

Analisis Minat Masyarakat terhadap Pemilihan Moda Transportasi Online

(Studi Pada Pengguna Grab di Salatiga)

Dava Ananditiya¹, Andar Sri Sumantri², Sulistyowati³

¹⁻³Universitas Maritim AMNI Semarang, Indonesia

Alamat: Jl. Soekarno-Hatta No. 180 Semarang

*Korespondensi penulis: dava.ananditiya.1@gmail.com

Abstract. This research aims to find out the rates, time efficiency, and service quality towards the interest of service users in using Grab's online transportation services in the city of Salatiga. The population in this study is all customers who use Grab transportation, where the sampling technique used is non-probability sampling with a sampling type, namely quota sampling with predetermined characteristics and criteria. The analysis method used is descriptive analysis and quantitative analysis, the data is analyzed using multiple linear regression analysis with the help of (software) Statistic Package For Social Science (SPSS) Version 26. The results of this study show that variables, rates, time efficiency, and service quality have a partial effect on the interest of service users. The results of multiple linear regression analysis obtained the equation $Y = 1,029 + 0,220 X_1 + 0,130 X_2 + 0,330 X_3 + \mu$. From the multiple linear regression equation, it can be seen that the most dominant variable that affects the interest of service users is the quality of service with a regression coefficient of 0.330 and with the Adjusted R Squared test of 0.522 or 52.2% of the variable variation tied to the interest of service users can be explained by the tariff-free variable, time efficiency, and service quality. While the remaining 47.8% is explained by other causes outside the variables studied. Based on the results of the research, conclusions can be drawn from the analysis of multiple linear regression and the distribution of respondents' answers regarding independent variables (Tariff, Time Efficiency and Service Quality), which have an influence on dependent variables (Service User Interest).

Keywords: Rate, Time Efficiency, Service Quality, Service User Interest

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan terhadap minat pengguna jasa dalam menggunakan jasa layanan transportasi online Grab di kota Salatiga. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang menggunakan transportasi Grab, yang bagaimana teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jenis sampling yaitu sampling kuota dengan ciri – ciri dan kriteria yang sudah ditentukan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, data di analisis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan (software) Statistic Package For Social Science (SPSS) Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel, tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat pengguna jasa. Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 1,029 + 0,220 X_1 + 0,130 X_2 + 0,330 X_3 + \mu$. Dari persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat pengguna jasa adalah kualitas pelayanan dengan koefisien regresi sebesar 0,330 dan dengan uji Adjusted R Squared sebesar 0,522 atau sebesar 52,2% variasi variabel terikat minat pengguna jasa dapat dijelaskan oleh variabel bebas tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 47,8% dijelaskan oleh sebab – sebab yang lain diluar variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan dari analisis regresi linear berganda dan distribusi jawaban responden mengenai variabel independent (Tarif, Efisiensi Waktu dan Kualitas Pelayanan), memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Minat Pengguna Jasa).

Kata Kunci Tarif, Efisiensi Waktu, Kualitas Pelayanan, Minat Pengguna Jasa

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan pada berbagai sektor, termasuk ekonomi, bisnis, dan transportasi. Transformasi digital

mendorong perusahaan mengembangkan inovasi berbasis teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan, serta memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Sangkay, 2020; Vial, 2019). Selain mengubah proses bisnis, digitalisasi juga memengaruhi perilaku konsumen dalam memperoleh produk maupun jasa secara lebih cepat, mudah, dan efisien (Verhoef et al., 2021).

Salah satu wujud transformasi tersebut adalah berkembangnya layanan transportasi berbasis aplikasi (*online transportation*). Berbeda dengan transportasi konvensional yang memiliki keterbatasan dalam pemesanan, penentuan tarif, dan jangkauan layanan, transportasi online menawarkan kemudahan melalui aplikasi digital yang memungkinkan pengguna memperoleh informasi lokasi pengemudi, estimasi waktu penjemputan, tarif perjalanan, hingga metode pembayaran secara *real time* (Sangkay, 2020; Verhoef et al., 2021). Salah satu perusahaan yang berkembang pesat di Indonesia adalah Grab yang menyediakan berbagai layanan, seperti GrabBike, GrabCar, dan GrabFood, untuk memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat secara efektif dan efisien.

