

Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Grab Food (Studi di Kota Kendari)

Yusuf Jaya Saputra¹, Sumiyadi², Maudhy Satyadharma³

Email: yusufjayasaputra@yahoo.co.id¹, febi2015@iainkendari.ac.id²
maudhymaudhy@gmail.com³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari¹
Institut Agama Islam Negeri Kendari², Dinas Perhubungan Provinsi Sulawesi Tenggara³

Abstract

Technological advances felt by society also have an impact on changes in the transportation sector with the presence of online transportation. With the increasing development of people's behavior, there are additional services available for online transportation, namely online food delivery services. Grabfood is one of the delivery services that is popular with the public, including in Kendari City as the capital of Southeast Sulawesi Province. This research aims to test and analyze the influence of perceived usefulness and perceived ease of use, both partially and simultaneously, on interest in using Grab Food services in Kendari City. This research uses quantitative descriptive methods. Data collection techniques in this research used questionnaires, observation and literature. The sample in this research was Kendari City residents who used the Grab Food service and were willing to fill out the questionnaire and numbered 120 people. The research results concluded that partially and simultaneously perceived usefulness and perceived ease of use had a positive and significant effect on interest in using Grab Food services in Kendari City.

Keywords: *Perceived Benefits, Perceived Ease of Use, Interest in Using, Grab Food, Kendari*

Abstrak

Kemajuan teknologi yang dirasakan oleh masyarakat juga berdampak pada perubahan pada sektor transportasi dengan hadirnya transportasi online. Dengan semakin berkembangnya perilaku masyarakat mengakibatkan adanya jasa layanan tambahan dari transportasi online yaitu jasa layanan pesan antar makanan berbasis online. Grab Food merupakan salah satu layanan pesan antar yang diminati masyarakat, termasuk di Kota Kendari sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Tenggara. Penelitian ini ingin menguji dan menganalisis pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, observasi dan kepustakaan. Sampel dalam penelitian ini masyarakat Kota Kendari yang menggunakan Layanan Grab Food dan bersedia mengisi kuisioner yang berjumlah 120 orang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari.

Kata kunci: *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Minat Menggunakan, Grab Food, Kendari.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan banyak perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Banyak bidang yang mengalami transformasi dikarenakan kemajuan teknologi dan informasi. Hal itu juga membuat

Internet hadir sebagai revolusi cara berpikir dan bertindak karena kemajuan teknologi dan informasi (Arriza, 2021).

Hal itu juga berlaku pada perkembangan sektor transportasi dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan memunculkan berbagai peluang bisnis termasuk penggunaan teknologi informasi pada sektor transportasi. Hal tersebut terlihat dari banyaknya bisnis jasa transportasi online yang bermunculan dalam tiga tahun terakhir. Hariyanto (Kurniasari, 2018) menyatakan bahwa transportasi online adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi dan online baik untuk pemesanan maupun pembayaran.

Purba (Kurniasari, 2018) menyatakan bahwa awal kemunculan transportasi online di Indonesia mulai marak pada tahun 2014 yang diinisiasi oleh aplikasi Uber yang mengusung taksi online. Kemudian diikuti oleh kemunculan aplikasi Go-Jek, Grab dan berbagai aplikasi transportasi online lainnya. Kemunculan transportasi online diharapkan menjadi solusi atas kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi yang mudah, nyaman, murah, dan cepat. Dampak dari kecanggihan teknologi informasi saat ini menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat.

Suksesnya layanan transportasi online tentu akan membuat permintaan akan kebutuhan jasa transportasi meningkat sehingga akan timbul persaingan antar perusahaan berbasis penyedia jasa transportasi online. Persaingan antar merek tersebut selama periode 2016-2021 tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 berikut

Tabel. 1
Top Brand Indonesia Kategori Jasa Transportasi Online

No	Merek	Top Brand Indonesia (%)					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Go-Jek	80.8	59.2	48.1	44.6	47.3	53
2	Grab	14.7	28.2	44.9	43.1	43.5	39.7
3	Uber	1.7	8	-	-	-	-

Sumber : Top Brand Award.com (Sudarlan et al., 2022)

