

KETERKAITAN ANTARA KENYAMANAN DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI PADA INTENSITAS PENGGUNAAN LAYANAN APLIKASI GRAB

Widhi A.R¹, Rika R², Ulfah S. Iswara³

^{1,2}Program Studi Manajemen

³Program Studi Akuntansi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya

e-mail: ¹widhiariestianti@stiesia.ac.id, ²rikarahayu@stiesia.ac.id, ³ulfahsetiaiswara@stiesia.ac.id

ABSTRAK

Hadirnya layanan aplikasi online memberikan kemudahan pengguna dalam menunjang aktivitas dan kegiatan pengguna dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu penyedia layanan aplikasi online saat ini adalah Grab. Grab memberikan layanan aplikasi yang banyak membantu menunjang aktivitas sehari – hari seperti Grab Car, Grab Bike, Grab Food, Grab Pulsa, dan lainnya. Dalam penelitian ini terdapat 208 responden yang menggunakan layanan aplikasi Grab. Guna mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi intensitas penggunaan layanan aplikasi Grab digunakan analisis regresi liner berganda. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah intensitas penggunaan layanan aplikasi Grab. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kenyamanan dan kemudahan transaksi yang diberikan oleh layanan aplikasi Grab. Guna mengetahui keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen digunakan analisis regresi liner berganda. Kenyamanan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh grab kepada pengguna aplikasi sehingga pengguna atau konsumen menikmati layanan yang diberikan pada aplikasi Grab. Kemudahan transaksi didefinisikan sebagai kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Grab bagi pengguna dalam melakukan kegiatan transaksi menggunakan layanan aplikasi Grab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan dan kemudahan transaksi mempengaruhi intensitas penggunaan layanan aplikasi Grab.

Kata Kunci: *Kenyamanan, kemudahan transaksi, intensitas penggunaan*

1. PENDAHULUAN

Pada dewasa ini, konsumen dimudahkan dengan berbagai layanan aplikasi guna menunjang kebutuhan dan kegiatan sehari – hari. Di Indonesia sendiri terdapat dua jenis layanan aplikasi yang siap membantu aktivitas sehari-hari salah satunya adalah layanan aplikasi Grab. Aplikasi layanan Grab merupakan aplikasi yang berasal dari Amerika. Pada dasarnya layanan aplikasi Grab menyediakan jasa antar baik menggunakan mobil maupun sepeda motor. Para pengguna aplikasi ini cukup memasukkan tujuan pergi dan driver akan menjemput pengguna aplikasi langsung mengantarnya ke tempat tujuan. Pengguna layanan aplikasi ini cukup banyak dikarenakan efisiensi waktu dan kepraktisan yang ditawarkan oleh layanan aplikasi. Seiring dengan berkembangnya waktu, Grab memberikan berbagai macam fitur layanan aplikasi yang lebih menunjang kegiatan penggunanya diantaranya Grab Car, Grab Bike, Grab Food, Grab Send dan Grab Pulsa. Pengguna layanan ini juga dari berbagai macam kalangan termasuk mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya para driver Grab yang berada di kampus saat jam masuk dan selesai kuliah. Pada jam makan selalu terlihat beberapa driver Grab mengirimkan makanan ataupun minuman yang dipesan melalui aplikasi Grab Food. Selain layanan aplikasi Grab Bike, Grab Food merupakan layanan aplikasi yang juga banyak digunakan mahasiswa dikarenakan menariknya harga yang ada pada layanan aplikasi.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi intensitas seseorang dalam menggunakan berbagai layanan aplikasi guna mendukung kegiatan yang dilakukan. Dari semua faktor yang ada kemudahan transaksi yang diberikan oleh layanan aplikasi merupakan faktor yang menjadi pertimbangan pengguna layanan aplikasi dalam menggunakan aplikasi. Apalagi dewasa ini, pengguna aplikasi bukan hanya generasi muda saja, namun juga generasi dengan usia 40 tahun keatas juga menggunakan layanan aplikasi untuk mendukung kegiatannya. Sehingga tingkat kemudahan dalam bertansaksi dengan layanan aplikasi memiliki peran utama. Jadi semakin mudah kegiatan transaksi pada layanan aplikasi maka semakin sering layanan aplikasi digunakan. Penjelasan tersebut seperti diungkapkan oleh Iramadhani dan Nugroho (2012) semakin konsumen atau pelanggan merasakan kemudahan menggunakan layanan online banking maka semakin bersedia pelanggan menggunakan online banking dalam setiap kegiatan atau transaksi perbankan. Hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2015) kemudahan kegiatan transaksi yang dilakukan melalui mobile banking tidak mempengaruhi penggunaan mobile banking dalam setiap transaksi kegiatan perbankan. Hadi dan Novi (2015) menyatakan bahwa keamanan dan kemampuan akses mobile banking justru yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan mobile banking. Dalam penggunaan internet banking Amijaya (2010) menyatakan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi pada internet banking membuat nasabah secara berulang kali menggunakan layanan tersebut dalam kegiatan transaksi perbankan. Hal ini dilakukan menurut nasabah layanan ini dapat menghemat waktu dan tenaga serta transaksi juga dilaksanakan dijamin tingkat

