

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS  
LAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PENGGUNA JASA  
TRANSPORTASI ONLINE “GRAB” DI JOMBANG**

<sup>1</sup>Ayu Karina Sari, <sup>2</sup>Agus Prianto  
<sup>1,2</sup>Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang  
E-mail : [karinaayu79@gmail.com](mailto:karinaayu79@gmail.com)

**ABSTRAK**

Sari, Ayu Karina. 2019. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Jasa Transportasi Online “Grab” di Jombang*. Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang. Dr. Agus Prianto, M.Pd

Kata kunci : Kemudahan penggunaan, Kualitas Layanan, Minat Beli Ulang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada pengguna jasa transportasi online Grab di Jombang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, dan menggunakan rumus Slovin. Jumlah Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 108 responden. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda. Untuk variabel dependen (Y) dari peneliti ini adalah minat beli ulang, untuk variabel independen (X) adalah kemudahan penggunaan dan kualitas layanan.

Hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan:  $Y = 5.402 + 0.231 X_1 + 0.058 X_2$ . Berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,381 artinya bahwa 39,3% variasi dari variabel minat beli ulang dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan. Sedangkan 60,7% lainnya dikontribusikan oleh variabel lainnya diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) ada pengaruh signifikan positif antara kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang, (2) ada pengaruh signifikan positif antara kualitas layanan terhadap minat beli ulang, (3) ada pengaruh signifikan positif antara kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau 5%.

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Dampak yang diberikan juga cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi, khususnya perkembangan teknologi informasi. Didukung oleh berkembangnya jaringan teknologi informasi di masyarakat yang sering disebut internet. Internet telah menjadi pendorong bagi perubahan dunia khususnya dalam hal mempermudah urusan manusia. Mulai dari cara orang berkomunikasi, berinteraksi dengan sesama, bahkan cara orang dalam berbisnis. Meratanya sistem layanan internet dan tingginya pengaruh *smartphone* membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang berpotensi bagi pengembangan aplikasi berbasis *online*.

Usaha berbasis *online* yang dijalankan dengan sebuah aplikasi dan sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor atau yang biasa disebut dengan ojek. Ojek adalah transportasi umum non formal yang berupa sepeda motor. Keberadaan ojek yang tidak memiliki izin pengoperasian sehingga disebut non formal. Jika dahulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek *online* yang dikelola secara profesional dengan nama Grab.

Di Indonesia Perusahaan Grab awalnya hanya menjadi penyedia aplikasi yang menghubungkan antara konsumen dengan supir taksi konvensional. Dengan kata lain, layanan ini mempermudah para supir taksi konvensional untuk mencari penumpang. Seiring dengan popularitasnya yang semakin meluas, pada 2015 *GrabTaxi* melakukan ekspansi dengan merilis layanan ojek *online* pesaing *Go-Jek*, yakni *GrabBike*. Layanan ini pun bisa diterima dengan baik oleh masyarakat karena Grab menyediakan pelatihan keamanan untuk pengemudi, dengan dilengkapi fitur keamanan seperti pelacakan nomor, jaminan asuransi kecelakaan pribadi, edukasi keamanan dan kerjasama dengan pemerintah.

*Grab* hadir di kota Jombang hampir pada akhir tahun 2017 yaitu bulan November sebagai layanan transportasi kendaraan pertama via *online*. *Grab* merupakan alternatif transportasi yang menawarkan perkembangan transformasi dari sistem lama menjadi suatu sistem yang sama sekali berbeda namun sangat cocok dengan kebutuhan masyarakat yang mempunyai mobilitas tinggi saat ini.

Minat beli menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu (Oliver, 2006).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat pembelian ulang adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Hartono, 2007:115). Layanan jasa transportasi *online* menawarkan berbagai jasa yang dapat mempermudah pengguna dalam memenuhi kebutuhannya.

Lupiyoadi (2006) mendefinisikan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Sedangkan menurut Subihaiani (2001) kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*).