Kecanggihan teknologi yang dirasakan masyarakat juga juga terjadi pada Kota Kendari sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Tenggara, dimana transportasi online juga merambah dan diminati oleh banyak pengguna jasa. Hal itu wajar karena Kota Kendari sebagai ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara menjadi daerah berkembang dengan fungsi utama sebagai pusat pemerintahan. Seiring berjalan pula perkembangan permukiman dan perdagangan, sehingga berdampak pada semakin padat dan ramainya pergerakan orang maupun barang. Dengan semakin banyaknya perusahaan berbasis Aplikasi Transportasi Online, maka diperlukan berbagai upaya dan strategi dalam mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki. Transportasi Online di Kota Kendari juga tetap perlu untuk memberikan pelayanan prima kepada penggunanya untuk tetap mempertahankan minat para penggunanya menggunakan jasa layanan yang ditawarkan (Breemer, 2020).

Seiring dengan perkembangan aplikasi transportasi online di Indonesia, Davis (Kurniasari, 2018) menyatakan bahwa ada dua sebab orang menerima dan menolak teknologi informasi. Sebab yang pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak

menggunakan teknologi informasi karena mereka percaya bahwa teknologi informasi mampu membantu/mempersulit dalam melakukan tugas mereka. Kedua, pengguna percaya bahwa sistem ini berguna, namun pada saat yang sama mereka juga percaya bahwa sistem ini terlalu sulit digunakan. Variabel kemanfaatan ini disebut sebagai *perceived of usefulness* atau persepsi kemanfaatan (Nysveen et al., 2005).

Kemudahan yang diakomodir aplikasi transportasi online bagi penggunaannya hal ini menjadi menarik untuk diteliti. Kemudahan pemesanan layanan transportasi, pembelian makanan, pengiriman paket, dan layanan lainnya secara online dalam satu aplikasi menunjukkan bahwa transportasi online berusaha memberikan manfaat lebih dibanding jasa transportasi konvensional. Variabel kemudahan ini disebut sebagai *perceived ease of use* atau persepsi kemudahan (Nysveen et al., 2005).

Beberapa penelitian relevan yang membahas mengenai pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan teknologi telah dilakukan, yaitu oleh Priambodo & Prabawani (2016) dan Arisa (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi.

Penelitian relevan yang telah dilakukan oleh Gunawan (2017), Kurniasari (2018), dan Arisa (2023) menyimpulkan terdapat persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi.

Jasa pesan antar makanan dengan menggunakan transportasi online memudahkan orang dengan menggunakan aplikasi yang tersedia untuk memesan makanan dari mana saja dan kapan saja dan tidak harus datang ke toko, mall atau rumah makan (Hidayatullah et al., 2018). Salah satu layanan jasa pesan antar dengan transportasi online dan banyak digunakan di Kota Kendari adalah Grab food. Grab food sendiri adalah salah satu bentuk layanan jasa yang terdapat pada layanan jasa aplikasi Grab. Jogiyanto (2015) menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi. Pemakai teknologi akan mempunyai minat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan. Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari?
3. Apakah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari?

TINJAUAN PUSTAKA **Transportasi Online**

Transportasi merupakan salah satu sarana yang sangat penting untuk menjalin hubungan antar manusia dalam segala aktivitasnya. Transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain (Salim, 2016). Proses pengangkutan merupakan gerakan dari tempat asal, dari mana kegiatan

angkutan dimulai, ke tempat tujuan, ke mana kegiatan pengangkutan diakhiri (Nasution, 2004). Purba (Kurniasari, 2018) menyatakan bahwa pada masa sekarang dimana mobilitas manusia dan barang sangat tinggi, dan terjadi bukan hanya dalam satu wilayah tetapi juga antar pulau atau bahkan antar negara, maka sarana transportasi memegang peran yang sangat penting.

Perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang begitu pesat turut mengubah sikap dan perilaku masyarakat dalam memilih moda transportasi. Dampak dari kecanggihan teknologi tersebut menjanjikan kenyamanan dan efisiensi yang memanjakan masyarakat. Aplikasi transportasi online menawarkan kemudahan, kecepatan, kenyamanan, kepastian biaya, dan segudang fasilitas menarik lainnya yang tidak ditemukan dalam transportasi konvensional (Kurniasari, 2018). Purba (Kurniasari, 2018) menyebutkan bahwa jasa transportasi online disebut juga dengan aplikasi ridesharing yang berarti berbagi tumpangan atau angkutan dari pemilik kendaraan ke calon penumpang yang dengan tariff yang sudah ditentukan oleh perusahaan pengelola aplikasi.