Meningkatnya penggunaan transportasi online menunjukkan bahwa keputusan masyarakat dalam memilih layanan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor utama adalah tarif, yaitu biaya yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh suatu jasa (Yusta & Ruiz, 2011, sebagaimana dikutip dalam Syahputra, 2014). Sistem tarif pada transportasi online memberikan kepastian biaya sebelum perjalanan dimulai sehingga meningkatkan transparansi dan menjadi salah satu keunggulan dibandingkan transportasi konvensional (Asandy & Subandrio, 2023). Namun, masih ditemukan kendala seperti ketidaksesuaian tarif dengan aplikasi, gangguan pembayaran melalui dompet digital maupun QRIS, serta dugaan perbedaan tarif yang dapat memengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat dalam menggunakan layanan transportasi online.

Selain tarif, kualitas pelayanan juga berperan penting dalam membentuk minat masyarakat menggunakan transportasi online. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen melalui layanan yang diberikan (Kotler & Keller, 2016). Pelayanan yang berkualitas, yang meliputi dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, akan meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta mendorong minat penggunaan kembali (Kotler & Keller, 2016). Di samping itu, efisiensi waktu menjadi faktor penting karena kemudahan memperoleh kendaraan, kecepatan proses pemesanan, dan ketepatan waktu perjalanan memberikan nilai tambah bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi (Syam, 2020).

Minat menggunakan suatu layanan merupakan kecenderungan perilaku konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian atau penggunaan jasa (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks transportasi online, minat tersebut dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap tarif, efisiensi waktu, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan, promosi, dan kualitas pelayanan yang diterima. Oleh karena itu, perusahaan transportasi online perlu terus meningkatkan kualitas layanannya agar mampu mempertahankan loyalitas sekaligus meningkatkan jumlah pengguna.

Fenomena penggunaan Grab di Kota Salatiga menunjukkan bahwa layanan transportasi online masih menjadi pilihan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mobilitas. Berdasarkan data Kantor Grab Salatiga tahun 2024, jumlah pengguna Grab pada Januari dan Februari masing-masing mencapai 1.905 dan 1.906 penumpang. Meskipun jumlah pengguna relatif stabil, fluktuasi yang terjadi setiap minggu menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online masih dipengaruhi oleh berbagai faktor. Kondisi tersebut menjadi dasar penting untuk mengkaji pengaruh tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih moda transportasi online Grab di Kota Salatiga.

Tabel 1. Jumlah Penumpang Grab di Salatiga Januari–Februari 2024

Januari 2024		Februari 2024	
Minggu ke-1	370	Minggu ke-1	350
Minggu ke-2	380	Minggu ke-2	386
Minggu ke-3	360	Minggu ke-3	367
Minggu ke-4	395	Minggu ke-4	405
Minggu ke-5	400	Minggu ke-5	398
Total	1905	Total	1906

Sumber: Kantor Grab Salatiga (2024).

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pengguna Grab di Kota Salatiga selama Januari hingga Februari 2024 relatif stabil, meskipun terjadi fluktuasi pada beberapa minggu. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan mobilitas, tetapi juga oleh faktor tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, ketiga faktor tersebut perlu dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat masyarakat dalam memilih transportasi online.

Berbagai penelitian telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan transportasi online. Asandy dan Subandrio (2023) menemukan bahwa harga dan ketepatan

waktu berpengaruh positif terhadap minat pengguna Grab. Muhammad Zufaldi et al. (2019) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan transportasi online. Sementara itu, Ayu Karina Sari dan Prianto (2019) serta Nuraeni (2021) membuktikan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi dan kualitas pelayanan berkontribusi dalam meningkatkan minat serta kepuasan pengguna.

Meskipun demikian, hasil penelitian terdahulu masih menunjukkan inkonsistensi mengenai faktor yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat menggunakan transportasi online. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan di kota-kota besar sehingga kajian mengenai perilaku pengguna Grab di Kota Salatiga masih terbatas. Kondisi ini menjadi research gap yang mendasari penelitian untuk memberikan bukti empiris pada konteks wilayah yang berbeda.

Novelty penelitian ini terletak pada pengujian secara simultan pengaruh tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih moda transportasi online Grab di Kota Salatiga. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran jasa sekaligus menjadi masukan bagi perusahaan transportasi online dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing.

