



FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PENGGUNAAN APLIKAS GRAB PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS UNIVERSITAS MALIKUSSALEH

FACTORS AFFECTING THE LEVEL OF GRAB APPLICATION USAGE AMONG BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AT UNIVERSITY MALIKUSSALEH

Arsika Marsanda¹, Mariyudi², Sutriani³, Teuku Zulkarnaen⁴, Lisa Iryani⁵

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia

Email: arsika.220260006@mhs.unimal.ac.id¹, mariyudi@unimal.ac.id², sutriani@unimal.ac.id³,
teukuzulkarnaen8771@gmail.com⁴, lisa.iryani@unimal.ac.id⁵

Article Info

Article history :

Received : 03-09-2026

Revised : 05-09-2026

Accepted : 07-09-2026

Published : 09-09-2026

Abstract

The development of digital technology has transformed the use of application-based transportation services, including Grab. However, the level of Grab application usage among Business Administration students at Universitas Malikussaleh remains relatively low. This study aimed to analyze the effects of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, social influence, accessibility, and price perception on the level of Grab application usage. The study employed a quantitative survey design involving 96 students selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results showed that perceived usefulness ($t = 3.107$; $p = 0.003$), social influence ($t = 3.173$; $p = 0.002$), and price perception ($t = 2.086$; $p = 0.040$) had positive and significant effects on the level of Grab application usage. Perceived ease of use, trust, and accessibility did not have significant partial effects. Simultaneously, all independent variables significantly affected the level of Grab application usage ($F = 15.075$; $p < 0.001$). The R Square value of 0.504 indicated that 50.4% of the variation in application usage was explained by the variables in the model. The study concludes that perceived usefulness, social influence, and price perception are the main significant factors affecting Grab application usage among the students.

Keywords: *Grab application usage, perceived usefulness, social influence*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan transportasi berbasis aplikasi, termasuk Grab. Namun, tingkat penggunaan aplikasi Grab di kalangan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengaruh sosial, aksesibilitas, dan persepsi harga terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 96 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan ($t = 3,107$; $p = 0,003$), pengaruh sosial ($t = 3,173$; $p = 0,002$), dan persepsi harga ($t = 2,086$; $p = 0,040$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab. Persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan dengan F-hitung 15,075 dan signifikansi $<0,001$. Nilai R Square sebesar 0,504 menunjukkan bahwa 50,4%



variasi tingkat penggunaan dapat dijelaskan oleh model penelitian. Penelitian menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan persepsi harga merupakan faktor utama yang terbukti memengaruhi tingkat penggunaan aplikasi Grab.

Kata Kunci: penggunaan aplikasi Grab, persepsi kegunaan, pengaruh sosial

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aktivitas masyarakat, termasuk cara memenuhi kebutuhan mobilitas. Transportasi online merupakan salah satu bentuk pemanfaatan teknologi yang memungkinkan pengguna memesan layanan melalui aplikasi pada perangkat seluler. Grab menjadi salah satu penyedia layanan transportasi berbasis aplikasi yang mengintegrasikan kebutuhan mobilitas dan layanan digital dalam satu platform (Fahrurrozi et al., 2020).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi yang terbiasa dengan teknologi digital memiliki peluang besar untuk memanfaatkan layanan transportasi berbasis aplikasi. Namun, kemudahan akses terhadap teknologi tidak selalu menghasilkan tingkat penggunaan yang tinggi. Dalam konteks mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh, penggunaan Grab masih beragam. Sebagian mahasiswa menggunakan kendaraan pribadi, berkendara bersama teman, atau menggunakan alternatif transportasi lain sehingga Grab belum selalu menjadi pilihan utama.

Perbedaan tingkat penggunaan tersebut menunjukkan bahwa keputusan menggunakan aplikasi dapat dipengaruhi oleh lebih dari satu faktor. Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan pentingnya persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989). Dalam perkembangan penelitian teknologi, faktor lain seperti kepercayaan, pengaruh sosial, kondisi pendukung atau aksesibilitas, dan persepsi harga juga relevan untuk menjelaskan perilaku penggunaan (Venkatesh et al., 2003; Chen & Dhillon, 2003).

