

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA APLIKASI GRAB DI KOTA
TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Persyaratan Penelitian dan Penulisan Skripsi sebagai Bagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi
Bisnis Digital



Oleh:

Sabily Ihza Mahezwara

1908455

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA
2023**

**Pengaruh E-Service Quality Terhadap
E-Satisfaction Pada Aplikasi Grab Di Kota Tasikmalaya**

**Oleh
Sabily Ihza Mahezwara**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Program Studi Bisnis Digital**

**© Sabily Ihza Mahezwara
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2023**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
Dengan dicetak ulang, difoto copy, atau cara lainya tanpa izin dari penulis**

SABILY IHZA MAHEZWARA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SABILY IHZA MAHEZWARA
Pengaruh E-Service Quality Terhadap
E-Satisfaction Pada Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya

disetujui dan disahkan oleh dosen pembimbing:

Pembimbing I



Btari Mariska, S.H., MM
NIP. 9202001119901015201

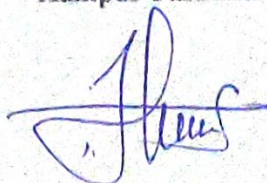
Pembimbing II



Adam Hermawan, S.Kom., MBA
NIP. 920190219930105101

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital UPI
Kampus Tasikmalaya



Syti Sarah Maesaroh, S.P., M.M.
NIP. 920190219900625201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 2 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Sabily Ihza Mahezvara

NIM 1908455

KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan syukur dan terima kasih kepada Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul "Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya" dapat diselesaikan dalam Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Kampus Tasikmalaya, Universitas Pendidikan Indonesia. Tujuan skripsi ini adalah mengukur pengaruh kualitas pelayanan aplikasi grab terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi grab. Penulis ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada semua yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan dorongan selama penulisan skripsi ini.

Terima kasih kepada Ibu Btari Mariska, S.H., MM dan Bapak Adam Hermawan, S.Kom., MBA selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan yang berharga dalam penyusunan skripsi ini. Juga terima kasih kepada teman-teman angkatan 2019 di Program Studi Bisnis Digital yang memberikan dukungan dan motivasi. Penulis menerima dengan tangan terbuka kritik, saran, dan masukan untuk pengembangan penelitian ini. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang bisnis digital, serta menjadi inspirasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Terima kasih kepada semua yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Tasikmalaya, 22 Agustus 2023

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat menghargai bantuan dan dukungan yang diberikan oleh semua pihak dalam penyusunan skripsi ini. Tanpa adanya doa, bimbingan, dorongan, dan kontribusi moril maupun materi, penelitian ini tidak akan terwujud. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada semua yang telah turut serta dalam menyelesaikan skripsi ini.

1. Allah SWT dengan segala rahmat dan karunia-nya yang telah memberikan umur, kesehatan, dan kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta Bapak Aep Imanudin dan Ibu Ai Hayati Muliawati yang menjadi panutan dalam memperjuangkan apapun, motivasi, materil, dan segala jenis pengorbanan yang dilakukan demi melihat anaknya sukses dunia akhirat.
3. Terimakasih kepada Rahma Yulia dan Revalina selaku adik yang selalu memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi penulis.
4. Terima kasih banyak kepada Ibu Btari Mariska, S.H., MM, atas bimbingan dan dukungannya selama ini. Saya sangat menghargai waktu dan pengetahuan yang telah diberikan. Terima kasih atas bantuan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi Penulis. Semoga Ibu selalu diberkahi dan sukses dalam segala hal.
5. Terima kasih kepada Bapak Adam Hermawan, S.Kom., MBA, atas bimbingan yang sangat berharga dan dukungan yang luar biasa. Saya sangat menghargai waktu dan pengetahuan yang Bapak berikan. Kepemimpinan dan arahan Bapak dalam program studi ini sangat berarti bagi saya. Semoga Bapak selalu diberkati dan sukses dalam semua upaya yang dilakukan. Terima kasih atas kontribusi yang berharga, dan semoga Bapak selalu mendapatkan berkah yang melimpah.
6. Terima kasih kepada keluarga Annur yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menyusun skripsi bersama, berbagi dukungan, bertukar pendapat dan berbagi cerita setiap harinya.
7. Terima kasih kepada Bapak Muhammad Rijal Fathurrahman yang telah menjadi sahabat saya untuk berdiskusi, bercerita, dan berbagi perspektif dalam menyusun penelitian skripsi penulis.