2. KAJIAN TEORITIS

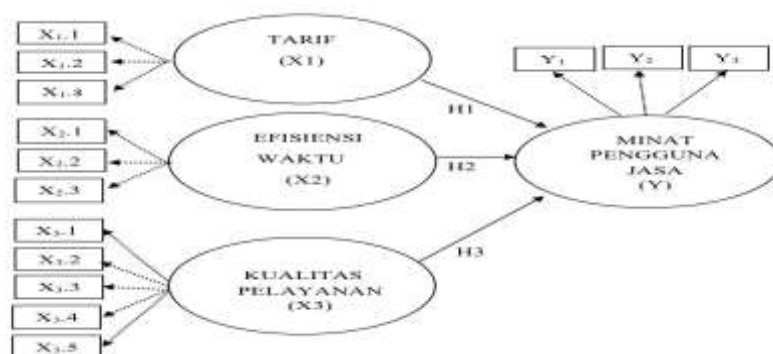
Tarif adalah biaya atau harga yang harus dibayar oleh konsumen yang menggunakan suatu jasa, sebagaimana dinyatakan oleh Yusta, dan Ruiz, 2011) dalam (Syahputra, 2014). Model transportasi online memberikan kepastian tarif yang harus dibayar oleh konsumennya saat memesan, hal ini dinilai menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan transportasi berbasis online, Transportasi online tentang harga sudah pasti dan pengguna sudah tahu berapa yang harus dibayar sampai tujuannya saat memesan. Tarif merupakan salah satu kosakata yang tentu sangat familiar di kalangan masyarakat. Istilah ini memiliki makna yang berkaitan dengan pungutan atas suatu hal dan pihak yang dipungut berkewajiban untuk membayarnya. Tarif dapat melindungi produsen dalam negeri, termasuk industri yang baru berkembang dan menyeimbangkan ketidakadilan pada praktik produsen asing yang melakukan praktik dumping alias menjual harga lebih murah daripada pasar mereka. Selain itu, tarif juga bisa menambah pendapatan pemerintah dari pajak.

Efisiensi menurut Syam (2020) yaitu ukuran keberhasilan suatu kegiatan yang dinilai berdasarkan besarnya sumber daya yang digunakan untuk mencapai hasil

yang di inginkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, waktu adalah seluruh rangkaian saat ketika proses, perbuatan, atau keadaan berada atau berlangsung. Efisiensi waktu adalah usaha untuk mengoptimalkan pemakaian waktu ketika mengerjakan sesuatu dengan efisiensi waktu maka akan menarik minat pengguna jasa. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), efisiensi dapat diartikan sebagai ketepatan cara dalam melakukan sesuatu, dan kemampuan melaksanakan tugas atau tanggung jawab dengan baik dan tepat tanpa membuang biaya, waktu, dan tenaga. Agar lebih memahami apa arti efisiensi, maka kita dapat merujuk pada pendapat ahli. Berikut ini adalah pengertian efisiensi menurut para ahli, menurut Mulyamah (1987;3), pengertian efisiensi adalah suatu ukuran dalam membandingkan rencana penggunaan masukan dengan penggunaan yang direalisasikan atau perkataan lain penggunaan yang sebenarnya. Menurut S. P. Hasibuan (1984;233-4), pengertian efisiensi adalah perbandingan yang terbaik antara input (masukan) dan output (hasil antara keuntungan dengan sumber-sumber yang dipergunakan), seperti halnya juga hasil optimal yang dicapai dengan penggunaan sumber yang terbatas. Dengan kata lain hubungan antara apa yang telah diselesaikan.

Definisi Kualitas Pelayanan, Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menanggung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Goesth dan Davis (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa manusia, proses, lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Menurut Abdullah dan Tantri (2019) kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumen.