Konsep Penerimaan Teknologi

Menurut Jogiyanto (2015), model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model* atau TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang akan digunakan oleh pemakai. TAM telah terbukti menjadi model teoretis dalam membantu untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi (Legris et al., 2003). *Technology Acceptance Model* (TAM) dikembangkan oleh Davis et al (1989) berdasarkan model TRA (*Theory of Reasoned Action*) oleh Fishbein & Ajzen (1975).

Menurut Suhendro (2009), TRA merupakan teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Model TAM menunjukkan sejumlah faktor yang mempengaruhi keputusan pengguna tentang bagaimana dan kapan mereka menggunakan sebuah teknologi baru. TAM dikenal dapat menjelaskan 5 konstruk yang dapat mempengaruhi pengguna dalam menggunakan sebuah teknologi yaitu persepsi manfaat (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), sikap (*attitude*), minat perilaku (*behavioral intention*), dan penggunaan sistem (*actual system usage*). Namun dalam model TAM, persepsi manfaat dan kemudahan merupakan faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi (Muntianah et al., 2012).

Persepsi Manfaat

Jogiyanto (2015) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Menurut Fullah & Candra (2011) mendefinisikan manfaat sebagai tingkat keyakinan individu dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktivitasnya, atau lebih sederhannya manfaat yang dirasakan dari pengguna teknologi tersebut ialah menguntungkan. Davis (Atriani et al., 2020) mendefinisikan persepsi manfaat sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkat dimana pengguna (user) percaya bahwa penggunaan teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja

Venkatesh dan Davis (2016) dalam Sati & Ramaditya (2020) membagi dimensi persepsi kebermafaatan menjadi berikut:

1. *Effectiveness*
Effectiveness adalah persepsi yang menunjukkan adanya penghematan waktu dari penggunaan website atau sebuah sistem.
2. *Accomplish faster*
Accomplish faster adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan adanya sebuah sistem.
3. *Useful*
Useful adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna bagi kegiatan seorang individu, terutama mengenai permasalahan menyangkut sebuah hal yang berkaitan dengan perusahaan.
4. *Advantageous*
Advantageous adalah keuntungan-keuntungan dari penggunaan sebuah sistem bagi seorang individu.

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (Khofisoh, 2020) mengatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat keyakinan individu pada sistem tertentu dimana individu percaya jika menggunakan sistem dapat mengurangi usaha yang dilakukan baik usaha fisik maupun mental. Menurut Ibaria (Rosyad & Harsono, 2021), persepsi kemudahan merupakan faktor yang sangat penting untuk mempengaruhi niat seseorang untuk menggunakan sistem teknologi.

Berdasarkan (Okky Natalia & Rini Tesniwati, 2021) persepsi kemudahan merupakan keyakinan seseorang bahwa suatu teknologi tertentu bisa diaplikasikan secara mudah atau tidak perlu membutuhkan upaya. Menurut Sun dan Zhang dalam penelitian (Wibowo et al., 2015) mengemukakan bahwa terdapat empat item dimensi persepsi kemudahan penggunaan antara lain :

1. Mudah untuk dipelajari (*ease to learn*)
Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari.
2. Mudah digunakan (*ease to use*)
Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru mudah untuk digunakan.
3. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.
4. Menjadi terampil (*become skillful*)
Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.

Minat Menggunakan

Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli produk tersebut. Menurut Syah (2016) secara sederhana, minat (interest) berarti kecenderungan dan kegairahan

yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Minat ialah keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang (Priambodo & Prabawani, 2016).

Indikator minat dalam menggunakan suatu produk barang dan atau jasa beli menurut Jati & Laksito (2012) ada 4, yaitu minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, dan minat eksploratif.

