



Persepsi dan Perilaku Pengguna dalam Menggunakan Aplikasi Mobile Gojek untuk Pemesanan Makanan Secara Online: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Pengalaman Pengguna dan Kepuasan Pengguna

Monika Silvia Gultom^{1*}, Mariana Simanjuntak²

^{1,2} Institut Teknologi Del

Email: monikagultom486@gmail.com^{1*}, lisbeth.anna@gmail.com²

*Korespondensi penulis: monikagultom486@gmail.com

Abstract: Mobile applications have become an integral part of everyday life. One example is Gojek, which is popular in Indonesia with a variety of services including online food ordering. Ordering food through this application offers comfort and convenience for users. To gain a deeper understanding of user responses and behavior in using this application, comprehensive research is needed. The method used in this research uses a quantitative approach. The results of this research are that User Satisfaction (KP) has an *R-Square* value of 0.699 and an Adjusted *R-Square* value of 0.666. Then the User Experience (PP) variable has an *R-Square* value of 0.402 and an Adjusted *R-Square* value of 0.382. This means that the User Satisfaction (KP) variable contributes 69.9%, the remaining 30.1% is caused by variables that have not been studied. Furthermore, the User Experience (PP) variable contributed 40.2%, the remaining 59.8% was caused by variables that had not been studied.

Keywords: Mobile Gojek, User Behavior, User satisfaction

Abstrak: Aplikasi mobile telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya adalah Gojek, yang populer di Indonesia dengan berbagai layanan termasuk pemesanan makanan secara online. Pemesanan makanan melalui aplikasi ini menawarkan kenyamanan dan kemudahan bagi pengguna. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang respons dan perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi ini, diperlukan penelitian yang komprehensif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini Kepuasan Pengguna (KP) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.699 dan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0.666. Kemudian variabel Pengalaman Pengguna (PP) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.402 dan nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0.382. Artinya Variabel Kepuasan Pengguna (KP) menyumbang 69.9%, sisanya sebesar 30.1% disebabkan oleh variabel yang belum diteliti. Selanjutnya Variabel Pengalaman Pengguna (PP) menyumbang 40.2%, sisanya sebesar 59.8% disebabkan oleh variabel yang belum diteliti.

Kata kunci: Mobile Gojek, Perilaku Pengguna, kepuasan Pengguna

1. LATAR BELAKANG

Dalam era digital saat ini, aplikasi mobile telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu aplikasi yang populer di Indonesia adalah Gojek, yang menyediakan berbagai layanan termasuk pemesanan makanan secara online. Pemesanan makanan melalui aplikasi ini menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi pengguna. Namun, untuk memahami lebih dalam tentang bagaimana pengguna merespon dan berperilaku dalam menggunakan aplikasi ini, perlu dilakukan penelitian yang mendalam.

Pertumbuhan teknologi dan internet telah mengubah cara konsumen melakukan berbagai aktivitas, termasuk pemesanan makanan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suhartono dan Sugiharto (2019), persepsi kemudahan penggunaan dan kegunaan adalah dua

faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Dalam konteks aplikasi Gojek, persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan sebagai seberapa mudah pengguna merasa dalam mengoperasikan aplikasi ini untuk memesan makanan. Persepsi kegunaan mengacu pada seberapa besar pengguna merasa aplikasi ini bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan mereka (Suhartono & Sugiharto, 2019).

Selain itu, pengalaman pengguna dan kepuasan pengguna juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi perilaku penggunaan aplikasi. Ramadhani (2020) menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang positif akan meningkatkan kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut. Kepuasan pengguna, yang dipengaruhi oleh ekspektasi dan realitas layanan, juga berperan besar dalam menentukan tingkat penggunaan berulang (Ramadhani, 2020)

2. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis persepsi kemudahan penggunaan aplikasi Gojek dalam konteks pemesanan makanan secara online di Indonesia. Persepsi kemudahan penggunaan diukur dengan mengkaji bagaimana pengguna merasa dalam mengoperasikan aplikasi ini, apakah mudah digunakan atau tidak. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji persepsi kegunaan aplikasi Gojek, yang diukur berdasarkan seberapa besar pengguna merasa bahwa aplikasi ini bermanfaat dan efisien dalam memenuhi kebutuhan mereka akan layanan pemesanan makanan.