Dari penjelasan di atas maka model penelitian ini tampak pada gambar berikut:



Dengan hipotesis :

1. H1 : Diduga tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Masyarakat dalam pemilihan moda transportasi online grab di Salatiga.
2. H2 : Diduga efisien waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam pemilihan moda transportasi online grab di Salatiga.
3. H3 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam pemilihan moda transportasi online grab di Salatiga.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat dalam memilih moda transportasi online Grab di Kota Salatiga. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna Grab yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode quota sampling berdasarkan kriteria tertentu. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan inferensial menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26. Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), serta koefisien determinasi (Adjusted R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Hasil uji kualitas instrumen menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel tarif, efisiensi waktu, kualitas pelayanan, dan minat pengguna dinyatakan valid, karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (0,2565). Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas batas minimum 0,70, yaitu tarif sebesar 0,743, efisiensi waktu 0,891, kualitas pelayanan 0,900, dan minat pengguna 0,800. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi seluruh persyaratan analisis. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($>0,05$) sehingga data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai tolerance masing-masing sebesar 0,795; 0,997; dan 0,795 ($>0,10$) serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,259; 1,003; dan 1,258 (<10), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser memperoleh nilai signifikansi variabel tarif sebesar 0,243, efisiensi waktu 0,431, dan kualitas pelayanan 0,673 ($>0,05$), yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson menghasilkan nilai 2,010, yang berada pada rentang dua ($1,7364 < DW < 2,2636$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari autokorelasi dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (β)	t hitung	Sig.
Konstanta	1,029	-	-
Tarif (X_1)	0,220	2,689	0,008
Efisiensi Waktu (X_2)	0,130	2,279	0,025
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,330	7,620	0,007

Sumber: Data yang diproses menggunakan SPSS 25, 2026

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan regresi $Y = 1,029 + 0,220X_1 + 0,130X_2 + 0,330X_3$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat dalam

menggunakan transportasi online Grab di Kota Salatiga. Nilai koefisien regresi positif pada setiap variabel mengindikasikan bahwa peningkatan persepsi terhadap tarif yang sesuai, efisiensi waktu, maupun kualitas pelayanan akan diikuti oleh peningkatan minat masyarakat menggunakan layanan Grab. Di antara ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi terbesar ($\beta = 0,330$), sehingga menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi minat masyarakat.

Uji Hipotesis

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keputusan
Tarif (X_1)	2,689	1,98472	0,008	H_1 diterima
Efisiensi Waktu (X_2)	2,279	1,98472	0,025	H_2 diterima
Kualitas Pelayanan (X_3)	7,620	1,98472	0,007	H_3 diterima

Sumber: Data yang diproses menggunakan SPSS 25, 2026

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online Grab di Kota Salatiga. Variabel tarif memperoleh nilai t hitung sebesar 2,689 dengan nilai signifikansi 0,008 ($<0,05$), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Variabel efisiensi waktu memiliki t hitung sebesar 2,279 dengan nilai signifikansi 0,025 ($<0,05$), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Sementara itu, variabel kualitas pelayanan memperoleh t hitung sebesar 7,620 dengan nilai signifikansi 0,007 ($<0,05$), sehingga menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan Grab. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian (H_1 , H_2 , dan H_3) dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Statistik	Nilai
R	0,732
R Square	0,536
Adjusted R Square	0,522
Std. Error of the Estimate	1,085

Sumber: Data yang diproses menggunakan SPSS 25, 2026

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,522. Hal ini berarti bahwa variabel tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mampu menjelaskan 52,2% variasi minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online Grab di Kota Salatiga. Sementara itu, 47,8% sisanya

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis, seperti promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan, persepsi keamanan, maupun variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat masyarakat.

Pembahasan

Pengaruh Tarif terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Transportasi Online Grab

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan transportasi online Grab di Kota Salatiga. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,220, nilai *t* hitung sebesar 2,689, serta tingkat signifikansi 0,008 ($<0,05$). Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin sesuai dan transparan tarif yang ditawarkan Grab, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Tarif merupakan salah satu pertimbangan utama konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan suatu jasa karena berkaitan langsung dengan kemampuan dan kesediaan konsumen untuk membayar. Sistem tarif Grab yang ditampilkan sebelum perjalanan memberikan kepastian biaya sehingga mampu mengurangi ketidakpastian transaksi dibandingkan transportasi konvensional. Selain itu, transparansi tarif memberikan rasa aman kepada konsumen karena mereka dapat mengetahui besarnya biaya perjalanan sebelum melakukan pemesanan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asandy dan Subandrio (2023) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat pengguna transportasi online. Temuan ini juga mendukung penelitian Muhammad Zufaldi et al. (2019) yang menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi online. Dengan demikian, tarif yang kompetitif dan transparan menjadi strategi penting bagi Grab untuk mempertahankan minat pengguna.