METODE PENELITIAN

Populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Kendari yang menggunakan aplikasi Layanan Grab Food. Jumlah anggota populasi tidak diketahui. Sedangkan sampel menurut Sugiyono (2019) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Roscoe (Sugiyono, 2019) menyatakan beberapa kriteria sampel dalam penelitian dengan populasi besar tersebut antara lain :

1. Sampel yang layak dalam penelitian berjumlah minimal 30 orang.
2. Jika sampel penelitian akan dianalisis dengan regresi, maka jumlah sampel minimal 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka peneliti menggunakan saran minimal batas sampel minimal adalah 10 kali jumlah indikator dalam variabel dengan rumus perhitungannya sebagai berikut

$$N = (\text{Indikator Variabel X1} + \text{Indikator Variabel X2} + \text{Indikator Variabel Y}) \times 10$$

Keterangan

- N = Jumlah sampel
 Var. X1 = Persepsi Manfaat, terdiri dari empat indikator.
 Var. X2 = Persepsi Kemudahan penggunaan, terdiri dari empat indikator.
 Var Y = Minat Menggunakan Layanan, terdiri dari empat indikator.

Sehingga rumusnya menjadi

$$N = (4 + 4 + 4) \times 10$$

$$N = 120 \text{ orang}$$

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan teknik accidental sampling yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang pernah dan terkadang menggunakan aplikasi Grab Food dan bersedia mengisi kuisisioner melalui Google Form selama Bulan Januari 2024 (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini ingin melihat pengaruh dari persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food pada Masyarakat Kota Kendari dengan pembagian link *google form* yang disebar selama Bulan Januari Tahun 2024.

Karakteristik Responden

Adapun karakteristis responden dalam penelitian ini akan diuraikan pada Tabel 2 berikut

Tabel. 2
Data Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase (%)
A. Jenis Kelamin			
1.	Laki-Laki	61	51
2.	Perempuan	59	49
Jumlah		120	100
B. Usia Responden			
1.	17-25 Tahun	36	30
2.	26-40 Tahun	56	47
3.	41 Tahun Keatas	28	23
Jumlah		120	100
C. Pekerjaan			
1.	Sswa / Mahasiswa	34	28
2.	PNS	45	38
3.	Pekerja Swasta	23	19
4.	Wirawasta	13	11
5.	Ibu Rumah Tangga	5	4
Jumlah		120	100
D. Frekuensi Penggunaan Grab Food			
1.	Setiap Hari	28	23
2.	Seminggu Sekali	15	13
3.	Tidak Tentu	77	64
Jumlah		120	100

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Berdasarkan hasil pada Tabel 2 dapat digambarkan bahwa mayoritas responden penelitian berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 61 orang (51 %), dan responden penelitian berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 59 orang (49 %). Hal ini menggambarkan bahwa layanan Grab Food dinikmati oleh seluruh masyarakat tanpa perbedaan jenis kelamin. Hal ini berarti bahwa layanan Grab Food sebagai salah satu bentuk kemajuan teknologi dapat dinikmati oleh seluruh masyarakat baik mereka yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kemajuan tekbologi informasi dan komunikasi dirasakan oleh banyak orang baik laki-laki maupun perempuan termasuk revolusi pemesanan jasa pesan antar makanan dengan transportasi online.

Tabel 2 juga mengidentifikasi bahwa usia responden peneitian yang menggunakan layanan Grab Food beragam yang didominasi oleh mereka yang berumur 26-40 tahun

yaitu sebanyak 56 orang (47 %) dan diikuti oleh mereka yang berumur 17-25 tahun yaitu sebanyak 36 orang (30%). Hal ini menggambarkan bahwa layanan Grab Food dinikmati oleh segala jenis umur. Hal ini menggambarkan bahwa penetrasi dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dinikmati oleh segala tingkatan umur sampel penelitian, dalam hal ini Masyarakat Kota Kendari.