keamanannya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Cania (2018) bahwa alasan konsumen menggunakan Go Pay sebagai alat pembayaran adalah adanya kemudahan transaksi pembayaran menggunakan Go Pay. Dengan mengisi Go Pay penggunaan layanan aplikasi tidak perlu repot lagi mencari uang pas saat melakukan transaksi pembayaran atas layanan aplikasi yang digunakan dan Go Pay dapat digunakan untuk membayar transaksi pada merchant yang lainnya. Layanan Grab juga menyediakan pembayaran dari konsumen melalui OVO.

Selain kemudahan transaksi yang menjadi pertimbangan dalam penggunaan berulang layanan aplikasi adalah kenyamanan dalam menggunakannya. Kenyamanan pada penelitian ini didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh layanan aplikasi kepada pengguna layanan aplikasi. Semakin banyak layanan aplikasi yang diberikan, maka semakin sering konsumen menggunakan layanan aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen, Zhang dan Zhao (2015) bahwa seseorang memberikan nilai tambahan terhadap aplikasi smart phone yang dimilikinya maka semakin sering seseorang dalam menggunakan smartphone sehingga seseorang akan sering menggunakan smartphone yang dimilikinya. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nguyen (2015) bahwa saat seseorang merasa senang dan nyaman dalam memainkan permainan yang ada dalam handphone maka semakin intens seseorang tersebut menggunakan handphone untuk bermain game. Namun apa yang dikemukakan oleh Chen, Zhang dan Zhao (2015) serta Nguyen (2015) tidak sejalan dengan niat seseorang dalam melanjutkan penggunaan blog, hal ini dikemukakan oleh Prakoso (2017). Prakoso (2017) mengemukakan bahwa kenyamanan seseorang dalam menggunakan blog tidak mempengaruhi minat seseorang dalam melanjutkan penggunaan blog. Menurut Prakoso (2017) faktor kebiasaan merupakan hal yang paling mempengaruhi seseorang dalam melanjutkan penggunaan blog. Ketika seseorang sudah terbiasa dan merasakan manfaat dari menggunakan blog, maka semakin sering dan berulang seseorang tersebut dalam menggunakan blog.

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penelitian ini memiliki tujuan ingin mengetahui apakah kemudahan dalam bertransaksi yang disediakan oleh layanan aplikasi Grab mempengaruhi intensitas penggunaan layanan aplikasi ini guna mendukung kegiatan sehari – hari. Selain itu, dalam penelitian ini juga ingin diketahui apakah kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi saat menggunakan aplikasi mempengaruhi intensitas penggunaan layanan aplikasi Grab dalam mendukung aktivitas sehari – hari. Penelitian dilakukan pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Intensitas dapat didefinisikan sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intensinya (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2011). Intensitas dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu, dimana jumlah waktu tersebut dapat ditinjau berdasarkan durasi yang dihabiskan saat individu melakukan aktivitas serta frekuensi yang dilakukan (Tubbs dan Moss dalam Sukmaraga, 2018). Intensitas penggunaan menunjukkan besarnya kekuatan perilaku yang dilihat dari seberapa sering perilaku dilakukan (frekuensi) dan lamanya waktu yang digunakan (durasi) saat menggunakan sesuatu (Sukmaraga, 2018).

Kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna Grab merupakan penilaian secara personal masing – masing pengguna layanan aplikasi. Rasa nyaman yang dirasakan oleh seorang pengguna didapatkan dari rasa atau rangsangan yang dirasakan. Rasa kenyamanan ini lebih dapat dirasakan pada perasaan nyaman yang dirasakan oleh pengguna aplikasi. Rasa nyaman yang dirasakan oleh seseorang akan memberikan informasi kepada otak untuk membuat keputusan serta memberikan penilaian atas apa yang dirasakan (Prakoso, 2017). Perasaan nyaman saat menggunakan layanan aplikasi Grab juga dapat dipengaruhi oleh beraneka fitur layanan yang memberikan kemudahan bagi pengguna layanan aplikasi. Saat pengguna layanan aplikasi Grab merasa nyaman dengan fitur yang ditawarkan, maka dapat membentuk suatu kebiasaan bagi pengguna aplikasi Grab untuk terus menggunakan layanan aplikasi dalam mendukung kegiatan sehari – hari (Chen *et al*, 2017).

Kemudahan bertransaksi pengguna layanan aplikasi Grab dapat digambarkan melalui tingkat kesederhanaan yang ditawarkan layanan aplikasi Grab kepada pengguna layanan aplikasi untuk bertransaksi dengan menggunakan fitur layanan yang ada seperti Grab bike, Grab Car, Grab food, Grab Send dan Grab pulsa. Kemudahan bertransaksi dapat dilihat dari seberapa mudah konsumen melakukan pemesanan layanan dan pembayaran atas jasa yang ditawarkan oleh Grab. Sehingga dengan menggunakan layanan aplikasi ini, pengguna layanan aplikasi ini hanya memerlukan sedikit usaha untuk memilih jasa apa yang diinginkan. Kemudahan dalam melakukan transaksi ini, membuat konsumen akan tertarik untuk menggunakan berbagai macam fitur layanan yang ditawarkan oleh Grab. Saat membicarakan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan layanan aplikasi Grab terdapat tiga hal yang menjadi perhatian pertama, layanan aplikasi Grab harus mengandung unsur mudah untuk dipelajari dan dalam operasionalnya untuk semua kalangan, baik kalangan yang memang sudah mengerti IT atau kalangan yang masih belajar untuk mengerti IT. Kedua, layanan aplikasi Grab ini, harus mudah untuk dioperasikan, sehingga interaksi antara pengguna layanan aplikasi dengan layanan aplikasi itu sendiri harus bersifat fleksibel dan mudah untuk dipahami. Ketiga, seiring dengan semakin sering digunakannya layanan aplikasi Grab ini, pengguna layanan aplikasi ini dapat menjadi semakin mahir dalam menggunakannya. Sehingga jika terdapat fitur yang baru dan promo – promo yang menarik pengguna

layanan aplikasi ini dapat memanfaatkannya seiring dengan semakin meningkatnya tingkat kemahiran pengguna layanan aplikasi (Davis, 1989).

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat dua variabel independen yang digunakan yaitu kenyamanan dan kemudahan bertransaksi. Kenyamanan pada penelitian ini didefinisikan sebagai pelayanan yang diberikan oleh Grab kepada pengguna aplikasi sehingga pengguna atau konsumen menikmati layanan yang diberikan pada aplikasi Grab. Kemudahan transaksi didefinisikan sebagai kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Grab bagi pengguna dalam melakukan kegiatan transaksi menggunakan layanan aplikasi Grab. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu frekuensi atau intensitas penggunaan aplikasi didefinisikan sebagai berapa kali objek penelitian menggunakan aplikasi Grab dalam satu minggu.

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang pernah menggunakan layanan aplikasi Grab. Jumlah responden sebanyak 208 mahasiswa.

Teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi keterkaitan antara nyaman dan kemudahan transaksi dalam frekuensi penggunaan aplikasi Grab adalah teknik analisis regresi linier berganda. Guna memastikan bahwa model yang digunakan valid sebagai alat peramalan maka dilakukan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Untuk menilai kebenaran dari hipotesis digunakan dalam penelitian ini digunakan uji signifikansi yaitu uji F dan uji t.

Pada penelitian ini, hubungan antara variable independen dan dependen dapat digambarkan pada persamaan dibawah ini ,

$$FP = \beta + \beta KN + \beta KT + e$$

Dimana FP= merupakan intensitas penggunaan layanan aplikasi Grab, KN merupakan kenyamanan dan KT merupakan kemudahan bertransaksi bagi pengguna layanan aplikasi Grab.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan jenis kelamin responden dapat diketahui bahwa, 31,3% responden berjenis kelamin pria dan 68,8% responden berjenis kelamin wanita. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Pria	65	31,3%
Wanita	143	68,8%
Total	208	100%

Berdasarkan program studi yang ditempuh, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Strata 1 Akuntansi dan Manajemen sebanyak 55,3% dan mahasiswa D3 Manajemen Perpajakan dan Akuntansi sebanyak 44,7%. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 2 dibawah ini:

Tabel 2. Program Studi yang Ditempuh

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
D3	93	44,7%
S1	115	55,3%
Total	208	100%

Bila dilihat dari jumlah uang saku yang dimiliki, maka sebagian besar responden yang menggunakan aplikasi ini memiliki uang saku kurang dari Rp 1.500.000 sebanyak 52,4% dan yang memiliki uang saku antara Rp 1,5 Juta – Rp 2,5 Juta sebanyak 40,4 %. Hal ini seperti digambarkan dalam Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3. Jumlah Uang Saku Yang Dimiliki

Jumlah Uang Saku	Frekuensi	%
< Rp 1,5 Juta	109	52,4%
Rp 1,5 Juta – Rp 2,5 Juta	84	40,4%
Rp 2, 6 – Rp 3,5 Juta	12	5,8%
>Rp 3,5 Juta	3	1,4%
Total	208	100%

Jika ditinjau dari alasan para mahasiswa menggunakan aplikasi Grab ini, sebagian besar responden menyatakan efisiensi waktu dan tenaga merupakan alasan utama responden dalam menggunakan aplikasi Grab sebanyak 60,6%, kemudian alasan yang kedua yang membuat banyak mahasiswa menggunakan aplikasi ini yaitu kemudahan pembayara sebanyak 20,2%, apalagi pada saat ini Grab bekerjasama dengan OVO sehingga pembayaran dapat dilakukan dengan menggunakan OVO. Manfaat lain yang dirasakan mahasiswa jika menggunakan OVO dalam pembayaran, harga yang dibayarkan bisanya menjadi lebih murah jika dibandingkan menggunakan uang cash. Hal ini dapat dilihat dari Tabel 4 dibawah ini :

Tabel 4. Alasan Menggunakan Aplikasi Grab

Alasan Menggunakan Grab	Frekuensi	%
Kemudahan pembayaran	42	20,2%
Harga yang lebih murah	23	11,1%
Efisiensi waktu dan tenaga	126	60,6%
Akses informasi yang tersedia lebih banyak	8	3,8%
Promo yang ada	8	3,8%
Lainnya	1	0,5%
Total	208	100%

Terdapat berbagai layanan aplikasi yang ditawarkan oleh Grab. Layanan aplikasi yang paling banyak digunakan oleh mahasiswa adalah Grab Bike sebanyak 46,6%. Hal ini dapat dilihat pada saat jam mulai perkuliahan dan berakhirnya perkuliahan banyak ojek online yang ada dikampus untuk memenuhi mejemput mahasiswa. Alasan mahasiswa memilih menggunakan ojek online dibandingkan dengan angkutan umum adalah efisiensi waktu dalam perjalanan. Aplikasi yang kedua yang banyak digunakan mahasiswa adalah Grab Food sebanyak 36,5%. Layanan aplikasi ini sangat membantu mahasiswa jika ingin membeli makanan di luar kampus. Menurut mahasiswa, dengan menggunakan Grab food dirasa lebih praktis dan tidak perlu bersusah payah untuk membeli makanan dan minuman yang ada diluar lingkungan kampus. Jika terdapat promo potongan harga jika membayar lewat OVO atau promo yang lainnya maka kesempatan ini tidak akan dilewatkan mahasiswa untuk memanfaatkan aplikasi Grab Food. Gambaran aplikasi yang banya digunakan oleh mahasiswa dapat digambarkan dalam Tabel 5 dibawah ini ;

