jasa, perusahaan jasa yang dikeluarkan harus bisa memberikan nilai yang positif agar terbentuknya juga dalam benak konsumen nilai yang positif. Ketertarikan nilai yang positif dibenak konsumen terhadap suatu jasa yang ditawarkan perusahaan merupakan salah satu pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan dalam suatu perusahaan

seharusnya memang terus ditingkatkan selain dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen juga dapat membentuk Kepuasan Konsumen.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil regresi linier berganda mendapatkan hasil $b_1 = 0,448$ artinya Kepercayaan mempunyai pengaruh positif sebesar 0,448 pada Kepuasan Konsumen, hal tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan yang baik pada benak konsumen akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Konsumen, ditunjukkan juga dengan nilai t-hitung 4,491 sedangkan t-tabel adalah sebesar 1,660. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $4,491 > 1,660$ menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis. Jika dilihat dari koefisien regresi beta variable Kepercayaan mempunyai nilai sebesar 0,487 atau 48,7% yang berarti bahwa Kepercayaan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 48,7%.

Berdasarkan hasil deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden pada variable Kepercayaan dengan rata-rata nilai 4,06 angka tersebut paling besar dibandingkan dengan variabel lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memandang Kepercayaan yang ada pada GrabBike di Kelurahan Kebagusan dinilai paling utama untuk mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Kepercayaan menjadi salah satu penilaian yang penting dibenak konsumen, semakin melekatnya Kepercayaan positif dalam benak konsumen maka keputusan untuk menggunakan jasa layanan GrabBike akan semakin tinggi.

Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dari hasil regresi linier berganda mendapatkan hasil $b_1 = 0,346$ artinya Keamanan mempunyai pengaruh positif sebesar 0,346 pada Kepuasan Konsumen, hal tersebut menunjukkan bahwa Keamanan yang baik pada benak konsumen akan menyebabkan kenaikan pada Kepuasan Konsumen, ditunjukkan juga dengan nilai t-hitung 3,623 sedangkan t-tabel adalah sebesar 1,660. Karena t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $3,623 > 1,660$ menunjukkan kesesuaian dengan hipotesis. Jika dilihat dari koefisien regresi beta variable Kualitas Pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,396 atau 39,6% yang berarti bahwa Keamanan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 39,6%.

Berdasarkan hasil deskriptif menunjukkan bahwa penilaian responden pada variable Keamanan dengan rata-rata nilai 4,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memandang Keamanan yang baik ada pada GrabBike di Kelurahan Kebagusan dinilai paling utama untuk mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Memiliki Keamanan yang baik untuk konsumen sangatlah penting, pada saat melakukan pelayanan jasa terhadap konsumen, perusahaan maupun jasa yang dikeluarkan harus bisa memberikan nilai Keamanan yang baik agar terbentuknya juga dalam benak pelanggan rasa yang sangat puas pada konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan teori yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, maka didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam hal ini Kualitas Pelayanan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, menganggap bahwa Kualitas Pelayanan merupakan hal penting dalam membuat Kepuasan Konsumen untuk selalu menggunakan jasa layanan GrabBike.
2. Dalam hal ini Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, menganggap bahwa Kepercayaan bukan merupakan hal utama dalam membuat kepuasan konsumen untuk konsumen menggunakan jasa GrabBike.
3. Dalam hal ini Keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, hal ini menunjukkan bahwa konsumen pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, menganggap bahwa Keamanan merupakan pertimbangan utama dalam membuat Kepuasan Konsumen untuk selalu menggunakan jasa layanan GrabBike.

Berdasarkan dari kesimpulan yang telah diperoleh dari data diatas, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

Bagi Perusahaan Grab:

- a. Menurut hasil penelitian, variable Kualitas Pelayanan dengan indikator Keandalan perlu lebih ditingkatkan

kembali, indikator tersebut merupakan salah satu indikator yang memiliki kontribusi besar untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Jasa GrabBike

- b. Menurut hasil penelitian, variable Kepercayaan dengan indikator Technology Orientation perlu lebih ditingkatkan kembali, indikator tersebut merupakan salah satu indikator yang memiliki kontribusi besar untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Jasa GrabBike.
- c. Menurut hasil penelitian, variable Keamanan dengan indikator kerahasiaan perlu lebih ditingkatkan kembali, indikator tersebut merupakan salah satu indikator yang memiliki kontribusi besar untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen pada Jasa GrabBike

Bagi Peneliti Selanjutnya:

- a. Untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna jasa GrabBike di Wilayah Kelurahan Kebagusan, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan dimensi dan indikator lainnya yang berbeda sehingga dapat menghasilkan penelitian yang berbeda dan dapat dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya.
- b. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat menambahkan atau menggantikan variable bebas lainnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Faradannisa, M. and Supriyanto, A. (2022) 'Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam', *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), pp. 76–94.

Haqi, M. S. (2020). Pengaruh Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Layanan Grab Food Di Jombang. *Margin Eco*, 4, 42–57.

Harahap, A. S. (2018). Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan. <http://repositori.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/8332>

Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (CenterForAcademicPublishingService). *Perspektif*, 16(1), 1–6.

Kesuma, E., Amri, & Shabri, M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada sulthan hotelbanda aceh. *Jurnal Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala.*, Vol.4(No.4), PP.176-192.

Literate, S., & Indonesia, J. I. (2020). View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk. Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering, 274–282.

Maharsi, S. (2006). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking Di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 35–51. <https://doi.org/10.9744/jak.8.1.pp.35-51>

Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2. publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033/0A

Mahendra, P. T., Bawono, M., & Umairoh, U. A. (2017). 1 2 3 1. 16, 85–94.

Nafira, S. and Supriyanto, A. (2022)

- 'Keputusan Pembelian ditinjau dari Electronic Word of Mouth, Impulse Buying, Brand Image dan Label Halal Produk MS Glow pada Generasi Millennial dan iGeneration', *Jurnal BANSI-Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 2(1), pp. 21–30.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2 Desember 2013* | administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id 1. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2), 1–9.
- Puji Lestari, F. A. (2018). Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sosio E-Kons*, 10(2), 179. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2718>
- Setiawan, E., & Septiani, S. (2018). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Moda Transportasi Grab di Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia*, 2(1), 54. <https://doi.org/10.26805/jmkli.v2i1.24>
- Supriyanto, A. *et al.* (2021) 'Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0', *Janaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), pp. 55–65.
- Supriyanto, A. (2021) 'Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Supriyanto, A. (2022) 'Komitmen Organisasi: Ditinjau dari Kepemimpinan Transformasional dan Kepemimpinan Transaksional Yang Dimoderasi Leader-Member Exchange', *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Keuangan*, 11(1).
- Supriyanto, A., Permatasari, R.D., *et al.* (2022) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267–286.
- Supriyanto, A., Chikmah, I.F., *et al.* (2023) 'Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?', *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1, pp. 1–16. Available at: <https://journal.csspublishing.com/index.php/business/article/view/43/16>.
- Yamin, S. dan, & Kurniawan, H. (2009). statistik SPSS complete: tEknikaLisis statistik tErLengkaPdEngan sOftwarE sPss struCTural EquatiOn MOdELing: BELajar LEBih Mudah tEknikaLisis data kuEsiOnEr dEngan LisrEL–PLs. Analisis Korespondensi Bab Analisis Diskriminan.
- Zahara Samosir, Z. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU. *Jurnal Studi Perpustakaan Dan Informasi*, 1(1), 28–36.