Tabel 2 mengidentifikasi bahwa mayoritas responden penelitian adalah PNS yaitu sebanyak 45 orang (38%), lalu diikuti oleh mereka yang berstatus siswa/mahasiswa yaitu sebanyak 34 orang (28 %). Namun demikian hampir dapat disaksikan segala jenis pekerjaan juga sering menikmati layanan Grab Food dalam kehidupan mereka sehari-hari. Penelitian ini juga menggambarkan bahwa masyarakat dengan berbagai jenis aktivitas menikmati layanan pesan antar makanan yang memberikan mereka pilihan dalam menikmati makanan tanpa meninggalkan pekerjaan mereka baik di rumah maupun di kantor. Kebutuhan jasa pesan antar makanan dengan transportasi online yang semakin banyak seiring dengan perkembangan dan mobilitas orang serta semakin banyaknya fasilitas yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut baik dari sisi kemudahan, kecepatan, kenyamanan, kepastian biaya dan segudang fasilitas lainnya (Kurniasari, 2018).

Data pada tabel 2 juga memperlihatkan bahwa mayoritas responden penelitian tidak tentu dalam menggunakan layanan Grab Food yaitu sebanyak 77 orang (64 %) lalu diikuti oleh mereka yang setiap hari menggunakan layanan Grab Food yaitu sebanyak 28 orang (23 %). Hal ini menggambarkan semakin pentingnya kehidupan layanan transportasi online terutama dalam mendukung jasa antar makanan bagi kehidupan masyarakat termasuk di Kota Kendari. Frekuensi penggunaan jasa pesan antar makanan dengan transportasi online ini menegaskan teori yang dikemukakan oleh (Hidayatullah et al., 2018) bahwa revolusi jasa pesan antar makanan ini menjadi bagian dari perubahan perilaku Masyarakat perkotaan hari ini yang ingin makan tanpa harus bepergian keluar dan memudahkan aktivitas yang tetap mereka jalankan di rumah atau di kantor.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. (Sunyoto, 2007). Data validitas penelitian ini diuraikan pada Tabel 3 berikut:

Tabel. 3
Data Validitas Penelitian

No	Variabel	Indikator	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	Persepsi Manfaat (X1)	X1.1	0.665	0.176	Valid
		X1.2	0.163	0.176	Valid
		X1.3	0.698	0.176	Valid
		X1.4	0.753	0.176	Valid
		X1.5	0.513	0.176	Valid
		X1.6	0.550	0.176	Valid
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.1	0.688	0.176	Valid
		X2.2	0.672	0.176	Valid
		X2.3	0.739	0.176	Valid
		X2.4	0.610	0.176	Valid

3	Minat Menggunakan Layanan Grab Food (Y)	Y1	0.667	0.176	Valid
		Y2	0.670	0.176	Valid
		Y3	0.762	0.176	Valid
		Y4	0.771	0.176	Valid
		Y5	0.629	0.176	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Dari tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai r hitung pernyataan-pernyataan variabel Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2) dan Minat Menggunakan Layanan Grab Food (Y), nilai r hitungnya lebih besar dari nilai r tabel (0.176) sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan dalam variabel ini dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat pengukuran mempunyai kehandalan dalam mengukur. Dalam hal ini bila *Reliability coefficient (alpha) nilainya > 0,60 maka suatu instrumen dinyatakan reliable* (Sugiyono, 2019). Data reliabilitas penelitian ini akan diuraikan pada tabel 4.

Tabel. 4
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Persepsi Manfaat	0.704	Reliabel
2	Persepsi Kemudahan Penggunaan	0.604	Reliabel
3	Minat Menggunakan Layanan Grab Food	0,741	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024).

Dari tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada *table Reliability Statistics* untuk Persepsi Manfaat (0.704), Persepsi Kemudahan Penggunaan (0.604) dan Minat Menggunakan Layanan Grab Food (0.741) > 0.60 dengan demikian dapat dikatakan bahwa setiap item pertanyaan *reliable* oleh karena itu, variabel X1 (Variabel Persepsi Manfaat), variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) dan variabel Y (Variabel Minat Menggunakan Layanan Grab Food) dan setiap butir pertanyaan yang diukur dapat dipercaya atau diandalkan.

Uji Regresi

Data hasil uji regresi dalam penelitian ini akan diuraikan pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar -1.173 variabel persepsi manfaat (X1) koefisien regresinya sebesar 0.604, dan variabel kemudahan penggunaan (X2) koefisien regresinya sebesar 0.449.