8. Terima kasih kepada seluruh tenaga pengajar dan staf Program Studi Bisnis Digital atas dedikasi dan kontribusi yang luar biasa. Terima kasih atas pendidikan berkualitas yang telah diberikan. Sukses selalu.
9. Terima kasih kepada semua teman Program Studi Bisnis Digital yang telah berbagi dukungan, semangat dan perspektif dalam menyusun skripsi. Bersama-sama, kita melewati tantangan dan rintangan. Sukses untuk kita semua.
10. Terimakasih kepada teman-teman Antapani yang telah mendukung dalam menyusun skripsi penulis

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA APLIKASI GRAB DI KOTA TASIKMALAYA

ABSTRAK

Oleh

Sabily Ihza Mahezwar

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, bersamaan dengan tren penggunaan aplikasi transportasi *online* seperti Grab, telah secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan transportasi dan menciptakan peluang bisnis baru. Namun, meskipun kemajuan teknologi dan peningkatan penggunaan aplikasi transportasi *online*, masih terdapat masalah yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kendala teknis dalam penggunaan aplikasi, masalah pembayaran, dan potensi penurunan kualitas layanan, yang dapat mengurangi kepuasan pengguna terhadap aplikasi Grab di Kota Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif, dan data diperoleh melalui distribusi kuesioner dengan menggunakan teknik random sampling. Sampel terdiri dari 100 responden Gen-Z di Kota Tasikmalaya. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa E-Service Quality memiliki pengaruh positif dan signifikan sebesar 92% terhadap E-Satisfaction di antara pengguna aplikasi Grab. Hal ini didukung lebih lanjut oleh temuan uji regresi linear sederhana, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% dalam E-Service Quality, terdapat peningkatan sebesar 0,949 dalam E-Satisfaction. Implikasi dari penelitian ini menyarankan bahwa Grab perlu meningkatkan kualitas layanan elektroniknya, terutama dalam hal Responsiveness, Convenience, dan Privacy, untuk memenuhi harapan pengguna, meningkatkan kepuasan (E-Satisfaction), dan mempertahankan pelanggan setia.

Kata Kunci: Teknologi, Transportasi *Online*, E-Service Quality, E-Satisfaction

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA APLIKASI GRAB DI KOTA
TASIKMALAYA**

ABSTRACT

by

Sabily Ihza Mahezwara

The development of information and communication technology, along with the trend of using online transportation applications such as Grab, has significantly influenced consumer behavior in fulfilling transportation needs and creating new business opportunities. However, despite the advancements in technology and increased usage of online transportation applications, there are still issues that can affect customer satisfaction, such as technical constraints in app usage, payment problems, and potential decline in service quality, which may reduce user satisfaction with Grab application in Tasikmalaya City. This research employed a quantitative descriptive analysis method, and data was obtained through the distribution of questionnaires using random sampling technique. The sample consisted of 100 Gen-Z respondents in Tasikmalaya City. The results of this study revealed that E-Service Quality has a positive and significant influence of 92% on E-Satisfaction among Grab application users. This is further supported by the findings of a simple linear regression test, which indicated that for every 1% increase in E-Service Quality, there is a 0.949 increase in E-Satisfaction. The implications of this research suggest that Grab needs to enhance its electronic service quality, particularly in terms of Responsiveness, Convenience, and Privacy, in order to meet user expectations, enhance satisfaction (E-Satisfaction), and retain loyal customers.