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Luluk, seorang pelanggan setia Grab mengatakan sering menggunakan jasa angkutan online meskipun tempat tujuannya dekat dikarenakan murah. Tidak jarang Grab memberikan diskon setengah harga bahkan gratis karena sangat seringnya menggunakan aplikasi sehingga poin yang didapatkan bertambah dan apabila ditukar dengan nilai poin sesuai yang tertera pada Grab Rewards bisa mendapatkan perjalanan gratis. Grab juga menyediakan pembayaran nontunai menggunakan Grab-Pay sekarang menjadi OVO yang membuat tarif Grab menjadi lebih murah daripada membayar tunai, dengan menggunakan OVO pada setiap transaksi akan mendapatkan poin setiap 1 poin OVO bernilai Rp 1. Ibu Luluk menganggap kualitas layanan yang diberikan juga baik sekali. Dilihat dari ketepatan waktu saat menjemput dan sampai di tempat tujuan dengan cepat. Sebelum berangkat selalu disapa oleh pengemudi kemudian menawarkan untuk menggunakan helm keselamatan jika menggunakan sepeda motor dan menggunakan sabuk pengaman untuk mobil. Saat diperjalanan, pengemudi membuat suasana semakin hangat dengan mengajak penumpang untuk berbasa-basi. Hal tersebut membuat Ibu Luluk lebih memilih untuk menggunakan Grab daripada menggunakan jasa angkutan umum lainnya.

Hasil observasi keberadaan jasa transportasi online pertama di Kota Jombang ialah Grab yang dipromosikan melalui akun *official instagram* @info\_jombang membuat pengikut akun tersebut tertarik untuk mencoba aplikasi Grab. Seiring berjalannya waktu masyarakat dengan berbagai usia dari dewasa, remaja bahkan anak-anak sudah banyak yang mengenal dan tertarik menggunakan jasa layanan Grab daripada menggunakan jasa angkutan yang lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Jombang”.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Pada batasan masalah ini dijelaskan tentang istilah yang digunakan dalam penelitian maka diperlukan suatu batasan untuk masing-masing variabel dalam penelitian. Adapun batasan yang peneliti berikan ialah :

1. Kemudahan penggunaan dibatasi pada indikator : aplikasi harus mudah dipelajari, aplikasi harus mudah dikontrol atau dikendalikan, aplikasi harus jelas dan dapat dipahami, aplikasi dapat disesuaikan dan digunakan kapanpun.
2. Kualitas layanan dibatasi pada indikator : berwujud, keandalan, ketanggapan, dan empati.
3. Minat beli ulang dibatasi pada indikator : minat transaksional, dan minat referensial.
4. Subyek yang diteliti adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi angkatan 2016, 2017 dan 2018 STKIP PGRI Jombang pengguna aplikasi GRAB.

## **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Adakah pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang ?
2. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang ?
3. Adakah pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dan kegunaan penelitian menggambarkan sesuatu yang hendak diperoleh dari penelitian ini, sehingga menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi Grab di Jombang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang.

## **KAJIAN PUSTAKA**

## **A. Kajian Teori Variabel Bebas**

### **1. Kemudahan Penggunaan ( $X_1$ )**

#### **a. Teori Kemudahan Penggunaan**

Menurut Hartono dalam Hidayat (2017:67) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan tentang proses pengambilan keputusan jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Begitupun sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

### **2. Kualitas Layanan ( $X_2$ )**

#### **a. Teori Kualitas Layanan**

Kotler dan Keller (2009:143) menjelaskan bahwa kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

## **B. Kajian Teori Variabel Terikat**

### **1. Minat Beli Ulang (Y)**

#### **a. Pengertian Minat Beli Ulang**

Menurut Howard (1994) dalam Durianto (2004) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

## **C. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiono, 2015: 63). Karena masalah yang diteliti ini merupakan usaha untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh hasil belajar, maka dua hipotesis yang muncul.

Berdasarkan rumusan masalah dan dengan mempertimbangkan teori-teori yang relevan dengan permasalahan, maka hipotesis penelitian ini adalah :

**H1** : Ada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang

**H2** : Ada pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang

**H3** : Ada pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua

variabel atau lebih. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, analisis data, dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan uji regresi berganda yang tujuannya adalah untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang jasa transportasi online Grab di Jombang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* yang artinya setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus Slovin.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.6**  
**Analisis Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.402	.995		5.428	.000
Kemudahan Penggunaan	.231	.030	.585	7.641	.000
Kualitas Layanan	.058	.026	.171	2.236	.027

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Bentuk persamaan pengaruh variabel X terhadap Y adalah sebagai berikut :

$$Y = 5.402 + 0.231 X_1 + 0.058 X_2$$

1. Konstanta (a) = 5.402 bernilai positif menunjukkan pengaruh positif. Ini berarti apabila variabel kemudahan penggunaan dan kualitas layanan mengalami peningkatan maka minat beli ulang akan mengalami peningkatan. Hal ini dikarenakan nilai konstanta bertanda positif.
2. Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan adalah sebesar 0,231. Koefisien regresi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa

antara kemudahan penggunaan dan minat beli ulang terdapat hubungan yang searah, artinya jika ada peningkatan dalam kemudahan penggunaan maka minat beli ulang juga akan meningkat.