Tabel 5. Layanan Yang Digunakan

Layanan Grab	Frekuensi	%
Grab Bike	97	46,65
Grab Car	29	13,9%
Grab Food	76	36,5%
Grab Send	2	1,0%
Grab Pulse	4	1,9%
Total	208	100%

Layanan aplikasi ketiga yang banyak digunakan adalah Grab car sebesar 13,9% , kemudian disusul oleh layanan Grab pulas sebanyak 1,9%. Layanan Grab pluse ini menawarkan harga yang lebih muraha jika menggunakan OVO sehingga terkadang mahasiswa menggunakan layanan aplikasi ini untuk membeli pulsa.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

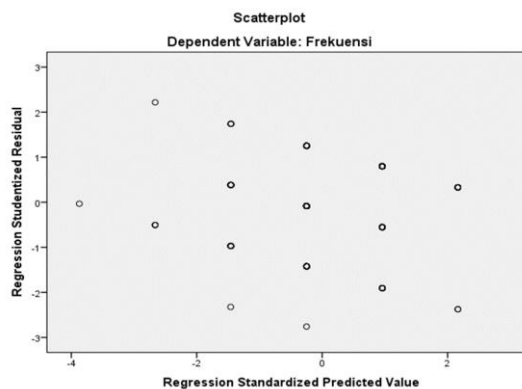
Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji multikolinearitas. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat keterkaitan antar variable indenpenden. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat dalam Tabel 6 dibawah ini ;

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,293	,519		2,492	,014		
1 Kepercayaan	,347	,116	,215	2,997	,003	,826	1,211
Kemudahan_Bertransaksi	,346	,117	,211	2,948	,004	,826	1,211

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa pada penelitian ini, masing – masing variabel independen memiliki nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa masing – masing variabel independen penelitian ini terbebas dari multikolinearitas serta tidak memiliki keterkaitan satu sama lainnya. Berdasarkan uji normalitas pada grafik histogram dan tabel *one sample Kolmogorov smirnov test* menunjukkan bahwa model ini memenuhi uji normalitas.

Untuk uji heteroskedastisitas, pada penelitian ini menggunakan grafik *scatter plot*. Berdasarkan uji heteroskedastisitas, dapat diketahui bahwa model ini juga lulus dari uji heteroskedastisitas sehingga variabel independen pada penelitian ini dapat digunakan untuk mengestimasi pengaruhnya terhadap variabel independen. Hal ini dapat ditunjukkan dalam Gambar 1 di bawah ini :



Gambar 1. Grafik Scatter Plot

4.2.2 Uji Signifikansi

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui masing – masing variabel independen memiliki nilai signifikansi t kurang dari 5% sehingga dapat disimpulkan bahwa masing – masing variabel independen yaitu kenyamanan dan kemudahan transaksi memiliki pengaruh terhadap penggunaan secara berulang pada aplikasi layanan Grab. Pada uji F dapat diketahui nilai F hitung sebesar 15,164 dan memiliki nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 5%) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan model penelitian ini dapat menjelaskan factor yang mempengaruhi variabel independen yaitu frekuensi atau penggunaan berulang pada layanan aplikasi Grab. Berdasarkan uji *Goodnees of Fit* diketahui bahwa nilai adjusted R Square sebesar 0,12 atau 12%. Hal ini menggambarkan model ini mampu menjelaskan sebesar 12 % faktor yang mempengaruhi frekuensi penggunaan aplikasi Grab oleh responden. 88% faktor lainnya dijelaskan di luar model ini.

