

# **PENGARUH TEKNOLOGI KOMUNIKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB DIKALANGAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI**

Bella Natasha Hillary Sampe

Dessie M.D Warouw

Mariam Sondakh

Email : [natashilss41@gmail.com](mailto:natashilss41@gmail.com)

## **Abstrak**

Dalam tujuh tahun sekarang ojek *online* semakin berkembang. Salah satunya adalah Grab, persaingan dalam menarik perhatian pelanggan. Ada berbagai kendala yang sering terjadi diaplikasi Grab, misalnya jaringan yang terkadang hilang karena cuaca yang buruk, aplikasi Grab yang tiba-tiba error, penjemputan yang terkadang tidak sesuai GPS dan sebagainya. Maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Teori yang digunakan adalah teknologi komunikasi, ada dua variabel ( X) Teknologi Komunikasi dan (Y) Kepuasan Pelanggan analisis yang digunakan ialah. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik analisis data yang dipakai adalah Analisis Korelasi Pearson Product Moment (PPM) dan Analisis Regresi Linear Sederhana. Berdasarkan perhitungan Korelasi Product Moment teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab memberikan kontribusi sebesar 15,16% dan hasil penelitian ini masih banyak yang mengeluh dengan jaringan yang ada yang mengakibatkan menurunnya pelanggan Grab yang kurang puas.

**Kata Kunci: Teknologi Komunikasi, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi Grab**

## **PENDAHULAN**

Perkembangan teknologi sekarang ini telah banyak menunjukkan kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dari sektor kehidupan yang telah menggunakan keberadaan dari teknologi itu sendiri. Kehadirannya telah memberikan dampak yang cukup besar terhadap kehidupan umat manusia dalam berbagai aspek dan dimensi. Salah satu bukti nyata dari perkembangan teknologi tersebut adalah teknologi komunikasi mulai dari

telepon, yang berbasis analog, maju dan berkembang terus hingga muncul berbagai perangkat elektronik lainnya, seperti *smartphone*. Dikalangan masyarakat dewasa ini *smartphone* sudah bukan lagi menjadi barang yang hanya dimiliki oleh kalangan menengah keatas dan juga masyarakat kalangan bawah yang sudah merupakan suatu kebutuhan primer. Dimana *smartphone* sudah wajib untuk dimiliki

secara perorangan, baik anak-anak hingga yang lanjut usia.

*Smartphone* merupakan salah satu perangkat dari teknologi komunikasi yang mempunyai berbagai aplikasi yang menarik, edukatif, serta sangat membantu dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Aplikasi yang sedang *booming* saat ini yaitu aplikasi transportasi *online*. Transportasi *online* merupakan 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 yang dilakukan pelanggan.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang ini yaitu PT.Grab Indonesia. untuk penggunaan Grab saat ini banyak sekali peminatnya mulai dari kalangan mahasiswa, karyawan, guru, antar jemput disekolah, kampus, bahkan tempat kerja karena selain mudah dan praktis ternyata Grab juga menawarkan potongan harga atau yang biasa disebut dengan promo dan biasanya harga Grab sendiri bisa jauh lebih terjangkau dari ojek pangkalan pada umumnya, jadi sekarang banyak dari beberapa kalangan yang sudah berpindah ke transportasi *online* atau Grab itu sendiri.

Sementara banyak dibicarakan adalah Grab salah satu jenis layanan transportasi *online*, bahkan tidak hanya transportasi saja sementara sudah ada jasa pengantar barang, dan juga pengantar makanan, mulai dari kita harus *download* aplikasinya di *Google Play Store* kalau pengguna *Android* atau pengguna *Apple* bisa di *download* di *AppleStore*, setelah di

*download* dan sudah terpasang dan ketika kita ingin menggunakan aplikasi Grab dan tulis tujuan destinasi dan lokasi penjemputan ketika pengemudi Grab sudah ada, pengemudi Grab itu bisa langsung telepon ke kita atau juga bisa sms melalui aplikasi setelah pengemudi itu sampai dilokasi penjemputan. Setelah sampai dilokasi penjemputan dan pengemudi klik *drop off* langsung tertera di aplikasi pelanggan yang menuliskan *profile* pengemudi dan bintang sebanyak 1-5. Dimana kita harus menilai bahwa kita puas atau tidak selama perjalanan tersebut, kalau kita merasa puas kita bisa kasih bintang 5 tapi terkadang ada saja kendala dalam berbagai jaringan dari provider atau memang karena cuaca yang tidak bersahabat. Misalnya terjadinya mis komunikasi ada beberapa yang mempengaruhi mulai dari jaringan, terkadang jaringan yang tiba-tiba lemah dan mulai susah signal dari jaringan 4G pindah menjadi H+ atau 3G atau memang hilang signal biasanya itu terjadi ketika mengantar pelanggan ketempat sedikit terpencil atau susah signal, dengan begitu susah untuk menelepon pelanggan atau mengkabari karena sudah sampai di titik tujuan, dan *handphone* dengan baterai hampir habis juga menyebabkan terjadinya mis komunikasi karena kurangnya sigap dari pengemudi diperlengkapan seperti *powerbank* yang akan berakibat fatal. Hp yang tiba-tiba mati ditengah perjalanan jika hendak menjemput pelanggan, dengan *crash* aplikasi ini juga sering kali terjadi contohnya dipelanggan aplikasi Grab yang tiba-tiba terhenti saat *chat* dengan pengemudi dan harus membuka aplikasi