3. Koefisien regresi variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,058. Koefisien regresi tersebut bertanda positif yang menunjukkan bahwa antara kualitas layanan dan minat beli ulang terdapat hubungan yang searah, artinya jika ada peningkatan dalam kualitas layanan atau layanan yang ditawarkan sesuai maka minat beli ulang juga akan meningkat.

## B. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji T

**Tabel 4.7**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	5.402	.995		5.428	.000
Kemudahan Penggunaan	.231	.030	.585	7.641	.000
Kualitas Layanan	.058	.026	.171	2.236	.027

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

- a. Berdasarkan hasil analisis kemudahan penggunaan mempunyai t hitung yakni 7.641 dengan signifikansi = 0,000. Jadi  $7.641 > 1.659$  atau  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.
- b. Berdasarkan hasil analisis kualitas layanan mempunyai t hitung yakni 2.236 dengan signifikansi = 0,027. Jadi  $2.236 > 1.659$  atau  $0,027 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

### 2. Uji F

**Tabel 4.8**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1Regression	114.874	2	57.437	33.944	.000 <sup>a</sup>
Residual	177.672	105	1.692		

Total	292.546	107		
-------	---------	-----	--	--

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil analisa diperoleh F hitung sebesar 33.944 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini membuktikan bahwa F hitung (33.944) yang lebih besar dari F tabel (3.083), maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kemudahan penggunaan dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap minat beli ulang.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

**Tabel 4.9**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		108	108
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	1.31891005	1.60744149
Most Extreme Differences	Absolute	.105	.072
	Positive	.105	.072
	Negative	-.060	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		1.095	.752
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182	.624

a. Test distribution is Normal.

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel 4.9 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, tepatnya pada Asymp. Sig. Nilai variabel kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) sebesar  $0,182 > 0,05$  dan variabel kualitas layanan ( $X_2$ ) sebesar  $0,624 > 0,05$ . Dari kedua variabel tersebut maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.10**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	5.402	.995		5.428	.000		
Kemudahan Penggunaan	.231	.030	.585	7.641	.000	.988	1.012
Kualitas Layanan	.058	.026	.171	2.236	.027	.988	1.012

a. Dependent

Variable: Minat

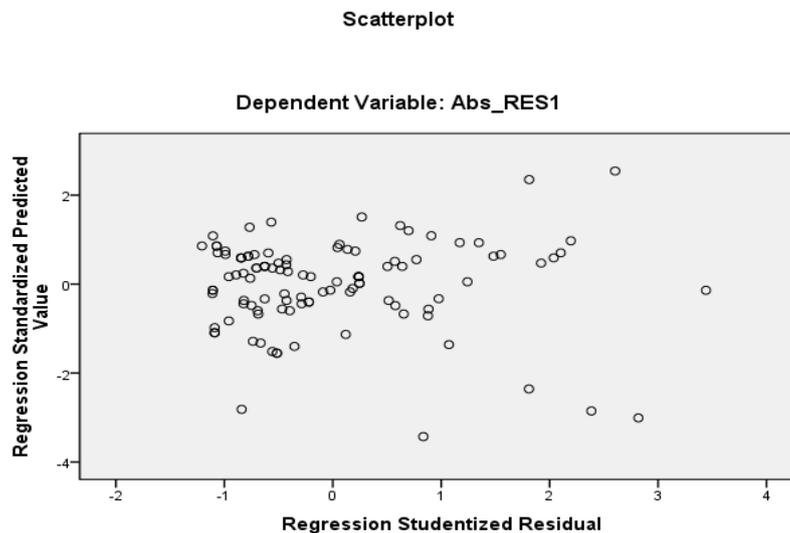
Beli Ulang

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Nilai *tolerance* variabel kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) yakni 0,988 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) yakni 1,012 lebih kecil dari 10,00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 4.1**



Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Berdasarkan gambar grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel independen dengan residualnya diperoleh hasil tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memperbaiki minat beli ulang jasa transportasi online Grab berdasarkan variabel independen kemudahan penggunaan dan kualitas layanan.