Pengaruh Efisiensi Waktu terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Transportasi Online Grab

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efisiensi waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan transportasi online Grab dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,130, nilai *t* hitung sebesar 2,279, dan tingkat signifikansi 0,025 ($<0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin cepat dan efisien pelayanan yang

diberikan Grab, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut.

Efisiensi waktu merupakan salah satu keunggulan utama transportasi online dibandingkan transportasi konvensional. Kemudahan dalam memperoleh kendaraan, kecepatan proses pemesanan, estimasi waktu penjemputan, serta kemudahan menentukan tujuan perjalanan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi. Kondisi tersebut menjadikan transportasi online sebagai alternatif yang lebih praktis dan mampu menghemat waktu perjalanan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Asandy dan Subandrio (2023) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap minat pengguna transportasi online. Temuan ini juga mendukung pendapat Syam (2020) yang menjelaskan bahwa efisiensi waktu merupakan salah satu indikator penting yang mampu meningkatkan kepuasan dan minat masyarakat dalam menggunakan suatu layanan berbasis teknologi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Transportasi Online Grab

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan transportasi online Grab. Hal ini dibuktikan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,330, nilai t hitung sebesar 7,620, dan tingkat signifikansi 0,007 ($<0,05$). Nilai koefisien regresi tersebut merupakan yang terbesar dibandingkan variabel lainnya, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling dominan memengaruhi minat masyarakat menggunakan Grab di Kota Salatiga.

Kualitas pelayanan yang baik mampu menciptakan rasa nyaman, aman, dan percaya kepada konsumen. Pelayanan yang ramah, ketepatan waktu penjemputan, kondisi kendaraan yang layak, serta kemampuan pengemudi memberikan pelayanan sesuai harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas pelayanan yang mampu memenuhi atau melebihi harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan serta mendorong minat menggunakan kembali suatu jasa.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayu Karina Sari dan Prianto (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan ulang layanan Grab. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Nuraeni (2021) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang meningkatkan kepuasan sekaligus keputusan masyarakat dalam menggunakan transportasi online. Oleh karena itu, Grab perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, baik melalui

peningkatan kompetensi pengemudi, keamanan perjalanan, maupun kemudahan penggunaan aplikasi agar mampu mempertahankan loyalitas pengguna.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tarif, efisiensi waktu, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan moda transportasi online Grab di Kota Salatiga. Dari ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat masyarakat, diikuti oleh tarif dan efisiensi waktu. Hal ini menunjukkan bahwa selain menawarkan tarif yang kompetitif dan layanan yang efisien, peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi utama yang perlu diprioritaskan oleh Grab untuk meningkatkan minat serta mempertahankan loyalitas pengguna jasa.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Grab disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi pengemudi, ketepatan waktu pelayanan, keamanan perjalanan, serta kemudahan penggunaan aplikasi. Selain itu, perusahaan perlu menjaga transparansi tarif dan meningkatkan efisiensi layanan agar kepercayaan dan minat masyarakat tetap terjaga. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti promosi, kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan, kepuasan pelanggan, atau persepsi keamanan, serta memperluas cakupan wilayah penelitian sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR REFERENSI

- Asandy, A. A., & Subandrio. (2023). The influence of advertising attraction, price, and timeliness on interest in users of Grab online transportation services in Bengkulu City. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Bisnis Digital*, 2(2), 433–442.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Muhammad Zufaldi, Evanita, S., & Septrizola, W. (2019). Pengaruh daya tarik iklan, harga, dan electronic word of mouth (eWOM) terhadap minat pengguna jasa transportasi online Grab di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(1), 380–389.

- Nuraeni. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa transportasi online Grab (Studi kasus pada mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 94–100.
- Sangkay. (2020). Pengaruh perkembangan teknologi terhadap layanan transportasi berbasis aplikasi. *Jurnal Ilmiah*.
- Sari, A. K., & Prianto, A. (2019). Pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pengguna jasa transportasi online Grab di Jombang.
- Syahputra. (2014). Pengaruh tarif terhadap minat penggunaan jasa transportasi.
- Syam. (2020). Efisiensi waktu sebagai faktor dalam peningkatan kualitas pelayanan.
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>