

**PENGARUH KEBERSIHAN DAN TATA BAHASA DRIVER GRAB TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN GRAB**

**Josua Togatorop<sup>1</sup>, Dicky M.C Sinulingga<sup>2</sup>, Hendriadi Hasibuan<sup>3</sup>**

Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia<sup>123</sup>

Email: [josuaft1109@gmail.com](mailto:josuaft1109@gmail.com)<sup>1</sup>, [ayunan123.456@gmail.com](mailto:ayunan123.456@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[hendrihsb17@gmail.com](mailto:hendrihsb17@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebersihan dan tata bahasa driver grab secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan grab. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden, teknik sampel yang digunakan yaitu teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. yang diukur dengan menggunakan koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan menggunakan alat analisis SPSS v 25. Hal dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan grab (2) Tata bahasa berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan grab (3) Kebersihan dan Tata Bahasa berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Di dalam penelitian ini meneliti pada objek yang alamiah, untuk mendapatkan gambaran umum tentang perkembangan industri transportasi serta kontribusi ojek online dalam pelayanan masyarakat di Indonesia khususnya di perusahaan Grab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebersihan dan tata bahasa berdampak besar bagi kepuasan pelanggan. Juga Grab ini menjadi terobosan bisnis online yang kini sedang diminati oleh masyarakat Indonesia saat ini khususnya di Kota Medan terutama pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Negeri Medan.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan; Kebersihan; Tata Bahasa.

**Abstract** – This research aims to test and analyze the influence of grab driver cleanliness and grammar simultaneously and partially on grab customer satisfaction. The number of samples in this research was 30 respondents, the sampling technique used was purposive sampling technique. The data collection method used was a questionnaire. The data analysis technique in this research is quantitative using multiple linear regression analysis. which is measured using the coefficient of determination and hypothesis testing using the SPSS v 25 analysis tool. This research shows that (1) Cleanliness has a positive and partially significant effect on grab customer satisfaction (2) Grammar has a partially positive and significant effect on satisfaction grab customers (3) Cleanliness and grammar have a partially positive and significant effect on customer satisfaction. In this research, we examine natural objects to get a general picture of the development of the transportation industry and the contribution of online motorcycle taxis to community services in Indonesia, especially the Grab company. The results of this research show that cleanliness and grammar

*have a big impact on customer satisfaction. Also, Grab is a breakthrough online business which is currently in demand by the Indonesian people, especially in the city of Medan, especially among Medan State University students.*

**Keywords:** *Customer satisfaction; Cleanliness; Grammar.*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi membuat masyarakat tidak lagi dibatasi oleh waktu dan tempat. Sekarang informasi dapat mudah diakses kapanpun dan dimanapun. Hal ini didukung berkembangnya jaringan teknologi informasi di masyarakat yang sering disebut internet. Internet telah menjadi suatu kebutuhan bagi tiap elemen masyarakat. Internet menjadi pendorong perubahan dunia khususnya dalam hal mempermudah urusan manusia. Mulai dari cara orang berkomunikasi, berinteraksi dengan sesama, bahkan dalam berbisnis. Kapanpun dan dimanapun itu, selama internet tersedia informasi dan komunikasi dapat terjadi. Perkembangan teknologi banyak dimanfaatkan oleh perusahaan dengan mendirikan usaha berbasis online. Salah satu usaha berbasis online yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi dengan sepeda motor yang biasa disebut dengan ojek. Ojek merupakan transportasi umum non formal. Disebut non formal karena keberadaannya yang tidak memiliki izin pengoperasian. Ojek banyak digunakan oleh penduduk di desa maupun di kota, karena mempunyai kelebihan-kelebihan dari angkutan lain, yaitu lebih cepat dan dapat melewati tempat-tempat yang sulit di jangkau. Jika dulu ojek dikelola secara konvensional dan kepemilikan tunggal, sekarang muncul bisnis baru ojek online yang dikelola secara profesional.