Tabel. 5
Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.173	1.845		-.636	.526
Persepsi Manfaat	.604	.065	.589	9.351	.000
Kemudahan Penggunaan	.449	.082	.344	5.463	.000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Layanan Grab Food

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2024)

Dari Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar -1.173 variabel persepsi manfaat (X1) koefisien regresinya sebesar 0.604, dan variabel kemudahan penggunaan (X2) koefisien regresinya sebesar 0.449.

Berdasarkan hasil analisis koefisien regresi di atas, maka rumus persamaan regresinya adalah:

$$\hat{Y} = -1.173 + 0.604X_1 + 0.449X_2$$

Persamaan regresi ini dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai Konstanta menunjukkan bahwa Minat Menggunakan Layanan Grab Food sebesar -1.173 satuan
- Nilai koefisien regresi persepsi manfaat (X1) 0.604 dengan nilai t sebesar 9.351 dan tingkat signifikan sebesar 95%. hal ini menunjukkan bahwa Minat Menggunakan Layanan Grab Food akan naik sebesar 0.604 satuan jika persepsi manfaat ditingkatkan sebesar 1 satuan.
- Nilai koefisien regresi kemudahan penggunaan (X2) 0.449 dengan nilai t sebesar 5.463 dan tingkat signifikan sebesar 95%. hal ini menunjukkan bahwa Minat Menggunakan Layanan Grab Food secara signifikan akan naik sebesar 0.449 satuan jika kemudahan penggunaan naik sebesar 1 satuan.

Pengujian Hipotesis

Uji Parsial

$H_0 : \beta_1 = 0$ Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan grab food

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan layanan grab food

$H_0 : \beta_2 = 0$ Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan grab food

$H_1 : \beta_2 \neq 0$ Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan grab food.

Dengan ketentuan jika hasil t hitung $> t$ tabel maka diputuskan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya jika hasil t hitung $< t$ tabel maka diputuskan H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Untuk Uji hipotesis pengaruh X_1 terhadap Y , dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t -statistik, dengan $t_{hitung} (9.351) > t(0.05;120) (1.660)$ dan nilai ρ . sebesar $0.000 < 0.05$, Oleh karena itu diambil keputusan H_0 ditolak dan H_1 diterima. artinya persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap k minat menggunakan layanan grab food pada taraf 0.05 . Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) dan (Arisa, 2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi. Temuan penelitian ini membuktikan bahwa jasa layanan pesan makanan dengan Grab Food sebagai salah satu kemajuan teknologi ternyata sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena kemanfaatan yang dirasakan oleh para penggunanya. Hal ini juga sejalan dengan pernyataan Purba (Kurniasari, 2018) bahwa kemunculan transportasi online dengan berbagai jenisnya menjadi solusi atas kebutuhan masyarakat akan jasa transportasi dengan segala layanannya yang mudah, nyaman, murah dan cepat.

Sedangkan untuk Uji hipotesis pengaruh X_2 terhadap Y , dapat diinterpretasikan berdasarkan uji probabilitas t -statistik, dengan $t_{hitung} (5.463) > t(0.05;120) (1.660)$ dan nilai ρ . sebesar $0.000 < 0.05$, Oleh karena itu diambil keputusan H_0 ditolak dan H_1 diterima. artinya kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan grab food, pada taraf 0.05 . Temuan penelitian ini menegaskan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Gunawan (2017), Kurniasari (2018) dan Arisa (2023) menyimpulkan terdapat persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa masyarakat memiliki minat yang besar dalam menggunakan layanan Grab Food karena bisa memesan makanan kapan saja dan di mana saja tanpa harus keluar dari rumah atau kantor (Hidayatullah et al., 2018).

Uji Simultan

H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = 0$ Secara simultan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan grab food.

H_1 : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan grab food.

Dengan ketentuan jika hasil $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ maka diputuskan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya jika hasil $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka diputuskan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berikut ini adalah tabel anova yang digunakan sebagai dasar uji.

Untuk Uji hipotesis pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y secara simultan, dapat diinterpretasikan berdasarkan uji F , dengan $F_{hitung} (75.169) > F_{(0,05;2,120)} (3.07)$ dan nilai ρ sig. sebesar $0.000 < 0.05$, Oleh karena itu diambil keputusan H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan grab food, pada taraf nyata 5%.