Penelitian ini menganalisis enam faktor, yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengaruh sosial, aksesibilitas, dan persepsi harga terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab. Tujuan penelitian adalah mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial dan seluruh variabel secara simultan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Objek penelitian adalah tingkat penggunaan aplikasi Grab pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh. Variabel independen terdiri atas Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2), Kepercayaan (X3), Pengaruh Sosial (X4), Aksesibilitas (X5), dan Persepsi Harga (X6). Variabel dependen adalah Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab (Y).

Responden penelitian berjumlah 96 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 32 melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Seluruh item pada tujuh variabel penelitian memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30 sehingga seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas juga menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,797	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,857	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,781	Reliabel
Pengaruh Sosial (X4)	0,812	Reliabel
Aksesibilitas (X5)	0,728	Reliabel
Persepsi Harga (X6)	0,857	Reliabel
Tingkat Penggunaan Grab (Y)	0,725	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,151, lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, residual model berdistribusi normal.

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Persepsi Kegunaan (X1)	0,600	1,668	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	0,536	1,867	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan (X3)	0,447	2,235	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengaruh Sosial (X4)	0,790	1,266	Tidak terjadi multikolinearitas
Aksesibilitas (X5)	0,600	1,665	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Harga (X6)	0,564	1,772	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Seluruh nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Scatterplot residual juga menunjukkan titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol tanpa membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	B	Beta	t	Sig.
Konstanta	1,448	-	0,771	0,443
Persepsi Kegunaan (X1)	0,348	0,300	3,107	0,003
Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	-0,054	-0,043	-0,421	0,675
Kepercayaan (X3)	0,245	0,174	1,560	0,122
Pengaruh Sosial (X4)	0,267	0,267	3,173	0,002
Aksesibilitas (X5)	0,030	0,025	0,258	0,797
Persepsi Harga (X6)	0,261	0,207	2,086	0,040

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 1,448 + 0,348X_1 - 0,054X_2 + 0,245X_3 + 0,267X_4 + 0,030X_5 + 0,261X_6$. Secara arah hubungan, Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, Pengaruh Sosial, Aksesibilitas, dan Persepsi Harga memiliki koefisien positif, sedangkan Persepsi Kemudahan Penggunaan memiliki koefisien negatif.

Uji Hipotesis

Hipotesis	Variabel	t-hitung	t-tabel	Sig.	Keputusan
H1	Persepsi Kegunaan	3,107	1,986	0,003	Diterima
H2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	-0,421	1,986	0,675	Ditolak
H3	Kepercayaan	1,560	1,986	0,122	Ditolak
H4	Pengaruh Sosial	3,173	1,986	0,002	Diterima
H5	Aksesibilitas	0,258	1,986	0,797	Ditolak
H6	Persepsi Harga	2,086	1,986	0,040	Diterima

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Persepsi Kegunaan, Pengaruh Sosial, dan Persepsi Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab. Sementara itu, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial.

F-hitung	F-tabel	Signifikansi	Keputusan
15,075	2,20	<0,001	H7 diterima

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Hasil uji simultan menunjukkan seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab.

R	R Square	Adjusted R Square	Keterangan
---	----------	-------------------	------------



0,710	0,504	0,471	Model menjelaskan 50,4% variasi Y
-------	-------	-------	--------------------------------------

Sumber: Pengolahan Data Primer SPSS 32.

Nilai R Square sebesar 0,504 menunjukkan bahwa 50,4% variasi Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab dapat dijelaskan oleh enam variabel independen, sedangkan 49,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab. Hasil ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan mahasiswa, seperti kemudahan dalam aktivitas dan dukungan terhadap mobilitas, menjadi pertimbangan penting dalam penggunaan Grab. Temuan ini sejalan dengan TAM yang menempatkan *perceived usefulness* sebagai faktor utama dalam penerimaan teknologi (Davis, 1989).

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Persepsi Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh signifikan. Sebagian besar mahasiswa telah menilai aplikasi Grab mudah dipelajari dan dioperasikan, tetapi kemudahan tersebut belum menjadi faktor yang membedakan tinggi rendahnya tingkat penggunaan. Dalam konteks ini, aplikasi yang sudah dianggap mudah digunakan tidak secara otomatis meningkatkan intensitas penggunaan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab. Walaupun responden cenderung memiliki kepercayaan yang baik terhadap layanan Grab, kepercayaan belum menjadi faktor utama yang menentukan frekuensi atau tingkat penggunaan. Temuan ini berbeda dengan penelitian yang menempatkan *trust* sebagai faktor pendorong niat menggunakan teknologi (Chen & Dhillon, 2003; Zudiah et al., 2024).