Berdasarkan pada Tabel 6 dapat diketahui bahwa besarnya koefisien masing – masing variabel independen. Berdasarkan Tabel 6 dapat disusun model penelitian sebagai berikut :

$$FP= 1,293 + 0,347KN + 0,346 KT + e \quad (1)$$

Berdasarkan model 1 diatas dapat dijabarkan bahwa variabel kenyamanan mempengaruhi frekuensi pemakaian sebesar 0,347. Sehingga semakin nyaman konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi maka semakin sering responden dala menggunakan layanan aplikasi yang disediakan. Variabel kemudahan bertransaksi mempengaruhi frekuensi pemakaian sebesar 0,346. Sehingga dapat disimpulkan semakin banyak kemudahan transaksi yang diberikan oleh layanan aplikasi Grab maka semakin sering responden menggunakan layanan aplikasi yang disediakan oleh Grab.

4.3 Pembahasan

Dampak Kenyamanan Penggunaan Aplikasi Layanan Terhadap Frekuensi Penggunaan Layanan Aplikasi Grab

Pada penelitian ini kenyamanan didefinisikan bagaimana pelayanan yang diberikan oleh pihak Grab kepada pengguna aplikasinya. Terdapat banyak pelayanan yang diberikan, baik dari sisi jasa transportasi baik itu Grab car atau Grab bike. Pada layanan aplikasi ini konsumen diberikan pilihan dapat diantar pada lokasi tujuan atau pengguna layanan aplikasi dapat meminjam kendaraan berdasarkan lama waktu yang telah disepakati dan biaya yang dikenakan sudah ditentukan dalam aplikasi sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan kebutuhannya.

Pada jasa antar makan Grab food terdapat banyak pilihan kategori dan disesuaikan dengan kondisi konsumen. Misalkan saat bulan romadhon Grab food menyediakan kategori tambahan berupa hemat terbuka, menu bukber, pasti buka, menu sahur, takjil favorit. Pada hari biasa terdapat beberapa kategori yang ditawarkan yaitu martabak, bakso, fast food dan lain – lain. Pada layanan aplikasi ini konsumen memiliki banyak pilihan variasi makanan dan harga. Pada layanan Grab food ini juga terdapat diskon dan promo yang menarik bagi konsumen yang bersedia memesan makanan maupun minuman dengan menggunakan layanan Grab food. Selain Grab food layanan yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Grab pulsa. Pada Grab Pulsa ini, konsumen dapat membeli pulsa dengan mudah. Jika konsumen menggunakan aplikasi OVO maka akan terdapat banyak diskon dan potongan harga yang diberikan dan ini merupakan hal yang membuat konsumen merasa nyaman menggunakan aplikasi ini.

Selain layanan aplikasi diatas, terdapat layanan aplikasi yang disebut subscription, pada layanan aplikasi ini, terdapat paket promo berupa paket promo Grab food, paket promo Grab ekspres, paket promo Grab cardan paket combo Grab Bike. Dengan paket promo ini, pengguna layanan aplikasi dapat lebih menghemat pengeluaran yang harus dikeluarkan. Banyak mahasiswa menggunakan paket ini karena dapat membantu mahasiswa dalam menghemat uang saku mereka.