Tabel. 6
Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	461.803	2	230.901	75.169	.000 ^b
Residual	359.397	117	3.072		
Total	821.200	119			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan Layanan Grab Food
b. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat

Temuan penelitian ini membuktikan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniasari (2018), Atriani et al (2020) dan Sudarlan et al (2022) yang menyatakan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi karena adanya persepsi mnafaat yang dirasakan serta persepsi kemudahn dari penggunaan layanan teknologi informasi tersebut. Layanan jasa pesan antar makanan menjadi salah satu perilaku konsumen yang sebelumnya hanya mempunyai dua pilihan yaitu masak sendiri ataupun keluar rumah atau kantor untuk membeli makanan, dengan tambahan pilihan lainnya yaitu mengklik dari *smartphone* untuk mendapatkan pesanan makanan yang diinginkan, dimana hal ini merupakan salah satu indikator persepsi manfaat yang dirasakan sangat besar oleh informan penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi berganda

Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas X1 dan X2 yaitu Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan Grab Food.

Berdasarkan tabel 7 diatas, koefisien r sebesar 0.750 menunjukkan variabel bebas persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan memiliki hubungan yang erat dengan minat menggunakan layanan grab food, sedangkan Adjusted R Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0.555 atau 55.5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas persepsi manfaat (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) dapat menjelaskan minat menggunakan Grab Food (Y), dengan kontribusi sebesar 55.5% sedangkan 44.5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berikut ini di hasil uji koefisien determinasi berganda pada tabel dibawah ini:

Tabel. 7
Determinasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.555	1.753

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan , Persepsi Manfaat

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Layanan Grab Food

Berdasarkan tabel 7, koefisien r sebesar 0.750 menunjukkan variabel bebas persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan secara simultan memiliki hubungan yang erat dengan minat menggunakan layanan grab food, sedangkan Adjusted R Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0.555 atau 55.5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas persepsi manfaat (X1) dan kemudahan penggunaan (X2) dapat menjelaskan minat menggunakan Grab Food (Y), dengan kontribusi sebesar 55.5% sedangkan 44.5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

PEMBAHASAN

1. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari

Temuan penelitian menemukan bahwa responden penelitian menganggap bahwa kemanfaatan dari layanan grab food yang mereka terima sebagai hal yang mempengaruhi mereka dalam menggunakan layanan Grab Food. Hal ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2015) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja. Hal ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Priambodo & Prabawani (2016) dan Arisa (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi.

2. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari

Temuan penelitian menyimpulkan bahwa para responden penelitian menganggap minat dalam menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari dipengaruhi oleh persepsi akan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Temuan penelitian menegaskan konsep yang dikemukakan oleh Davis (Khofisoh, 2020) mengatakan bahwa persepsi kemudahan merupakan tingkat keyakinan individu pada sistem tertentu dimana individu percaya jika menggunakan sistem dapat mengurangi usaha yang dilakukan baik usaha fisik maupun mental.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Penelitian relevan yang telah dilakukan oleh Gunawan (2017), Kurniasari (2018), dan Arisa (2023) menyimpulkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi informasi.

3. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari

Temuan penelitian menemukan bahwa variabel minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang dirasakan dan persepsi kemudahan dalam penggunaan layanan ini oleh penggunanya. Temuan penelitian juga menguatkan konsep yang dikemukakan oleh Jogiyanto (2015)

bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived of usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) keduanya mempunyai pengaruh terhadap minat perilaku (*behavioral intention*) penggunaan teknologi. Temuan penelitian ini menegaskan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kurniasari (2018), dan Arisa (2023) menyimpulkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap pengguna layanan teknologi informasi.