Jasa transportasi adalah salah satu aspek yang cukup penting dalam masyarakat sebagai salah satu aspek memperlancar aktivitas individu setiap hari seperti bekerja, bersekolah dan berbagai kegiatan lain. Terdapat berbagai variasi pilihan penyedia layanan jasa transportasi sehingga para konsumen semakin selektif dalam memilih jasa transportasi yang akan mereka gunakan. Konsumen sekarang tidak lagi sekedar membeli barang (product) atau jasa (service) saja tetapi mempertimbangkan berbagai aspek jasa yang melekat pada produk atau jasa tersebut. Kualitas layanan menjadi salah satu tolak ukur untuk keberhasilan dalam memberikan jaminan atas kepuasan para pelanggannya. Kualitas layanan pelanggan dapat memberikan penilaian secara objektif dalam rangka untuk meningkatkan kepercayaan dan layanan pelanggan. Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sangat dituntut untuk dapat menjaga reputasi dimata para pelanggannya. Kualitas layanan sangat penting untuk menjadi perhatian bagi pemilik jasa.

Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab menyediakan berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari, termasuk transportasi, pesan antar makanan, antar barang kesuatu tempat didalam kota yang sama dan berbagai layanan lain. Grab adalah salah satu perusahaan jasa transportasi yang menyediakan layanan berbasis mobile dalam kegiatan operasionalnya untuk meningkatkan kemudahan akses bagi para pelanggannya dan kesejahteraan para pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab menyediakan

berbagai layanan untuk memenuhi kebutuhan dan mempermudah kegiatan masyarakat sehari-hari, termasuk transportasi, pesan antar makanan, antar barang kesuatu tempat didalam kota yang sama dan berbagai layanan lain.

Grab perusahaan jasa yang didirikan oleh Anthony Tan pada tahun 2012 di Malaysia. Grab menggunakan dan memanfaatkan sarana e-commerce didalam memasarkan dan operasional dengan membuat layanan dalam sebuah program yaitu aplikasi Grab dari jasa yang dihasilkan oleh perusahaan Grab. Sarana e-commerce digunakan oleh Grab untuk dapat mendukung strategi yang diterapkan dalam memenangkan kompetisi di jasa transportasi, pesan antar barang dan makan online terbesar di Indonesia. Grab adalah layanan jasa aplikasi yang berbasis telpon pintar (smartphone) yaitu layanan aplikasi yang dirancang untuk perangkat seperti smartphone. Bagi pelanggan yang menggunakan aplikasi Grab ini sebelumnya perlu untuk mengunduh aplikasi ini terlebih dulu. Layanan aplikasi Grab dapat di unduh di layanan penyedia aplikasi seperti Google Play untuk android atau Apple Store untuk iOS. Perusahaan Grab cukup mengkompromikan dan menciptakan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang dimaksud dalam perusahaan Grab seperti kualitas pelayanan yang sudah dijanjikan atau berdasarkan kode etik yang sudah ditetapkan dari perusahaan tersebut. Setiap penyedia layanan berusaha untuk memberikan layanan terbaik dari berbagai sisi guna mengambil hati para pengguna internet di Indonesia yang sangat luas dan selektif. Grab sebagai salah satu penyedia layanan transportasi online terbesar di Indonesia selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk konsumen Indonesia. Grab mengkategorikan layanannya dalam 3 jenis menu layanan yaitu Transportasi, Makanan dan Kurir. Pelanggan hanya perlu memilih jenis layanan yang dibutuhkan.

1. Jasa layanan transportasi (grabcar, grabbike), akan terlihat tampilan map area yang menunjukkan lokasi pelanggan berada melalui fitur GPS kemudian pelanggan diminta mengisi alamat tujuan perjalanan. Pada map area akan terlihat driver Grab terdekat yang dapat dipilih untuk mengatarkan ketujuan.
2. Jasa layanan makanan (grabfood), aplikasi grab akan menampilkan gambar berbagai makanan yang bisa dipesan melalui layanan grabfood. Pelanggan hanya perlu mengisi jenis makanan apa yang akan dipesan pada kolom "Mau makan apa?" kemudian akan ditampilkan makanan yang pelanggan inginkan.
3. Jasa layanan kurir (grabexpress) baik itu Grab Ekspres Instant, Grab Ekspres Multi Instant, Grab Ekspres Multistop, Grab Sameday, dan Grab Jastip), pelanggan hanya perlu mengisi alamat pengambilan barang pada kolom "Lokasi Pin" kemudian mengisi alamat tujuan pada kolom "Antar Ke mana?"