Keywords: Technology, Online Transportation, E-Service Quality, E-Satisfaction

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Struktur Organisasi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, PARADIGMA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Pustaka dan Penelitian Relevan	9
2.1.1 Jasa Transportasi <i>Online</i>	9
2.1.2 E-Service Quality	10
2.1.3 Dimensi E-Service Quality	10

2.1.4	E-Satisfaction	11
2.1.5	Dimensi E-Satisfaction.....	12
2.1.6	Penelitian Relevan.....	13
2.2	Paradigma Penelitian	14
2.3	Hipotesis	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		15
3.1	Objek Penelitian	15
3.2	Metode Penelitian.....	15
3.2.1	Jenis Penelitian.....	16
3.2.2	Operasional Variabel.....	16
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	18
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	18
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	22
3.2.7	Rancangan Analisis.....	24
3.2.8	Uji Asumsi Klasik.....	25
3.2.9	Model Penelitian	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		28
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	28
4.2	Deskripsi Data Responden	29
4.2.1	Usia Responden.....	29
4.2.2	Jenis Kelamin.....	31
4.2.3	Status Pekerjaan	31
4.2.4	Aplikasi Jasa Transportasi Yang Digunakan Selain Grab	32
4.2.5	Layanan Yang Sering Digunakan Pada Aplikasi Grab	33
4.3	Analisis Data Deskriptif	33

4.3.1	Variabel E-Service Quality	34
4.3.2	Variabel E-Satisfaction	39
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	43
4.4.2	Hasil Uji Reliabilitas	45
4.5	Uji Asumsi Klasik	45
4.5.1	Uji normalitas.....	45
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5.3	Uji Linearitas.....	47
4.6	Hasil Uji Hipotesis	48
4.6.1	Analisis Regresi Linear Sederhana	48
4.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	48
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (<i>R</i> ²)	49
4.7	Pembahasan	49
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....		52
5.1	Simpulan.....	52
5.2	Implikasi	52
5.3	Rekomendasi	53
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN.....		59
RIWAYAT HIDUP		74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Operasional variabel	16
Tabel 3.2 Tabel Taro Yamane	20
Tabel 3.3 Skala Likert.....	21
Tabel 3.5 Nilai <i>Cronbach Alpha</i> oleh Creswell (2017).....	23
Tabel 4.1 Usia Responden	29
Tabel 4.2 Rentang Skala Analisis Deskriptif.....	34
Tabel 4.3 Nilai Variabel <i>E-Service Quality</i>	35
Tabel 4.4 Nilai variabel <i>E-Satisfaction</i>	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	48
Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>R</i> ²).....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perusahaan Pengiriman dengan Kapitalisasi Pasar Terbesar...	2
Gambar 1.2 <i>Postingan</i> Twitter permasalahan aplikasi Grab	3
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian	14
Gambar 3.1 Alur Penelitian	27
Gambar 4.1 logo Grab	28
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	30
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelamin Responden .	31
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	31
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Aplikasi Lain	32
Gambar 4.6 Layanan Yang Sering Digunakan Pada Aplikasi Grab.....	33
Gambar 4.7 Uji Normalitas <i>P-Plot</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	59
Lampiran 2 Data Jawaban Responden.....	63
Lampiran 3 Karakteristik Responden	68
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	70
Lampiran 5 Hasil Uji Realibilitas	71
Lampiran 6 Hasil Pengujian Normalitas.....	71
Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	72
Lampiran 9 Hasil Uji Linearitas	72
Lampiran 10 Dokumentasi Pesebaran Kuesioner	73