SIMPULAN

Setelah dilakukan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari. Artinya semakin positif persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna layanan Grab Food maka akan berimbas semakin besarnya minat menggunakan layanan Grab Food oleh penggunanya di Kota Kendari. Selanjutnya persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari. Artinya semakin besar persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna layanan Grab Food maka akan berimbas semakin besarnya minat menggunakan layanan Grab Food oleh penggunanya di Kota Kendari. Dan persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan Grab Food di Kota Kendari. Artinya semakin positif persepsi manfaat dan semakin besar persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh pengguna layanan Grab Food maka akan berimbas semakin besarnya minat menggunakan layanan Grab Food oleh penggunanya di Kota Kendari.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisa, N. (2023). *Pengaruh Presepsi Mandaat, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Uang Elektronik (Studi pada Generasi Milenial di Kota Banda Aceh)*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Arriza, U. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat serta Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan E-wallet Dana (Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNISMA)*. Universitas Islam Malang.
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital DANA: *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora)*, 6(1), 54–61. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.78> Atriani*,
- Breemer, J. (2020). Strategi Pelayanan Transportasi Online Gojek Di Kota Kendari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) - Aphelion*, 1(01), 96. <https://doi.org/10.32493/jpka.v1i01.6911>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research, Reading*. Addison-Wesley.
- Fullah, L., & Candra, S. (2011). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking BRI (Studi Kasus: Seluruh Nasabah Bank BRI Jakarta)*.
- Gunawan, S. (2017). Persepsi Konsumen Atas Layanan Grab Car di Surabaya. *Agora : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Arsitektur Usakti*, 5(3).
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Jati, N. J., & Laksito, H. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 511–524.
- Jogiyanto. (2015). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Penerbit Andi.
- Khofisoh, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, Motivasi Hedonis, Kebiasaan, Promosi Penjualan terhadap Niat Menggunakan dan Perilaku Konsumen dalam Menggunakan Dompot Digital*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- King, R. C., & Gribbins, M. L. (2002). Internet Technology Adoption as an Organizational Event: An Exploratory Study across Industries (PDF) Internet Technology Adoption as an Organizational Event: An Exploratory Study across Industries. *Hawaii International Conference on System Sciences*, 7, 1–10. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2002.994205>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kurniasari, P. (2018). *Analisis Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Perilaku Penggunaan Aplikasi Transportasi Online pada Mahasiswa Universitas Brawijaya*. Universitas Brawijaya.
- Legris, P., Ingham, J., & Colletette, P. (2003). Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model. *Information & Management*, 40, 191–204. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206\(01\)00143-4](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S0378-7206(01)00143-4)
- Muntianah, S. T., Astuti, E. S., & Azizah, D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit : Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 88–113.
- Nasution, M. N. (2004). *Manajemen Transportasi*. Ghalia Indonesia.
- Nysveen, H., Pedersen, P. E., & Thorbjørnsen, H. (2005). Intentions to Use Mobile Services: Antecedents and Cross-Service Comparisons. *Journal of Academy of Marketing Science (JAMS)*, 33(3), 300–346.
- Okky Natalia, & Rini Tesniwati. (2021). The Effect Of Perception Of Trust, Perception Of Ease Of Use, Perception Of Benefits, Perception Of Risk And Perception Of Service Quality On Interest In Using Mobile Banking Bank Independent In Bekasi City. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(5), 1722–1730. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i5.344>
- Priambodo, S., & Prabawani, B. (2016). PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN UANG ELEKTRONIK (Studi Kasus pada Masyarakat di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(2), 127–135. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/11294>
- Rosyad, S., & Harsono, M. (2021). Pentingnya Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use: Dalam Teknologi Informasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 86–92.
- Salim, A. (2016). *Manajemen Transportasi*. Rajawali Press.
- Sati, R. A. S., & Ramaditya, M. (2020). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus pada Konsumen yang menggunakan Metland Card)*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Sudarlan, S., Marwanto, M., & Krisma, I. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Promosi terhadap Minat Masyarakat Kota Samarinda Menggunakan Layanan Online pada Pelanggan Ojek. *Jurnal EKSIS*, 18(1), 99–111. <https://doi.org/10.46964/eksis.v18i1.302>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta.
- Suhendro. (2009). *Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use dalam*

Penggunaan Sistem Informasi Keuangan Daerah. Universitas Sebelas Maret.

Sunyoto, D. (2007). *Analisis Regresi dan Korelasi Bivariat Ringkasan dan. Kasus.* Amara Books.

Syah, M. (2016). *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Baru.* Remaja Rosda Karya.

Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>