Berhubungan dengan akurasi dari janji layanan, memiliki persediaan, dan melayani pesanan tersebut pada waktu yang di janjikan. Dalam transaksi yang terjadi pada layanan aplikasi Grab, pelanggan akan langsung mendapatkan layanan dari Grab ketika pelanggan telah mengisi kolomkolom alamat yang disediakan oleh Aplikasi Grab. Pelanggan hanya perlu menekan pilihan tombol "Konfirmasi" untuk setiap layanan yang diberikan. Setelah "Konfirmasi" pelanggan akan diberikan detail tarif dari setiap layanan yang dipilih. Fitur Grabpay juga di sediakan pihak Grab untuk lebih mempermudah para pelanggan dalam membayar tarif secara non-tunai. Pelanggan Grab juga bisa mengetahui tingkat kepercayaan dari mitra Grab berdasarkan rating bintang yang dimiliki setiap pengemudi

mitra Grab. Dengan ini pelanggan akan lebih percaya dengan kredibilitas dari layanan aplikasi Grab dan pengemudi mitra Grab.

Berdasarkan situs resmi Grab pada Kebijakan dan Privasi Grab, pihak Grab mengatur tentang pengolahan dan pengumpulan data pribadi dari para pengguna Grab yang menjelaskan bahwa pihak Grab telah melakukan perlindungan dan pembatasan data pribadi pengguna, sesuai dengan ketentuan yang dibuat oleh pihak Grab dan Undang- Undang negara asal pelanggan Grab. Grab telah menyediakan pilihan dalam proses pembayaran yaitu tunai atau non-tunai. Berdasarkan dari sumber laman resmi PT GrabTaxi Holding dalam transaksi nontunai Grab menjamin keamanan transaksi pelanggan dengan fitur Grabpay. Grabpay adalah layanan transaksi non-tunai untuk membayar biaya jasa dari Grab. Layanan Grabpay ini memungkinkan transaksi pembayaran secara elektronik dengan mengisi saldo Grabpay melalui Agen Grab atau outlet yang sudah bermitra dengan Grab. Layanan ini akan membuat pelanggan merasa aman dalam bertransaksi di Grab. Faktor yang mendukung para pelanggan menjadi puas dalam menggunakan aplikasi layanan Grab.

Pada era percepatan teknologi digital saat ini seluruh perusahaan diuntut untuk bersaing semakin ketat. Hal ini karena teknologi digital yang berkembang dengan sangat pesat mulai digunakan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk mengalahkan pesaing. Dengan hadirnya teknologi yang memudahkan untuk memenuhi kebutuhan. Terutama pada bisnis jasa yang saat ini berkembang bersama dengan teknologi yang semakin memudahkan untuk pencapaian kebutuhan manusia. Adapun perusahaan jasa yang memanfaatkan teknologi informasi dan internet sebagai pemasarannya yaitu Grab bisnis online berbasis aplikasi mobile smartphone yang semakin memudahkan konsumen untuk mendapatkan jasa. Salah satu faktor keberhasilan perusahaan dalam menjalankan suatu usaha adalah dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga konsumen merasakan kepuasan dalam menggunakan suatu jasa atau produk.

Menurut Kotler and Keller (2013) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang timbul dari membandingkan kinerja atau produk yang dipersepsikan atau hasil terhadap ekspektasi seseorang. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh di bawah harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan merasa senang. Sebelum memberikan kepuasan pada pelanggan perusahaan harus dikenal terlebih dahulu oleh konsumen. Perusahaan dapat dikenal oleh konsumen dengan cara melakukan promosi dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi merupakan sarana bagi suatu perusahaan, berupa suatu kegiatan dengan tujuan menciptakan komunikasi yang terarah antara produsen dan konsumen. Sunyoto (2014) menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam kegiatan pemasaran produk atau jasa.

Menurut Tjiptono (2014) service quality (kualitas pelayanan) merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yang

mempengaruhi service quality (kualitas pelayanan), layanan yang diharapkan (expected service) dan layanan yang dipersepsikan (perceived service). Service quality (kualitas pelayanan) yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan produk atau jasa merupakan suatu keberhasilan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang menerapkan promosi untuk menarik konsumen agar menggunakan produk atau jasa dan memberikan service quality untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu Grab merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya e-commerce tentunya harus melakukan promosi dan memberikan service quality untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Grab merupakan salah satu perusahaan jasa online yang memanfaatkan kecanggihan teknologi dan internet. Berawal dari layanan transportasi,

Grab kini telah mempunyai layanan lain seperti pengantaran makanan dan pembayaran yang bisa diakses lewat aplikasi mobile.

Pada penelitian ini memfokuskan pada layanan jasa Grab Bike pada aplikasi Grab, walaupun pada sebenarnya Grab memiliki berbagai jenis layanan yaitu : Grab Food; Grab Mart, Grab Ekspres, Grab Jastip, dan berbagai jenis lainnya. GrabBike adalah layanan transportasi motor yang disediakan pihak Grab Indonesia untuk memberikan pelayanan ojek online. Konsumen bisa memesan sesuai tujuan yang diinginkan melalui aplikasi grab yang dapat di unduh melalui aplikasi play store untuk perangkat android dan app store untuk perangkat IOS (iPhone Operating System). Grab memiliki kekuatan untuk bersaing dalam menguasai pangsa pasar, terlebih lagi Grab berhasil mengakuisisi Uber dan para kompetitornya. Keberhasilan Grab mengambilalih Uber akan menambah kekuatan Grab dalam bersaing dengan perusahaan lainnya yang sejenis karena semua armada, sumber daya manusia yang dimiliki oleh Uber bekerja untuk kepentingan Grab. Pada sektor usaha ini, yang menjadi pesaing usaha Grab Bike adalah Go Ride, Maxim Bike, dan Indriver. yang dianggap sebagai pioner dalam layanan jasa ini adalah respon konsumen yang tinggi menyebabkan pesaing Grab Bike yaitu Go Ride, Maxim Bike, dan Indriver memberikan layanan yang sama sebagai alternatifnya. Beberapa perusahaan ini saling bersaing dalam menguasai pangsa pasar.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif (Quantitative Research) yaitu dimana pendekatan yang usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya mempergunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numerik. Dalam penyusunan instrument atau alat pengumpul data, variabel-variabel yang menjadi acuan utama peneliti dalam menyusun angket, terdiri atas angket tentang kebersihan dan tata bahasa. Adapun cara-cara yang digunakan dalam analisa data adalah analisis korelasi yaitu di mana kami meneliti apakah sebenarnya ada hubungan antara kebersihan dan tata bahasa terhadap penguasaan konsumen Grab.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas kedua variabel menunjukkan bahwa masing masing indikator dengan total seluruh nya sebanyak 9 item pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai signifikansi nya lebih kecil dari 0,05 dan diharapkan 9 item pertanyaan tersebut mampu mewakili sesuatu yang diukur pada kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut:

1. Uji validitas variabel Kebersihan dari 4 butir pertanyaan semua valid dengan  $n = 20$ .
2. Uji validitas variabel Tata bahasa dari 5 butir pertanyaan semua valid dengan  $n = 20$ .

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

**Tabel 1. Kebersihan  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,708	4

Keterangan:  $0,708 >$  dari  $0,7$  maka dinyatakan reliabel

**Tabel 2. Tata bahasa  
Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	5

Keterangan :  $0,849 > 0,7$  maka dinyatakan reliabel

Berdasarkan kedua tabel diatas menunjukkan nilai cronbach's alpha kebersihan sebesar  $0,708$  dan tata bahasa  $0,849$  hal tersebut menunjukkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena nilai dari cronbach's alpha kedua variabel lebih besar dari  $0,7$ .

### Uji T ( Parsial )

**Tabel 3. Uji T**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,048	,426		-,113	,911

KEBERSIHAN	,648	,166	,583	3,900	,001
TATA BAHASA	,335	,143	,350	2,339	,027

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa pengaruh kebersihan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ho1:  $X1Y = 0$  ( Tidak terdapat pengaruh kebersihan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan aplikasi grab).

Ha1:  $X1Y \neq 0$  ( Terdapat pengaruh yang signifikan kebersihan terhadap kepuasan konsumen layanan aplikasi grab).

Pengaruh Tata Bahasa (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ho2:  $X1Y = 0$  ( Tidak terdapat pengaruh Tata Bahasa yang signifikan terhadap kepuasan konsumen layanan aplikasi grab).

Ha2:  $X1Y \neq 0$  ( Terdapat pengaruh yang signifikan Tata Bahasa terhadap kepuasan konsumen layanan aplikasi grab).

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS V.25 bahwa nilai dari kedua variabel tersebut Kebersihan 0,01 dan Tata Bahasa 0,27 disimpulkan H0 ditolak atau Ha diterima karena nilai  $p$ -value (*sign-2 tail*) kurang dari signifikansi  $\alpha = 0,05$ .

Hal ini dibuktikan bahwa kedua variabel X tersebut berpengaruh terhadap variabel Y yang berarti semakin baik nya kebersihan dan Tata Bahasa driver grab akan meningkatkan kepuasan konsumen layanan aplikasi grab.

#### UJI F

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan Kebersihan dan Tata Bahasa berpengaruh terhadap kepuasan konsumen layanan aplikasi grab, dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

a. Ho diterima, Ha ditolak bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan atau  $Sig > 0,05$ .

b. Ho di tolak, Ha diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan atau  $Sig < 0,05$ .

**Tabel 4 Uji F**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4,932	2	2,466	51,766	,000 <sup>b</sup>
Residual	1,286	27	,048		
Total	6,219	29			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), TATA BAHASA , KEBERSIHAN

Berdasarkan tabel diatas bahwa pengujian variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan uji F didapat hasil  $F_{hitung} = 51,766 > F_{tabel} = 2,048407$  dan nilai Signifikansi  $0,000 < 0,05$ , yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini Ho ditolak, Ha diterima, artinya variabel Kebersihan dan Tata Bahasa berpengaruh secara positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan konsumen aplikasi layanan grab.

## Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui besar prosentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan variabel independen (X). Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) berdasarkan perhitungan SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 5. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	F	Change Statistics			
						Change	df1	Sig. F Change	
1	,891 <sup>a</sup>	,793	,778	,21827	,793	51,766	2	27	,000

a. Predictors: (Constant), TATA BAHASA , KEBERSIHAN

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,793. Hal ini menjelaskan bahwa besar kontribusi variabel Kebersihan dan Tata Bahasa terhadap Kepuasan konsumen layanan aplikasi grab sebesar 79,3 % sisanya 20,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan sebagai pengukuran di penelitian ini, seperti faktor ketepatan waktu driver, tarif , dan jenis motor yang digunakan driver.

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya secara ilmiah. Tuliskan temuan-temuan ilmiah (*scientific finding*) yang diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan tetapi harus ditunjang oleh data-data yang memadai. Temuan ilmiah yang dimaksud di sini adalah bukan data-data hasil penelitian yang diperoleh. Temuan-temuan ilmiah tersebut harus dijelaskan secara saintifik meliputi: Apakah temuan ilmiah yang diperoleh? Mengapa hal itu bisa terjadi? Mengapa trend variabel seperti itu? Semua pertanyaan tersebut harus dijelaskan secara saintifik, tidak hanya deskriptif, bila perlu ditunjang oleh fenomena-fenomena dasar ilmiah yang memadai. Selain itu, harus dijelaskan juga perbandingannya dengan hasil-hasil para peneliti lain yang hampir sama topiknya. Hasil-hasil penelitian dan temuan harus bisa menjawab hipotesis penelitian di bagian pendahuluan.

## KESIMPULAN

Bisnis jasa transportasi berbasis online, terutama fokus pada layanan GrabBike. Grab, sebagai salah satu perusahaan terkemuka dalam industri, menggunakan teknologi informasi dan internet untuk menyediakan layanan transportasi, pengantaran makanan, dan pembayaran melalui aplikasi mobile. Dalam persaingan yang ketat dengan pesaing seperti Go Ride, Maxim Bike, dan Indriver, Grab memperoleh keunggulan dengan mengakuisisi Uber dan fokus pada pelayanan berkualitas. Penelitian ini menyoroti pentingnya kualitas pelayanan (*service quality*) dalam menciptakan kepuasan pelanggan, serta pentingnya promosi dan teknologi dalam memenangkan pasar. GrabBike dan layanan serupa menciptakan alternatif transportasi yang cepat dan efisien bagi masyarakat, memperlihatkan bagaimana teknologi dan inovasi merubah cara orang berinteraksi dengan jasa transportasi.

Pentingnya kepuasan pelanggan terbukti dalam konteks ini. Menurut teori pemasaran, kepuasan pelanggan muncul dari perbandingan antara harapan konsumen dan



pengalaman yang diberikan oleh perusahaan. Grab, dengan pendekatan layanan online-nya, tidak hanya memperhatikan kenyamanan konsumen tetapi juga menciptakan kualitas layanan yang memenuhi ekspektasi pengguna. Dalam era digital, pelayanan yang memadai dan promosi yang efektif sangat penting. Grab menggunakan teknologi informasi untuk mendukung promosi dan menyediakan pelayanan yang memuaskan, menciptakan pengalaman pelanggan yang positif.

Melalui survei kuantitatif, penelitian ini mencoba mengidentifikasi hubungan antara kebersihan, tata bahasa, dan kepuasan konsumen. Lokasi penelitian di lingkungan mahasiswa menyoroti relevansi Grab dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan generasi muda yang mengandalkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan seperti Grab menunjukkan bagaimana teknologi informasi tidak hanya menciptakan peluang bisnis baru tetapi juga memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen. Melalui layanan yang efisien, promosi yang cerdas, dan fokus pada kepuasan pelanggan, Grab berhasil membuktikan bahwa dalam era digital ini, pemenang adalah mereka yang mampu menggabungkan teknologi dan kepuasan pelanggan dengan baik. Dengan demikian, Grab dan perusahaan sejenisnya memainkan peran penting dalam membentuk masa depan layanan jasa di dunia yang semakin terhubung dan maju ini.

Dan Berdasarkan hasil uji validitas, reliabilitas, uji t parsial, uji F, dan koefisien determinasi pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik kebersihan maupun tata bahasa dalam layanan aplikasi Grab memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbaikan dalam aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aplikasi Transportasi Online dalam Peningkatan Kinerja Driver. Edition, 11/E. Pearson Higher Education, 2009. *Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 3(1), 147–157. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i1.139>
- Fahrurrozi, F., Sayyidi, S., & Ali, I. (2020). Analisis Layanan Ojek Online PT. Grab Hanni Sofia dan Budhi Prianto (2010), Panduan Mahir Akses Internet, Jakarta: Kriya
- Indonesia Wilayah Surabaya dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jesya (Jurnal Laudon, Ken, and Jane Laudon (2009): Management Information Systems: International Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Jakarta: Rosda.*
- Mustafa, I. (2016). *Fiqh Mu'amalah kontemporer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Neobis*, 32-40.
- Sofian, S. (2017). Penerapan Sistem Informasi E-Commerce Berbasis Pustaka.Pusparisa. Setia.
- Shaw, Michael, et al., (2012), eds. *Handbook on electronic commerce*. Springer Science
- Suhendi, H. (2016), *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Cetakan Kesepuluh, Pustaka Setia.
- Syafe'i, R. (2001), *Fiqh Muamalah*. Bandung: Cetakan Angka Terakhir 10,9,8,7, Pustaka Web. *JITEKH*, 52-57.
- Yunus, M., Soesilowati, E., Setyowati, D. L., & Arsal, T. (2019). Analisis Sistem Kerja.