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology and Marketing*, 20(2), 123–138. <https://doi.org/10.1002/mar.10063>
- Anita Tobagus. (2018). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Pada Pengguna Di Situs Tokopedia Anita. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 6(1), 1–10.
- Annur, C. M. (2022). Meski Anjlok, Kapitalisasi Pasar Grab Masih Masuk Daftar Perusahaan Pengiriman Makanan Terbesar. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/27/meski-anjlok-kapitalisasi-pasar-grab-masih-masuk-daftar-perusahaan-pengiriman-makanan-terbesar>
- Aribowo, H., & Wirapraja, A. (2018). *Vuca 1*. 9, 51–58.
- Basalamah, J., Haerdiansyah Syahnur, M., Ashoer, M., & Faisal Bahari, A. (2020). IJMM Ilomata International Journal of Management Consumer Behavior in Online Transportation Services: A Systematic review of Business Strategies. *Ilomata International Journal of Management*, 1(3), 134–144. <https://www.ilomata.org/index.php/ijmm>
- Blut, M. (2016). E-Service Quality: Development of a Hierarchical Model. *Journal of Retailing*, 92(4), 500–517. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.09.002>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri Online [Influencia De La Calidad Del Servicio Electrónico En La Satisfacción Electrónica Y La Lealtad Electrónica De Los Usuarios En Línea De Mandiri]. *Jurnal Profit*, 14(1), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). ‘ True Gen ’: Generation Z and its implications for companies.

- Ghozali Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juhria, A., Meinitasari, N., Iqbal Fauzi, F., Yusuf, A., & Ekonomi Bisnis Universitas Singaperbangsa, F. (2021). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Aplikasi E-Commerce Shopee. *Jurnalmanajemen*, 13(1), 55–62.
- Kotler Philip, & A. G. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Marwiyah, M., Puji Arti, P., & Hidayat, T. (2022). An Analysis of Online Transportation Applications Between Gojek and Grab for Students. *International Journal of Science Education and Cultural Studies*, 1(1), 52–64. <https://doi.org/10.58291/ijsecs.v1i1.28>
- Masri, R. M., Purwaamijaya, I. M., & Purwaamijaya, B. M. (2020). Feasibility and prospective analysis of logistics engineering study program as the demands of the digital business era. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 830(4). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/830/4/042064>
- Moon, Y. J. (2013). The tangibility and intangibility of e-service quality. *International Journal of Smart Home*, 7(5), 91–102. <https://doi.org/10.14257/ijsh.2013.7.5.10>
- Nizam, S. (2021). *Pengaruh user experience terhadap customer satisfaction dan customer loyalty generasi milenial pada aplikasi streaming spotify nizam syarif*.
- Park, C. H., & Kim, Y. G. (2003). Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 31(1), 16–29. <https://doi.org/10.1108/09590550310457818>
- Pudjarti, S., Nurchayati, N., & Dwi Putranti, H. R. (2019). Penguatan Kepuasan Model Hubungan E-Service Quality Dan E-Loyalty Pada Konsumen Go-Jek Dan Grab. *Sosiohumaniora*, 21(3), 237–246.

<https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v21i3.21491>

- Ranjbarian, B., Fathi, S., & Rezaei, Z. (2012). Factors Influencing on Customers' E-Satisfaction: A case Study from Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3(9), 1496–1511.
- Seetharaman, P. (2020). Business models shifts: Impact of Covid-19. *International Journal of Information Management*, 54(June), 1–4.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102173>
- Septiani, R., Handayani, P. W., & Azzahro, F. (2017). Factors that Affecting Behavioral Intention in Online Transportation Service: Case study of GO-JEK. *Procedia Computer Science*, 124, 504–512.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.12.183>
- Situmorang, E., & Purba, D. (2019). *Perancangan Aplikasi Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian* . 02, 54–58.
- Sugiharni, G. A. D. (2018). Pengujian Validitas Konten Media Pembelajaran Interaktif Berorientasi Model Creative Problem Solving. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 2(2), 88.
<https://doi.org/10.23887/jppp.v2i2.15378>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Metode Riset)*. Alfabeta.
- Tandon, U., Kiran, R., & Sah, A. N. (2017). Customer Satisfaction as mediator between website service quality and repurchase intention: An emerging economy case. *Service Science*, 9(2), 106–120.
<https://doi.org/10.1287/serv.2016.0159>
- Ting, O. S., Ariff, M. S. M., Zakuan, N., Sulaiman, Z., & Saman, M. Z. M. (2016). E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market; Evidence form Malaysia. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 131(1).
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/131/1/012012>

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.