Pengaruh Sosial terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Pengaruh Sosial berpengaruh positif dan signifikan. Rekomendasi, informasi, dan pengalaman teman, keluarga, atau lingkungan sekitar dapat mendorong mahasiswa menggunakan Grab. Hasil ini sejalan dengan konsep *social influence* yang menekankan peran orang-orang penting di sekitar pengguna dalam penerimaan teknologi (Venkatesh et al., 2003) dan sejalan dengan temuan Ikhsan dan Sunaryo (2020).

Pengaruh Aksesibilitas terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab. Walaupun aplikasi secara umum dapat diakses, ketersediaan pengemudi di area kampus belum dirasakan secara merata. Oleh karena itu, aksesibilitas belum terbukti menjadi faktor utama yang membedakan tingkat penggunaan dalam penelitian ini. Hasil ini berbeda dengan penelitian Huddin et al. (2021) mengenai kondisi pendukung penggunaan teknologi.



Pengaruh Persepsi Harga terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan. Mahasiswa mempertimbangkan keterjangkauan dan kesesuaian antara harga dengan manfaat serta kualitas layanan. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan pengguna dalam keputusan menggunakan jasa dan mendukung hasil penelitian Marpaung dan Tumanggor (2024).

Pengaruh Seluruh Variabel terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab

Secara simultan, seluruh variabel berpengaruh signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi persepsi pengguna terhadap teknologi dan faktor eksternal. Temuan tersebut konsisten dengan pengembangan pendekatan penerimaan teknologi yang mempertimbangkan berbagai faktor dalam menjelaskan perilaku penggunaan (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Persepsi Kegunaan, Pengaruh Sosial, dan Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Malikussaleh. Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Secara simultan, keenam variabel berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penggunaan Aplikasi Grab dengan F-hitung 15,075 lebih besar daripada F-tabel 2,20 dan nilai signifikansi $<0,001$. Nilai R Square sebesar 0,504 menunjukkan bahwa model penelitian menjelaskan 50,4% variasi tingkat penggunaan aplikasi Grab, sedangkan 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

SARAN

Pihak Grab disarankan untuk meningkatkan manfaat layanan yang dirasakan pengguna, mempertahankan harga yang kompetitif, dan memperkuat strategi promosi yang memanfaatkan pengaruh lingkungan sosial. Ketersediaan pengemudi dan kualitas layanan juga perlu terus diperhatikan agar pengalaman pengguna menjadi lebih baik. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kualitas layanan, promosi, kepuasan pengguna, loyalitas pengguna, persepsi risiko, dan kebiasaan penggunaan, serta memperluas cakupan responden dan wilayah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Chen, S. C., & Dhillon, G. S. (2003). Interpreting dimensions of consumer trust in e-commerce. *Information Technology and Management*, 4, 303–318.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3). <https://doi.org/10.2307/249008>
- Fahrurrozi, Sayyidi, & Ali, I. (2020). Analisis layanan ojek online PT. Grab Indonesia wilayah Surabaya dalam perspektif bisnis Islam. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 147–157.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (Edisi 9).
- Huddin, M. N., Masitoh, M. R., & Ikhsan, K. (2021). Kemudahan penggunaan, facilitating condition, keamanan teknologi dan compatibility terhadap niat menggunakan pembayaran mobile di Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 5(2), 131–148.



- Ikhsan, K., & Sunaryo, D. (2020). Technology Acceptance Model, social influence and perceived risk in using mobile applications: Empirical evidence in online transportation in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11, 127–138.
- Marpaung, R., & Tumanggor, M. B. (2024). Pengaruh keamanan, fitur layanan dan harga terhadap keputusan menggunakan jasa transportasi online Grab. *Akuntansi Pajak dan Kebijakan Ekonomi Digital*, 1(4), 86–99.
- Putri, A. R. G., Darmawan, V. E. B., & Wen, C. Y. (2025). Understanding ride-hailing adoption among Generation Z in Malang: An integrated TPB-TAM framework. *Jurnal Teknik Industri*, 27(2).
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.
- Zudiah, H. A. R., Mursityo, Y. T., & Nugraha, D. C. A. (2024). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi intention to use pada aplikasi Tokopedia menggunakan Technology Acceptance Model (TAM) termodifikasi. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informasi, dan Edukasi Sistem Informasi*, 5(1), 50–61.