Pada saat ini kenyamanan dalam menggunakan aplikasi layanan berupan pelayanan yang maksimal yang diberikan, baik dari variasi layanan aplikasi dan bagaimana cara driver Grab menghadapi konsumen merupakan penilaian yang penting bagi konsumen. Sebagian besar responden pada saat penyebaran kuesioner menyatakan bahwa meskipun layanan aplikasi tidak sebanyak yang ditawarkan penyedia layanan aplikasi yang lain, namun layanan aplikasi Grab yang ada telah mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan banyak keuntungan bagi konsumen baik secara finansial maupun non finansial. Keuntungan finansial diantaranya banyaknya potongan harga berupa diskon atau promo yang lainnya, baik saat menggunakan OVO maupun cash. Dari sisi non finansial, keuntungan yang didapatkan berupa efisiensi waktu dan tenaga. Banyak mahasiswa yang mengorder Grab Bike untuk datang ke kampus maupun untuk pulang kerumah dengan alasan lebih cepat karena tidak terjebak macet serta lebih aman jika dibandingkan menggunakan angkutan umum yang lainnya. Dari sisi driver, para responden menyatakan cukup puas dengan pelayanan yang diberikan, selain driver ramah dan sopan kepada konsumen, penampilan driver Grab masuk dalam kategori rapih dan bersih sehingga konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Kenyaman konsumen dalam menggunakan aplikasi ini dapat dilihat dari banyaknya konsumen menggunakan aplikasi ini dalam kegiatan sehari – hari. Secara rata – rata responden menggunakan aplikasi ini untuk mendukung kebutuhannya sebanyak 4 kali dalam satu minggu baik itu layanan aplikasi untuk Grab food, Grab Bike, Grab Car maupun Grab pulsa serta layanan aplikasi yang lainnya.

Dampak Kemudahan Transaksi Terhadap Frekuensi Penggunaan Layanan Aplikasi Grab

Pada penelitian ini, kemudahan transaksi didefinisikan sebagai kemudahan yang diberikan oleh aplikasi Grab bagi pengguna dalam melakukan kegiatan transaksi menggunakan layanan aplikasi Grab. Bagi pengguna layanan aplikasi Grab yang baru pertama kali menggunakan layanan aplikasi tersebut, aplikasi layanan ini tergolong ramah teknologi dan mudah digunakan oleh pengguna untuk menikmati layanan aplikasi yang disediakan. Hal ini merupakan suatu hal yang penting apalagi layanan aplikasi ini dapat digunakan oleh semua golongan usia. Kemudahan transaksi dalam menggunakan layanan aplikasi online diantaranya cara menggunakan aplikasi yang relative mudah, cepat dan efisien waktu, cara pembayaran yang relatif mudah, cepat dan praktis serta adanya informasi yang jelas mengenai jenis produk yang ditawarkan dalam layanan aplikasi (Hildaria, 2017).

Pada layanan aplikasi Grab sendiri, menurut responden cukup mudah untuk melakukan transaksi di dalamnya. Misalnya pada aplikasi Grab Bike atau Grab car, konsumen di berikan pilihan ingin meminjam kendaraan atau diantar ketempat tujuan. Jika ingin diantar ketempat tujuan, konsumen hanya memasukkan tempat tujuan dan driver akan menjemput pada layanan aplikasi juga tertera nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen, cara pembayaran serta konsumen dapat menggunakan layanan promo yang disediakan dalam pembayaran. Hal ini sama halnya jika konsumen menggunakan layanan Grab car. Jika konsumen ingin meminjam kendaraan (Grab Car) terdapat pilihan paket lama meminjam yang disertai dengan di wilayah mana mobil tersebut akan digunakan.

Pada layanan aplikasi Grab food terdapat informasi yang jelas mengenai makan dan minuman yang akan dipesan. Pada layanan ini, terdapat durasi waktu dalam menunggu pesanan makanan, datang serta konsumen dapat memesan makanan sesuai dengan lokasi yang konsumen pilih serta jarak antara posisi pemesan dengan tempat memesan makan. Sehingga konsumen dapat membuat keputusan sendiri yang sesuai dengan kondisi yang hadapinya. Selain itu, pada aplikasi ini juga terdapat diskon yang cukup menarik yang diberikan jika menggunakan system pembayaran yang di sarankan oleh Grab yaitu OVO. Jika tidak memiliki alat pembayaran virtual OVO konsumen dapat membayar secara cash. Selain itu, kemudahan yang diberikan oleh layanan aplikasi ini, jika konsumen ingin mengisi kembali alat pembayaran virtualnya yaitu OVO, konsumen dapat mengisinya melalui ATM bahkan driver yang memberikan pelayanan jasa kepada konsumen. Kondisi ini merupakan beberapa bentuk kemudahan transaksi yang diberikan oleh Grab kepada pengguna layanan aplikasinya sehingga pengguna layanan aplikasi diharapkan dapat setia menggunakan aplikasi ini dalam menunjang kegiatan dan kebutuhan sehari – hari. Berdasarkan hasil wawan cara dengan responden didapatkan bahwa rata – rata responden menggunakan layanan aplikasi ini sebanyak empat kali dalam satu minggu. Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa kemudahan yang diberikan oleh Grab membuat konsumen sering menggunakan layanan aplikasi ini untuk menunjang kegiatan dan kebutuhan sehari – harinya.