#### 4. Uji Autokorelasi

**Tabel 4.11**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.627 <sup>a</sup>	.393	.381	1.30081	1.844

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel di atas nilai *Durbin-Watson* (d) sebesar 1.844 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1.7437 dan kurang dari (4-dU)  $4 - 1.7437 = 2.2563$ . Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin-Watson* di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

#### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 4.12**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 <sup>a</sup>	.393	.381	1.30081

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan

Sumber : SPSS, diolah peneliti 2019

Berdasarkan tabel 4.12 diatas didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,381. Hasil tersebut berarti kontribusi dari kedua variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel terikat

yaitu minat beli ulang (Y) adalah sebesar 39,3% sedangkan 60,7% lainnya dikontribusikan oleh variabel lain diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini.

#### **D. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kemudahan penggunaan dari hasil Uji Test,  $t_{hitung}$  yakni  $7.641 > 1.659$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sangat penting untuk menjadikan pengguna layanan melakukan pembelian ulang pada jasa transportasi online Grab, sebab dengan adanya kemudahan penggunaan pada aplikasi yang sesuai maka pengguna akan merasa yakin untuk tetap melakukan pembelian ulang jasa transportasi online Grab karena aplikasi yang mudah dipelajari, aplikasi yang mudah dikendalikan oleh pengguna layanan, aplikasi yang jelas dan dapat dipahami, serta aplikasi yang dapat disesuaikan dan digunakan kapanpun dan dimanapun oleh pengguna. Dari tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi Grab sudah memenuhi harapan pengguna. Hasil penelitian ini didukung dengan teori Hidayat (2017:67) yang menyatakan bahwa faktor kemudahan akan berdampak pada perilaku yaitu, semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi informasi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan dari Uji Test,  $t_{hitung}$  yakni  $2.236 > 1.659$  dengan signifikan  $0,027 < 0,05$ . Hal ini dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan minat pembelian ulang jasa transportasi online Grab di Jombang.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa pengguna Grab sangat memperhatikan kemudahan penggunaan saat mengoperasikan aplikasi Grab serta memperhatikan kualitas layanan dari aplikasi maupun *driver* Grab sehingga menciptakan minat beli ulang layanan transportasi online Grab. Dari pengujian perhitungan koefisien determinasi (*Adjusted R square*) sebesar 0,381. Hasil tersebut berarti kontribusi dari kedua variabel bebas yaitu kemudahan penggunaan (X1) dan kualitas layanan (X2) yang disertakan dalam persamaan regresi terhadap variabel terikat yaitu minat beli ulang (Y) adalah sebesar 39,3% sedangkan 60,7% lainnya dikontribusikan oleh variabel lainnya diluar variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini. Dan jika kedua hal tersebut terus dapat ditingkatkan oleh produsen Grab, maka tingkat minat beli ulang

pengguna jasa transportasi online Grab di Jombang juga semakin meningkat. Begitu juga sebaliknya, jika produsen tidak dapat menciptakan kemudahan penggunaan pada aplikasi dan meningkatkan kualitas layanan sesuai harapan pengguna maka akan berdampak pada penurunan minat beli ulang jasa transportasi online Grab.

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan penggunaan dan variabel kualitas layanan terhadap variabel minat beli ulang pengguna jasa transportasi online Grab di Jombang. Dari analisis data yang telah dilakukan oleh penulis dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan dari peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian variabel kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli ulang.
2. Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli ulang.
3. Berdasarkan hasil penelitian dari kedua variabel yaitu kemudahan penggunaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang.

### **B. Saran**

Berdasarkan analisa data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran-saran sebagai pelengkap terhadap hasil penelitian yang diberikan sebagai berikut :

1. Bagi manajemen Grab  
Manajemen Grab diharapkan terus bisa meningkatkan kualitas layanan.
2. Bagi peneliti berikutnya diharapkan untuk bisa menambahkan lagi variabel-variabel lain yang berkaitan erat secara teori terhadap minat pembelian ulang, agar lebih banyak diketahui lagi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli ulang jasa transportasi online Grab.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Durianto dan Liana S. (2004). *Strategi Menaklukkan Pasar*; Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hartono, Jogiyanto. 2007. *Metodelogi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Hidayat, I., Arifin, R., & Priyono, A. A. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Harga, dan Kualitas Informasi Penggunaan E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Bukapalac.com

(Studi Pada Mahasiswa S1 Fak. Ekonomi Unisma Angkatan 2013). *e-Jurnal Riset Manajemen*, 6(3), 65-77.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua Jakarta: Salemba Empat

Subihaini. (2001). *Analisis Konsekuensi Kualitas Layanan pada Perilaku Konsumen*. *Jurnal Bisnis dan Strategi*. Tahun VI, h.99-115.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta