

ANALISIS KEGUNAAN DAN KEBERMANFAATAN APLIKASI GRAB FOOD DI WILAYAH PALEMBANG MENGGUNAKAN REGRESI LINIER SEDERHANA

Mutiara Marsa Silvia¹, M. Wirayuda², Tata Sutabri³
^{1,2,3}Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Bina Darma
E-mail : mutiaramarsyasilfia@gmail.com¹,mwirayudayuda@gmail.com²

Abstract

The development of information and communication technology has brought significant changes in various aspects of people's lives, including consumption and food services. One of these advances is the presence of food delivery service applications, such as GrabFood. This research aims to analyze the usability and usefulness of the GrabFood application in the Palembang area using a simple linear regression method. Data was obtained through a survey of GrabFood application users in Palembang. The independent variable is application usability, measured based on ease of use, accessibility, and speed of service. The dependent variable is the usefulness of the application, measured based on the level of user satisfaction and frequency of use. The results of the analysis show a significant positive relationship between usability and usefulness on the attitudes of GrabFood application users. In conclusion, increasing the usability of the GrabFood application increases its usefulness for users in Palembang. This research has implications for developing and improving GrabFood application services to better meet user needs and expectations.

Keywords: *GrabFood, application usability, usefulness, simple linear regression*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengakibatkan transformasi yang signifikan dalam beragam bidang kehidupan masyarakat. termasuk dalam hal konsumsi dan layanan makanan. Salah satu bentuk kemajuan tersebut adalah hadirnya aplikasi layanan pesan antar makanan, seperti GrabFood. Aplikasi ini menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk memesan makanan dari berbagai restoran tanpa harus meninggalkan rumah. Di tengah dinamika perkotaan yang semakin sibuk, khususnya di wilayah Palembang, kehadiran GrabFood menjadi solusi praktis yang banyak diminati (Tiarailsa et al., 2022).

Palembang Sebagai kota metropolitan di Indonesia, memiliki tingkat pergerakan penduduk yang tinggi. Dengan perkembangan urbanisasi dan modernisasi, kebutuhan masyarakat akan layanan yang cepat, efisien, dan praktis juga meningkat. GrabFood hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut, memberikan kemudahan akses terhadap berbagai pilihan makanan dan minuman hanya

melalui sentuhan layar ponsel. Namun, untuk memahami sejauh mana aplikasi ini memberikan manfaat bagi penggunaannya, perlu dilakukan analisis mendalam mengenai kegunaan dan kebermanfaatan GrabFood di wilayah Palembang (Nurvitasari & Dwijayanti, 2022).

Analisis kegunaan dan kebermanfaatan aplikasi seperti GrabFood Bisa dilakukan dengan berbagai teknik, salah satunya adalah menggunakan regresi linier sederhana. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami korelasi antara variabel yang mandiri dan yang bergantung. Dalam konteks ini, variabel independen bisa berupa kemudahan penggunaan, variasi menu, kecepatan layanan, dan harga, sedangkan variabel dependen adalah tingkat kepuasan pengguna. Dengan analisis regresi linier sederhana, kita dapat mengukur Seberapa signifikan dampak dari faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan pengguna. aplikasi GrabFood di Palembang.

Regresi linier sederhana adalah teknik analisis statistik Digunakan untuk memprediksi nilai variabel tergantung berdasarkan nilai

variabel bebas. Teknik ini sangat berguna untuk memahami hubungan linear antara Dua variabel digunakan untuk memproyeksikan atau memprediksi nilai satu variabel berdasarkan variabel lainnya. Dalam penelitian ini, regresi linier sederhana akan membantu mengidentifikasi dan mengukur pengaruh dari berbagai faktor yang dianggap mempengaruhi kegunaan dan kebermanfaatan GrabFood.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan gambaran yang terperinci tentang seberapa efektifnya pengaruh aplikasi GrabFood dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pengguna di Palembang. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap tingkat kepuasan pengguna, Harapannya, penelitian ini dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Selain itu, hasil analisis ini juga bisa menjadi referensi bagi pemangku kepentingan lainnya, seperti pemilik restoran dan pengambil kebijakan, dalam memahami dinamika konsumsi makanan melalui platform digital (Sophian & Wi, 2022).

Metodologi penelitian akan melibatkan pengumpulan data primer melalui survei kepada pengguna GrabFood di Palembang. Data yang terkumpul akan diolah dengan menerapkan regresi linier sederhana untuk melakukan uji hipotesis yang telah diajukan. Dalam analisis ini, berbagai indikator seperti kemudahan penggunaan aplikasi, variasi menu, kecepatan pengiriman, dan harga akan dievaluasi untuk melihat pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna (Puspita & Aprilia, 2020).

Secara keseluruhan, penelitian ini berusaha untuk menjawab pertanyaan utama: Apakah aplikasi GrabFood benar-benar memberikan manfaat yang signifikan bagi penggunaannya di Palembang? Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan berarti dalam pengembangan layanan pesan antar makanan yang lebih baik di masa depan (Amah et al., 2020).

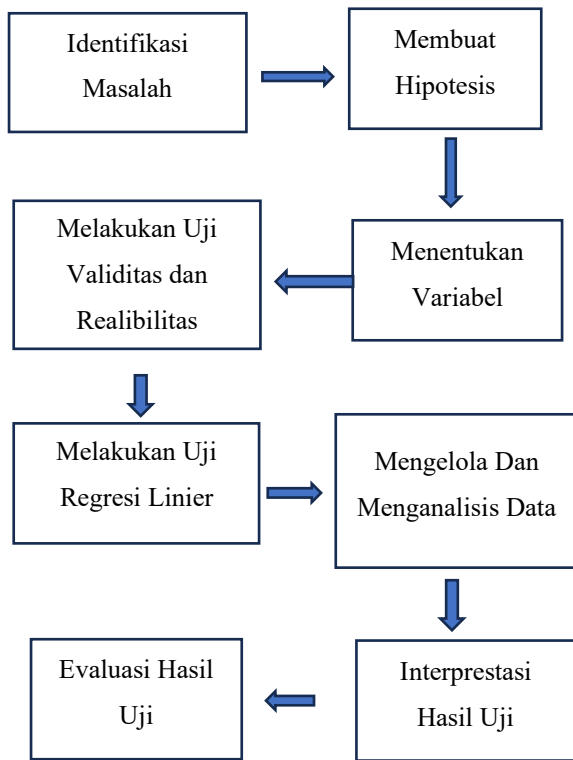
Disamping itu, penelitian ini juga berupaya untuk mengidentifikasi hambatan dan

rintangan yang mungkin dihadapi oleh pengguna GrabFood di Palembang. Beberapa masalah seperti kualitas layanan pengiriman, akurasi pesanan, dan interaksi dengan pihak restoran atau pengemudi sering menjadi perhatian pengguna. Mengidentifikasi dan memahami masalah-masalah ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi perbaikan layanan di masa mendatang (Rosita, 2020).

Lebih jauh lagi, Penelitian ini akan meneliti faktor-faktor luar yang mungkin mempengaruhi penggunaan aplikasi GrabFood, termasuk tingkat akses internet, pengetahuan teknologi, dan preferensi konsumen terhadap metode pemesanan makanan secara online. Di Palembang, dengan keragaman demografis dan kebiasaan konsumsi yang bervariasi, penting untuk mempertimbangkan bagaimana faktor-faktor ini dapat mempengaruhi adopsi dan penggunaan GrabFood (Puspita & Aprilia, 2020).

2. METODELOGI

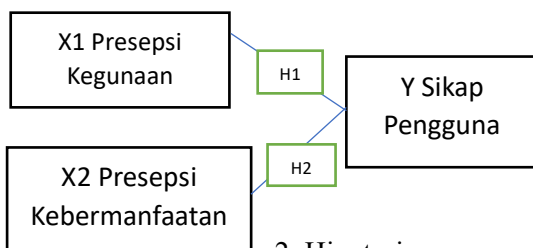
Metodologi penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kegunaan dan kebermanfaatan aplikasi GrabFood di wilayah Palembang menggunakan Penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana, yang melibatkan tiga variabel utama, yakni persepsi kegunaan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), dan sikap pengguna (Y1). Data dikumpulkan melalui survei dengan kuesioner yang disebarakan kepada pengguna GrabFood di Palembang. Setelah data terkumpul, dilakukan penggunaan analisis regresi linier sederhana untuk menemukan korelasi antara variabel X1 dan X2 terhadap Y1. Model regresi digunakan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh persepsi kegunaan dan kebermanfaatan terhadap sikap pengguna terhadap aplikasi GrabFood. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik bagi pengembang aplikasi dalam meningkatkan kualitas layanan mereka.



Gambar 1. Tahapan Metode

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis pertama menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki dampak terhadap sikap terhadap penggunaan. Hipotesis kedua menyatakan bahwa persepsi manfaat yang dirasakan juga memiliki dampak terhadap sikap terhadap penggunaan.



Gambar 2. Hipotesis

Berikut merupakan variable pertanyaan terdiri dari X1 persepsi kegunaan ada 6 indikator, X2 persepsi kebermanfaatan ada 6 indikator, dan variable Y sikap terhadap pengguna ada 7 indikator.

Tabel 1. Pernyataan Variabel X1

Variabel	Pernyataan
X1 Perceived Ease of Use (PEU)	Presepsi Kegunaan (X1):
X1.1	Aplikasi Grabfood membantu mempermudah proses memesan makanan.
X1.2	Aplikasi Grabfood memiliki antarmuka yang mudah dipahami.
X1.3	Aplikasi Grabfood menyediakan berbagai pilihan restoran dan menu.
X1.4	Aplikasi Grabfood memiliki fitur pelacakan pesanan yang akurat.
X1.5	Aplikasi Grabfood memberikan pemberitahuan yang jelas tentang status pesanan.
X1.6	Aplikasi Grabfood menyediakan layanan pelanggan yang responsif.

Tabel 2. Pernyataan Variabel X2

X2 Perceived Usefulness (PU)	Presepsi Kebermanfaatan (X2):
X2.1	Penggunaan aplikasi Grabfood menghemat waktu dalam mencari makanan.
X2.2	Penggunaan aplikasi Grabfood mengurangi kerumitan dalam proses memesan makanan.
X2.3	Penggunaan aplikasi Grabfood memperluas pilihan makanan yang tersedia.
X2.4	Penggunaan aplikasi Grabfood meningkatkan kenyamanan dalam memesan makanan.
X2.5	Penggunaan aplikasi Grabfood mempercepat proses

	pengiriman makanan.
X2.6	Penggunaan aplikasi Grabfood meningkatkan kepuasan dalam pengalaman memesan makanan.

Tabel 3. Pernyataan Variabel Y

Attitude Toward Using (ATU) (Y):	Sikap Terhadap Pengguna (Y)
Y1	Saya merasa senang menggunakan aplikasi Grabfood.
Y2	Saya merasa puas dengan pengalaman memesan makanan melalui aplikasi Grabfood.
Y3	Saya merasa percaya dengan kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi Grabfood.
Y4	Saya merasa terbantu dengan adanya aplikasi Grabfood dalam kehidupan sehari-hari.
Y5	Saya merasa bahwa penggunaan aplikasi Grabfood adalah pilihan yang bijaksana.
Y6	Saya merasa bahwa aplikasi Grabfood memiliki nilai tambah dalam kehidupan saya.
Y7	Saya merasa bahwa aplikasi Grabfood meningkatkan efisiensi dalam memesan makanan.

Pernyataan tersebut akan dinilai dengan skala 1 hingga 5, di mana Sangat Setuju = 5, Setuju bernilai 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2, dan Sangat Tidak Setuju bernilai 1. Evaluasi ini akan dilakukan oleh 50 responden.

Uji Validitas

Uji ini dilakukan dengan menganalisa serta melakukan banding terhadap nilai - nilai angka r hitung dan r tabel. Jika r hitungannya yang kita dapat lebih atau besar dari r tabel, item tersebut dinyatakan valid atau benar. Kemudian, jika r hitungannya yang di peroleh lebih kecil

dari pada r tabel, item tersebut dinyatakan tidak valid, sementara r tabel didapatkan dengan menghitung tabel r berdasarkan ketentuan ($df = n-2$) dengan signifikansi 5%, di mana n adalah jumlah responden. Sebagai contoh, dengan ($df = 52-2$), maka df menjadi 50. Setelah mendapatkan nilai df, kita dapat menentukan r tabel dengan melihat tabel 4.

Tabel 4. Tabel r dari 40 - 52

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
40	0,257 3	0,304 4	0,357 8	0,393 2	0,4896
41	0,254 2	0,300 8	0,353 6	0,388 7	0,4843
42	0,251 2	0,297 3	0,349 6	0,384 3	0,4791
43	0,248 3	0,294 0	0,345 7	0,380 1	0,4742
44	0,245 5	0,290 7	0,342 0	0,376 1	0,4694
45	0,242 9	0,287 6	0,338 4	0,372 1	0,4647
46	0,240 3	0,284 5	0,334 8	0,368 3	0,4601
47	0,237 7	0,281 6	0,331 4	0,364 6	0,4557
48	0,235 3	0,278 7	0,328 1	0,361 0	0,4514
49	0,232 9	0,275 9	0,324 9	0,357 5	0,4473
50	0,230 6	0,273 21	0,321 8	0,354 2	0,4432
51	0,228 4	0,270 6	0,318 8	0,350 9	0,4393
52	0,226 2	0,268 1	0,315 8	0,347 7	0,4354

Dari tabel 4 di atas, dengan ($df = 50$) dan signifikansi 5%, Dengan tingkat signifikansi 5%, ditemukan nilai r tabel sebesar 0,2732. Setelah mendapatkan nilai r tabel ini, yaitu 0,2732, kita dapat membandingkan r hitung menggunakan aplikasi SPSS .

Tabel 5. Hasil Uji Validitas X1

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.048	.216	.049	.211	.079	.437**
	Sig. (2-tailed)		.742	.132	.734	.141	.587	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.048	1	-.255	.415**	.301*	.234	.547**
	Sig. (2-tailed)	.742		.074	.003	.034	.101	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	.216	-.255	1	.006	.280*	-.069	.379*
	Sig. (2-tailed)	.132	.074		.988	.049	.633	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.049	.415**	.006	1	.112	.227	.562**
	Sig. (2-tailed)	.734	.003	.968		.440	.113	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	.211	.301*	.280*	.112	1	.006	.644**
	Sig. (2-tailed)	.141	.034	.049	.440		.968	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	.079	.234	-.069	.227	.006	1	.527**
	Sig. (2-tailed)	.587	.101	.633	.113	.968		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total_X1	Pearson Correlation	.437**	.547**	.379**	.562**	.644**	.527**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.007	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa nilai r hitung pearson correlation untuk item 1 = 0,437, item 2 = 0,547, item 3 adalah 0,379, item 4 = 0,562, item 5 = 0,644, dan item 6 adalah 0,527. Hasil ini menunjukkan bahwa pertanyaan pada variabel X1 nomor 1 sampai nomor 6 adalah valid, karena tidak ada nilai yang lebih kecil atau dibawah 0,2732.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas X2

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.279	-.183	.375**	.305*	.149	.613**
	Sig. (2-tailed)		.050	.202	.007	.031	.303	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.279	1	.066	.363**	.287*	.186	.632**
	Sig. (2-tailed)	.050		.648	.010	.043	.197	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	-.183	.066	1	.138	.087	-.027	.301*
	Sig. (2-tailed)	.202	.648		.339	.547	.850	.034
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.375**	.363**	.138	1	.212	.161	.667**
	Sig. (2-tailed)	.007	.010	.339		.140	.263	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.305*	.287*	.087	.212	1	.099	.623**
	Sig. (2-tailed)	.031	.043	.547	.140		.495	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	.149	.186	-.027	.161	.099	1	.475**
	Sig. (2-tailed)	.303	.197	.850	.263	.495		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Total_X2	Pearson Correlation	.613**	.632**	.301*	.667**	.623**	.475**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.034	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil di atas, diketahui bahwa nilai r hitung pearson correlation untuk item 1 adalah 0,613, item 2 adalah 0,632, item 3 adalah 0,301, item 4 adalah 0,667, item 5 adalah 0,623, dan item 6 adalah 0,475. Hasil ini menunjukkan bahwa pertanyaan pada variabel X2 nomor 1 sampai nomor 6 valid, karena tidak ada nilai yang lebih kecil atau dibawah 0,2732.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Y

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	-.106	-.148	.134	.015	-.108	.508**	.355*
	Sig. (2-tailed)		.462	.304	.352	.918	.455	.000	.011
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y2	Pearson Correlation	-.106	1	.251	.120	.107	.244	-.189	.412**
	Sig. (2-tailed)	.462		.078	.407	.461	.088	.189	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y3	Pearson Correlation	-.148	.251	1	.162	.379	.309*	.080	.572**
	Sig. (2-tailed)	.304	.078		.262	.050	.029	.579	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y4	Pearson Correlation	.134	.120	.162	1	.086	.039	.227	.522**
	Sig. (2-tailed)	.352	.407	.262		.551	.790	.113	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y5	Pearson Correlation	.015	.107	.379	.086	1	.130	-.021	.479*
	Sig. (2-tailed)	.918	.461	.050	.551		.367	.883	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y6	Pearson Correlation	-.108	.244	.309*	.039	.130	1	.074	.514**
	Sig. (2-tailed)	.455	.088	.029	.790	.367		.609	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Y7	Pearson Correlation	.508**	-.189	.080	.227	-.021	.074	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.000	.189	.579	.113	.883	.609		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50
Total_Y	Pearson Correlation	.355*	.412**	.572**	.522**	.479*	.514**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.011	.003	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil di atas, nilai r hitung pearson correlation untuk item 1 = 0,355, item 2 = 0,412, item 3 adalah 0,572, item 4 adalah 0,522, item 5 = 0,479, item 6 = 0,514, dan item 7 adalah 0,515. Hasil ini menunjukkan bahwa pertanyaan pada variabel Y dari nomor 1 hingga nomor 7 dinyatakan valid, karena tidak ada nilai yang lebih kecil atau dibawah 0,2732.

Tabel 8. Perhitungan Uji Validitas X1

Presepsi Kegunaan (X1)			
Variabel	r tabel	r hitung	Keterangan
X1.1	0,273	0,437	Valid
X1.2	0,273	0,547	Valid
X1.3	0,273	0,379	Valid
X1.4	0,273	0,562	Valid
X1.5	0,273	0,644	Valid
X1.6	0,273	0,527	Valid

Tabel 9. Perhitungan Uji Validitas X2

Presepsi Kebermanfaatan (X2)			
Variabel	r tabel	r hitung	Keterangan
X2.1	0,273	0,613	Valid
X2.2	0,273	0,632	Valid
X2.3	0,273	0,301	Valid
X2.4	0,273	0,667	Valid
X2.5	0,273	0,623	Valid
X2.6	0,273	0,475	Valid

Tabel 10. Perhitungan Uji Validitas Y

Attitude Toward Using (Y)			
Variabel	r tabel	r hitung	Keterangan
Y1	0,273	0,355	Valid
Y2	0,273	0,412	Valid

Y3	0,273	0,572	Valid
Y4	0,273	0,522	Valid
Y5	0,273	0,479	Valid
Y6	0,273	0,514	Valid
Y7	0,273	0,515	Valid

Uji Realibilitas

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach's Alpha > atau lebih 0,60, maka kuesioner dianggap reliabel dan konsisten.
2. Kemudian, jika nilai yang kita dapat Cronbach's Alpha < atau kurang dari 0,60, maka dianggap tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 11. Nilai Cronbach's Alpha

Besar Nilai r	Interpretasi
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
0,20 - 0,40	Rendah
0,40 - 0,60	Agak Rendah
0,60 - 0,80	Cukup
0,80 - 1,00	Tinggi

Tabel 11 di atas menunjukkan jumlah nilai r beserta interpretasinya, dengan rentang 0,00 – 0,20 diartikan sebagai sangat rendah, 0,80 – 1,00 diartikan sebagai tinggi, dan seterusnya.

Tabel 12. Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Gambar output atau hasil di atas menunjukkan informasi mengenai jumlah responden (N) jumlah data yang dievaluasi menggunakan program SPSS adalah 50 responden. Karena tidak ada data yang kosong serta semua jawaban responden terisi maka jumlah data valid adalah 100%.

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	19

Cronbach's Alpha	N of Items
.712	19

Gambar output di atas menunjukkan bahwa terdapat 19 item atau butir pertanyaan angket yang terdiri dari beberapa variabel x1, x2, dan y dengan jumlah nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,712. Karena nilai yang kita dapat Cronbach's Alpha 0,712 > atau lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa item tersebut cukup reliabel atau konsisten.

Uji Regresi Linier Sederhana

Table 14. Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.343	2,189

a. Predictors: (Constant), Presepsi

Kebermanfaatan, Presepsi Kegunaan

Tabel Model Summary menampilkan korelasi (R) sebesar 0,608. Dari hasil tersebut, ditemukan koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,370, yang berarti bahwa 37,0% variasi dalam variabel terikat, yaitu partisipasi, dapat dijelaskan oleh variabel bebas, yaitu trust.

Table 15. Anova

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	132,181	2	66,091	13,793	.000 ^b
Residual	225,199	47	4,791		
Total	357,380	49			

Output bagian (ANOVA) menunjukkan bahwa nilai hitung F adalah 13,793 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variable partisipasi. Artinya, variabel kepercayaan (X) memiliki dampak atau pengaruh pada variabel partisipasi (Y).

Table 16. Coefisience

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,802	3,323		2,950	,005
Presepsi Kegunaan	,402	,120	,404	3,351	,002
Presepsi Kebermanfaatan	,336	,114	,356	2,958	,005

Output atau hasil Bagian (Koefisien) : Diketahui dengan nilai Konstanta (a) sebesar 9,802, sementara nilai Trust (b / koefisien regresi) adalah 0,402. dengan nilai c sebesar 0,336, maka persamaan regresinya dapat diekspresikan atau ditulis sebagai:

$$Y = a + b + cX$$

$$Y = 9,802 + 0,402 + 0,336 X$$

Persamaan tersebut dapat diterjemahkan atau diartikan sebagai berikut :

- Nilai konstan sebesar 9,802, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Partisipasi adalah sebesar 9,802
- Koefisien regresi X1 sebesar 0,402 mengindikasikan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% pada nilai Trust, akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,402 pada nilai Partisipasi. Sehingga koefisien regresi ini memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel X1 terhadap Y adalah positif.
- Koefisien regresi X2 sebesar 0,336 menggambarkan bahwa setiap peningkatan sebesar 1% pada nilai Trust akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,336 pada nilai Partisipasi. Sehingga koefisien regresi ini memiliki nilai positif, yang menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel X2 terhadap Y adalah positif.

Table 17. Coefisience

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,802	3,323		2,950	,005
Presepsi Kegunaan	,402	,120	,404	3,351	,002
Presepsi Kebermanfaatan	,336	,114	,356	2,958	,005

Pengambilan Keputusan dalam Uji Regresi Sederhana

- Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficients, nilai signifikansi X1 adalah 0,002, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Trust (X1) kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Partisipasi (Y) sikap terhadap pengguna.

- Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficients, nilai signifikansi untuk X2 adalah 0,005, yang kurang dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Trust (X2) manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Partisipasi (Y) sikap terhadap pengguna.

- Berdasarkan nilai t, nilai t hitung sebesar 3,351, yang lebih besar dari t tabel 1,67655. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Trust (X1) kegunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Partisipasi (Y) sikap terhadap pengguna.

- Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t hitung sebesar 2,958 > t tabel 1.67655, sehingga hasilnya dapat disimpulkan bahwa variabel Trust (X2) manfaat berpengaruh terhadap variabel Partisipasi (Y) sikap terhadap pengguna.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah pertanyaan-pertanyaan yang kita peroleh dalam kuesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan hasil perhitungan r tabel dengan derajat kebebasan (df) sebesar 50 (n-2) pada tingkat signifikansi 5% adalah 0,2732. diperoleh hasil sebagai berikut:

Variabel X1 (Presepsi Kegunaan)

Semua item (X1.1 sampai X1.6) item tersebut dianggap valid karena nilai r hitung yang kita dapat lebih besar dari nilai r tabel (0,2732).

Variabel X2 (Presepsi Kebermanfaatan)

Semua item (X2.1 sampai X2.6) item tersebut dianggap valid karena nilai r hitung yang kita dapat lebih besar dari nilai r tabel (0,2732).

Variabel Y (Attitude Toward Using)

Semua item (Y1 sampai Y7) item tersebut dianggap valid karena nilai r hitung yang kita dapat lebih besar dari nilai r tabel (0,2732).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan atau dilakukan untuk menilai konsistensi kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan output SPSS, Cronbach's Alpha memiliki nilai 0,712 untuk 19 item pertanyaan, melebihi batas 0,60. Itu berarti bahwa kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana dimanfaatkan untuk menilai pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

Model Summary

Nilai R (korelasi) = 0.608 Ini menunjukkan adanya korelasi yang signifikan antara variabel independen atau bebas dan variabel dependen atau terikat.

Nilai R Square = 0.370 menunjukkan bahwa 37% variasi dalam variabel yang dependen atau terikat (Partisipasi) dapat dijelaskan oleh variabel bebas atau dependen (Presepsi Kegunaan dan Presepsi Kebermanfaatan).

Uji ANOVA

Nilai F hitung adalah 13,793 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang kurang dari 0,05, menandakan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan.

Uji Koefisien Regresi

Konstanta (a) sebesar 9.802 berarti Konsistensi nilai variabel Partisipasi adalah 9.802.

Koefisien regresi X1 (Presepsi Kegunaan) sebesar 0.402 berarti setiap peningkatan 1 unit nilai Presepsi Kegunaan akan meningkatkan nilai Partisipasi sebesar 0.402, dan pengaruhnya signifikan dengan nilai signifikansi $0.002 < 0.05$.

Koefisien regresi X2 (Presepsi Kebermanfaatan)

sebesar 0.336 berarti setiap peningkatan 1 unit nilai Presepsi Kebermanfaatan akan meningkatkan nilai Partisipasi sebesar 0.336, dan pengaruhnya signifikan dengan nilai signifikansi yang diperoleh $0.005 <$ atau lebih kecil dari 0.05.

Untuk X1, nilai t hitung adalah 3,351, melebihi nilai t tabel $> 1,67655$, dan untuk X2 $2.958 >$ t tabel 1.67655 menunjukkan bahwa kedua variabel independen atau bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau terikat.

4. KESIMPULAN

Semua item pertanyaan pada variabel X1, X2, dan variabel Y dianggap valid karena nilai yang kita atau data peroleh dari r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Kuesioner yang digunakan reliabel atau konsisten dengan nilai yang kita dapat Cronbach's Alpha sebesar 0.712 atau lebih dari 0,60.

Presepsi Kegunaan (X1) dan Presepsi Kebermanfaatan (X2) secara signifikan mempengaruhi Partisipasi (Y) dengan model regresi yang cukup baik ($R = 0.608$ dan $R\text{ Square} = 0.370$).

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang melibatkan Presepsi Kegunaan dan Presepsi Kebermanfaatan dalam mempengaruhi Partisipasi dapat diterima dan dianggap valid serta reliabel.

Serta terdapat hubungan positif antara kegunaan aplikasi GrabFood dan kebermanfaatan terhadap sikap pengguna di wilayah Palembang. Artinya, semakin tinggi penilaian pengguna terhadap kegunaan aplikasi, semakin tinggi pula penilaian mereka terhadap kebermanfaatan yang dirasakan.

Dan berdasarkan hasil analisis, responden menunjukkan bahwa aplikasi GrabFood memiliki manfaat yang sangat signifikan dalam kehidupan sehari-hari mereka di kota Palembang. Hubungan positif dan signifikan antara kegunaan dan kebermanfaatan terhadap sikap pengguna aplikasi ini menunjukkan bahwa peningkatan aspek-aspek kegunaan (seperti kemudahan penggunaan dan kecepatan layanan) secara langsung meningkatkan persepsi kebermanfaatan di kalangan pengguna.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Amah, A., Indriani, N., Ambarwati, V. V., & Jayanti, P. S. (2020). Analisis kesalahan berbahasa bidang morfologi pada promo grabfood di aplikasi grab. *Parafrasa: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Pengajaran*, 2(2).
- [2] Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1472–1481.
- [3] Puspita, M., & Aprilia, A. (2020). Faktor-Faktor Pendorong Konsumen Surabaya Membeli Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Gofood Dan Grabfood. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 6(2), 88–98.
- [4] Rosita, R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Terhadap Keputusan Menggunakan Aplikasi Grabfood. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(1), 95.
- [5] Sophian, N. S., & Wi, P. (2022). Analisis Pengaruh Teknologi, Pengetahuan Akuntansi, Omzet Usaha, Penyusunan Dan Penyajian Laporan Keuangan Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Umkm (Studi Kasus Pada Pelaku Umkm Sebagai Pengguna Aplikasi Grabfood Di Kawasan Pa. *Global Accounting*, 1(3), 55–65.
- [6] Sutabri, T., Suryatno, A., Setiadi, D., & Negara, E. S. (2018). Improving naïve bayes in sentiment analysis for hotel industry in Indonesia. *2018 Third International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–6.
- [7] Sutabri, T., Suryatno, A., Setiadi, D., & Negara, E. S. (2018). Improving naïve bayes in sentiment analysis for hotel industry in Indonesia. *2018 Third International Conference on Informatics and Computing (ICIC)*, 1–6.
- [8] Sutabri, Tata, 2012, *Konsep Sistem Informasi*, Yogyakarta : Andi
- [9] Tata Sutabri, T. S. (2023). Design of A Web-Based Social Network Information System. *International Journal of Artificial Intelligence Research*, 6(1), 310–316.
- [10] Tata Sutabri, T. S., Pamungkur, P., Ade Kurniawan, A. K., & Raymond Erz Saragih, R. E. S. (2019). Automatic attendance system for university student using face recognition based on deep learning. *International Journal of Machine Learning and Computing*, 9(5), 668–674.
- [11] Tata Sutabri, T. S., Yohanes Bowo Widodo, Y. B. W., Sondang Sibuea, S. S., Ismi Rajiani, I. R., & Yaziz Hasan, Y. H. (2019). Tankmate Design for Settings Filter, Temperature, and Light on Aquascape. *Journal of Southwest Jiaotong University*, 54(5), 1–8.
- [12] Tiarailsa, S., Kusuma, Y. B., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Grabfood di Surabaya. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(1), 162–168.