5. KESIMPULAN

- a) Adanya layanan aplikasi online pada saat ini membantu banyak masyarakat (mahasiswa) dalam menunjang kehidupan sehari - hari.
- b) Pada saat ini layanan aplikasi memberikan berbagai macam layanan aplikasi yang dapat menunjang kebutuhan sehari – hari pelanggan layanan aplikasi.
- c) Faktor kenyamanan yang diberikan oleh pelaku penyedia layanan aplikasi membuat konsumen merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi ini sehingga konsumen menggunakan layanan aplikasi ini secara berulang untuk menunjang kegiatan dan kebutuhan sehari – hari konsumen.
- d) Kemudahan transaksi yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan layanan aplikasi merupakan suatu hal yang penting. Hal ini dikarenakan konsumen pada saat ini menginginkan segala sesuatu yang mudah praktis dan efisien. Kemudahan transaksi yang ditawarkan oleh Grab kepada konsumen membuat konsumen bersedia menggunakan layanan aplikasi ini untuk menunjang kegiatan dan kebutuhan sehari – hari.

6. SARAN

- a) Pada penelitian selanjutnya hendaknya obyek penelitian diperluas di seluruh wilayah kota Surabaya bahkan provinsi Jawa Timur.
- b) Lebih memasukkan variabel independen yang lain sehingga model yang dihasilkan lebih dapat menggambarkan faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan aplikasi layanan Grab.
- c) Adapun variabel independen yang dimaksud misalnya pendapatan pengguna aplikasi layanan Grab, jenis pekerjaan dan tujuan dari penggunaan menggunakan layanan aplikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Iramadhani dan Nugroho, M.A.2012.Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan *Computer Self Efficacy*, Terhadap Penggunaan *Online Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/jkpai/article/download/882/701>.
- [2] Hadi, S dan Novi.2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan*. <http://jurnal.fe.uad.ac.id/wp-content/uploads/Syamsul-Hadi-Novi.pdf>.
- [3] Amijaya,G.R.2010.Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi,Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking.*Skripsi*. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Univeritas Diponegoro.Semarang.
- [4] Cania,S.C.2018.Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Go-Pay Pada Pelanggan Maupun Pengemudi Go-Jek. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Islam. Yogyakarta.
- [5] Chen,C.,Zhang,K. Z. K., dan Zhao,S. J.2015. Examining The Effect off Perceived Enjoyment and Habit on Smartphone Addiction: The Role of User Type. *Spinger International Publishing*. MCTECH pp.224-235. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-17957-5_15.
- [6]] Davis, F.D. 1989. Percived Usefulness, Perceived Ease of Use and Acceptance of Information System Technology. *MISQuartely* Vol 13 No.3.

- [7] Nguyen,D.2015. Understanding Perceived Enjoyment and Continuance Intention in Mobile Games.*Master Thesis*.Departement of Information and Service Economy Alto University School of Business.Finland.
- [8] Prakoso,M.A.2017. Dampak Kenyamanan, Kebiasaan,Keterlibatan Pengguna Blog Terhadap Niat Melanjutkan Pengguaan Bolg Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Personal Blog di Univeritas Lampung. *Skripsi*.Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bandar Lampung. Bandar Lampung.
- [9] Departemen Pendidikan Nasional. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [10]Sukmaraga, I. G. B. G.2017. Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Materialisme pada Remaja. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma . Yogyakarta.
- [11]Hildaria,H. 2017. Pengaruh Tingkat Kepercayaan Konsumen, Pengalaman Berbelanja, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Minat Belanja Online Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Santa Dharma Yogyakarta.*Skripsi*.Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Santa Dharma, Yogyakarta.