Penelitian ini juga menilai pengalaman pengguna selama menggunakan aplikasi Gojek, mencakup aspek-aspek seperti antarmuka pengguna, kecepatan layanan, dan kepuasan terhadap pengalaman keseluruhan. Tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan pemesanan makanan melalui aplikasi Gojek juga dianalisis untuk memahami sejauh mana aplikasi ini memenuhi ekspektasi pengguna dan mempengaruhi tingkat penggunaan berulang. Dengan menganalisis hubungan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, pengalaman pengguna, dan kepuasan pengguna, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi Gojek untuk pemesanan makanan online di Indonesia (Suhartono & Sugiharto, 2019; Ramadhani, 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari pengguna aplikasi Gojek di Indonesia. Survei dipilih karena

memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dan menganalisisnya secara statistik untuk menemukan pola dan hubungan antara variabel yang diteliti. Populasi penelitian adalah pengguna aktif aplikasi Gojek, dengan sampel yang diambil secara acak dari berbagai kota besar di Indonesia. Jumlah sampel yang ditargetkan adalah 500 responden, yang diambil menggunakan teknik simple random sampling untuk memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Kuesioner yang digunakan dalam survei ini dirancang berdasarkan kerangka teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), dan mencakup pertanyaan yang mengukur persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, pengalaman pengguna, dan kepuasan pengguna. Skala Likert 5 poin digunakan untuk mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner (Suhartono & Sugiharto, 2019; Ramadhani, 2020).

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan inferensial. Statistik deskriptif seperti frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban mereka terhadap pertanyaan dalam kuesioner. Analisis inferensial, seperti regresi linear, digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, pengalaman pengguna, dan kepuasan pengguna. Regresi linear membantu mengidentifikasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau SmartPLS untuk memastikan keakuratan dan keandalan hasil penelitian (Hair et al., 2010).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian Berikut adalah hasil perhitungan validitas dan reliabilitas yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Kode	Variabel	Nilai Validitas	Nilai Reliabilitas
PKP 1	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.723	0.891
PKP 2		0.831	
PKP 3		0.815	
PKP 4		0.928	
PK 1	Persepsi Kegunaan	0.808	0.890
PK 2		0.899	
PK 3		0.802	
KP 1	Kepuasan Pengguna	0.868	0.875
KP 2		0.882	
KP 3		0.816	
PP 1	Pengalaman Pengguna	0.889	0.896
PP 2		0.766	
PP 3		0.903	

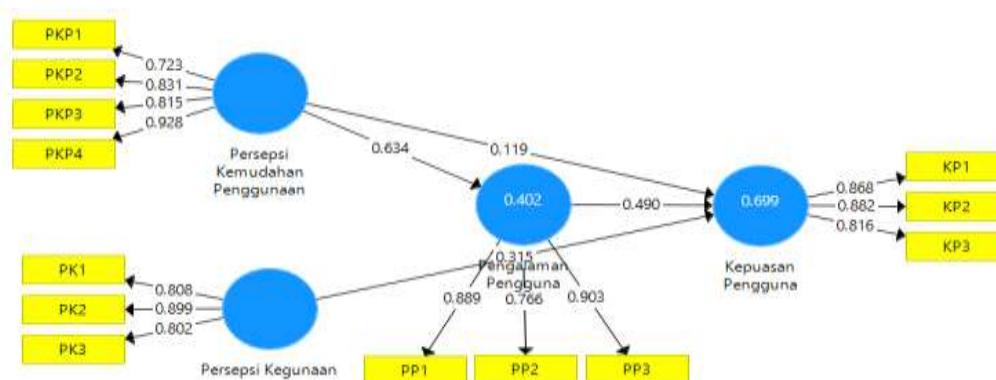
Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa seluruh nilai validitas atau nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap indikator telah melebihi nilai 0,349. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh data pada setiap indikator telah valid. Selain itu, nilai reliabilitas yang dihasilkan pada setiap variabel juga telah lebih dari 0.60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel telah memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, data penelitian layak untuk dianalisis lebih lanjut karena telah valid dan reliabel.

Selanjutnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas indikator melalui model SEM. Validitas variabel pada model SEM ditinjau dari nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Sedangkan reliabilitas variabel pada model SEM ditinjau dari nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai batas validitas yang diperlukan agar variabel dikatakan valid adalah $AVE \geq 0.50$. Sedangkan, nilai batas reliabilitas yang diperlukan agar variabel dikatakan reliabel adalah *Composite Reliability* > 0.60 atau *Cronbach's Alpha* > 0.60. Adapun berikut tabel hasil perhitungan validitas dan reliabilitas variabel menggunakan model SEM:

Tabel 4.2

Variabel	Cronbach's Alpha	Composites Reliability	Average Variances Extracted (AVE)
PKP	0.817	0.891	0.732
PK	0.816	0.890	0.731
KP	0.785	0.875	0.701
PP	0.849	0.896	0.685

Berdasarkan Tabel di atas, terlihat bahwa setiap variabel telah valid dan reliabel berdasarkan nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability*, dan AVE. Dengan demikian, langkah selanjutnya adalah estimasi model. Setelah seluruh indikator dan variabel dinyatakan valid dan reliabel, maka dilakukan estimasi model SEM. Adapun berikut gambar estimasi model SEM:



Gambar 4.1

Setelah didapatkan estimasi model SEM, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis untuk melihat signifikansi hubungan antar variabel. Pengujian hipotesis tersebut dapat diringkas pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
PP > KP	0.490	0.495	0.164	2.993	0.003
PK > KP	0.315	0.318	0.169	1.863	0.063
PKP > KP	0.119	0.117	0.155	0.766	0.444
PKP > PP	0.634	0.658	0.109	5.793	0.000

Kriteria pengujian dalam hal ini yakni apabila nilai dari *P-Value* < 0,05 maka H0 ditolak, begitu juga sebaliknya apabila nilai *P-Value* > 0,05 maka H1 diterima. Berdasarkan tabel diatas dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengalaman Pengguna (PP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pengalaman Pengguna (PP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pengalaman Pengguna (PP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai dari *P-Value* yakni 0.003 dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pengalaman Pengguna (PP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP).

b. Pengaruh Persepsi Kegunaan (PK) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kegunaan (PK) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kegunaan (PK) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai dari *P-Value* sebesar 0.063 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kegunaan (PK) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP).

c. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai dari *P-Value* sebesar 0.444 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Kepuasan Pengguna (KP).

d. Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Pengalaman Pengguna (PP)
H0: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Pengalaman Pengguna (PP)

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Pengalaman Pengguna (PP)

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa nilai dari *P-Value* sebesar 0.000 maka dapat disimpulkan bahwa H0 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Persepsi Kemudahan Pengguna (PKP) Terhadap Pengalaman Pengguna (PP).

Lebih lanjut, hasil permodelan tersebut memiliki nilai koefisien determinasi yang disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Variabel	R Square	R Square Adjusted
KP	0.699	0.666
PP	0.402	0.382

Dari tabel diatas memperlihatkan bahwa Kepuasan Pengguna (KP) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.699 dan nilai *R-Square Ajusted* sebesar 0.666. Kemudian variabel Pengalaman Pengguna (PP) memiliki nilai *R-Square* sebesar 0.402 dan nilai *R-Square Ajusted* sebesar 0.382. Artinya Variabel Kepuasan Pengguna (KP) menyumbang 69.9%, sisanya sebesar 30.1% disebabkan oleh variabel yang belum diteliti. Selanjutnya Variabel Pengalaman Pengguna (PP) menyumbang 40.2%, sisanya sebesar 59.8% disebabkan oleh variabel yang belum diteliti.

5. KESIMPULAN

Aplikasi mobile telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, seperti yang terlihat dari popularitas Gojek di Indonesia yang menawarkan berbagai layanan termasuk pemesanan makanan secara online. Penggunaan aplikasi ini memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi penggunanya. Penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Kepuasan Pengguna (KP) menjelaskan sebanyak 69.9% dari variabilitas yang diamati, sedangkan 30.1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Variabel Pengalaman Pengguna (PP), di sisi lain, menjelaskan sebanyak 40.2% dari variabilitas yang diamati, dengan 59.8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang belum diteliti.

DAFTAR REFERENSI

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(5), 319-339.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Hartanto, S., Sugiharto, A., & Endah, S. N. (2019). Optical character recognition menggunakan algoritma template matching correlation. *Jurnal Masyarakat Informatika*, 5(9).
- Ramadhani, A. R. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen pada Go-Pay di Kota Medan. Universitas Sumatera Utara.