tersebut, dan nomor telepon pelanggan yang tertera sudah ganti di aplikasi Grab akibatnya susah dihubungi, terkadang pelanggan harus *chat* atau telepon pengemudi memberitahukan nomor telepon baru yang dipakai. Sekarang karena memang sulit mengganti nomor pelanggan di aplikasi tersebut sehingga pesan yang ingin disampaikan tidak diterima baik oleh pelanggan itu sendiri. Bahkan ada kejadian dimana pengemudi Grab itu sendiri sudah menerima orderan yang masuk tetapi diaplikasi pelanggan tersebut belum masuk akun pengemudi yang akan menjemput, pelanggan tersebut mengetahui dikarenakan pengemudi menelepon pelanggan yang akan di jemput untuk memastikan apakah dijemput sesuai *GPS* atau tidak. Terkadang ada kendala dimana salah lokasi dalam penjemputan yang dilakukan pengemudi Grab yang disebabkan oleh *GPS* yang lemah atau karena cuaca yang buruk.

Lokasi penjemputan pelanggan jauh dari jangkauan pengemudi Grab terkadang sering menjadi masalah padahal ada beberapa pengemudi yang dekat dengan jangkauan si pelanggan tersebut akibatnya karena pelanggan tidak mau menunggu terlalu lama atau karena buru-buru jadi dibatalkan secara pihak oleh pelanggan tersebut. Tidak hanya itu ketika cuaca sedang buruk harga akan naik drastis lebih dari harga biasanya, disamping itu juga ada promo yang terkadang sudah muncul di *notification* akun kita saat ingin digunakan, ketika kita menuliskan kode promo tersebut kadang tidak jadi atau gagal dengan alasan promo tersebut sudah tidak berlaku atau sudah lewat batas waktunya, padahal sangat jelas promo itu akan berakhir 2 hari lagi.

Dan beberapa masalah yang kerap terjadi seperti ini diakibatkan jaringan/signal yang kurang mendukung.

Dampak yang terjadi dari masalah dalam komunikasi yaitu jaringan yang tidak mendukung, kadang aplikasi yang *loading* terlalu lama adalah bisa mendapat nilai/bintang terendah itu artinya *ratings* bisa turun dengan begitu pengemudi akan susah untuk mendapatkan orderan lagi, atau laporan yang biasanya sering terjadi hanya karena pengemudi telat jemput, kurang sopan/kasar dalam bertutur kata, biasanya pelanggan langsung *me-report* yang bisa kita kenal itu sebagai laporan yang kurang menyenangkan hati pelanggan. Laporan tersebut bisa dilaporkan langsung kepada *call center* Grab, dan kalau memang benar apa yang diadukan oleh pelanggan biasanya langsung ada sms untuk pengemudi Grab Indonesia terlebih Manado untuk tidak bisa kerja sama lagi dengan Grab Indonesia artinya mau kita mendaftarkan diri di Grab kota manapun itu akan ditolak karna sudah nama yang tertera kalau pengemudi tersebut mempunyai kinerja yang buruk, beda lagi kalau laporan yang dikirimkan oleh pelanggan tidak terlalu berat hanya terkena hukuman 3 hari tidak boleh mengemudi Grab karena secara otomatis akun pengemudi akan di non-aktifkan secara langsung dari pusat di Jakarta. Sebelum dinon-aktifkan memang ada pemberitahuan terlebih dahulu lewat sms kalau akun ini akan di non-aktifkan selama 3 hari, dengan begitu aplikasi pengemudi Grab sudah tidak bisa menerima orderan lagi.

Pengaruhnya sangat merugikan pengemudi Grab apabila tindakan atau perilaku yang dilakukan pengemudi kurang menyenangkan sehingga bisa berakibat turunnya *ratings*, karna minimal untuk *ratings* adalah 4,2 karna kalau sudah ada dibawah *ratings* tersebut akan susah masuknya orderan. Dan salah satu bentuk teknologi yang memudahkan adalah Grab chat, bilamana pengemudi sudah sampai dititik temu dan tidak ada pulsa itu bisa menggunakan Grab chat pertanda kalau pengemudi sudah sampai dititik tanpa harus telepon, dan diaplikasi pelanggan sendiri akan tertera “pengemudi anda sudah sampai”.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Teknologi Komunikasi

Menurut Rogers (1986) mengatakan, teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, mengolah, dan saling bertukar informasi dengan individu lain.

#### 2.3.1 Manfaat Teknologi Komunikasi

Menurut Rogers, dalam Abrar (2003), manfaat teknologi komunikasi adalah ;

##### 1. Mempermudah komunikasi

Manfaat teknologi komunikasi yang ini tentunya sering kita manfaatkan dalam keseharian kita. Dengan adanya teknologi komunikasi kita bisa bebas berkomunikasi dengan teman-teman kita. Jika dulu cara

berkomunikasi dengan menggunakan surat, dan memakan waktu yang sangat lama sekali dalam pengirimannya, pada zaman modern ini. Dengan *smartphone*, anda bisa berkomunikasi dengan bebas bersama keluarga, teman rekan bisnis dan lainnya. Bahkan ada fitur yang canggih yaitu *videocall*. dengan fitur ini kita bisa melihat apa saja yang sedang di kerjakan oleh teman kita ketika menelepon.

##### 2. Memberikan informasi kepada publik

Manfaat teknologi komunikasi yang ini tentunya sangat membantu sekali dalam kehidupan sehari-hari karena dengan ini kita bisa dengan mudah mengakses informasi. Dimanapun kita mau dengan *smartphone* ini, kamu tidak usah repot-repot lagi membeli koran atau majalah demi untuk mendapatkan informasi. Kita cukup duduk manis di rumah saja sambil memainkan *smartphone* kita. Banyak sekali berita-berita yang dapat kita peroleh dari internet, misalnya saja *okezone*, *kompas* dan masih banyak lagi koran *online* sejenisnya.

##### 3. Mendidik masyarakat

Dengan manfaat teknologi komunikasi yang bisa dirasakan oleh masyarakat, secara tidak langsung akan mendidik masyarakat karena terdapat banyak informasi di dalamnya. Misalnya dengan membuka *youtube* dan lainnya dengan teknologi-teknologi ini masyarakat akan terdidik untuk bisa menggunakannya, sehingga tidak canggung oleh hal yang baru.

##### 4. Menghibur Masyarakat

Denganadanya teknologi modern saat ini, masyarakat mendapatkan hiburan-hiburan mereka.Khususnya bagi yang bekerja di kantoran dan sibuk dengan kerjaan mereka dan tidak ada waktu untuk mencari hiburan. Hal ini tentunya sangat membatu, dengan hanya mengakses *Youtube* saja mereka akan bisa menikmati hiburan-hiburan mereka melalui *smartphone* mereka.

### **Fungsi Teknologi Komunikasi**

Menurut Williams dan Sawyer (2003), fungsi teknologi komunikasi adalah:

(1) Teknologi berfungsi sebagai alat (*tools*).

Dalam hal ini, teknologi komunikasi digunakan sebagai alat bantu bagi pengguna (*user*) atau siswa untuk membantu pembelajaran, misalnya dalam mengolah kata, mengolah angka, membuat *desain grafis*, membuat *database*, membuat program administratif untuk siswa, guru dan staf, data kepegawaian, keungan dan sebagainya.

(2) Teknologi berfungsi sebagai ilmu pengetahuan (*science*).

Dalam hal ini teknologi sebagai bagian dari disiplin ilmu yang harus dikuasai oleh siswa dalam meningkatkan kompetensinya.

(3) Teknologi berfungsi sebagai bahan dan alat bantu untuk pembelajaran (*literacy*).

Dalam hal ini teknologi dimaknai sebagai bahan pembelajaran sekaligus sebagai alat bantu untuk menguasai sebuah kompetensi berbantuan komputer dengan tetap menjadikan guru sebagai fasilitator, motivator, transmitter, dan evaluator dalam prinsip pembelajaran tuntas.

### **2.3.4 Unsur-unsur Teknologi Komunikasi**

Menurut Everett M. Rogers (1986), unsur- unsur teknologi komunikasi ialah:

- 1.) Informasi: dapat berupa tulisan, suara, musik, gambar dan data yang memiliki *spectrum* frekuensi dan bentuk-bentuk yang berbeda
- 2.) Alat: yang dipergunakan untuk meneruskan informasi, dengan media transmisi dan sistem modulasi
- 3.) Metode: Dengan cara yang sesuai, bentuk akhir (informasi yang diterima) harus serupa mungkin dengan bentuk awal (informasi yang dikirimkan) dan dalam batas-batas distorsi yang dapat ditolerir.
- 4.) Karakter: Dalam jumlah maupun kecepatan yang semakin meningkat melalui jarak yang semakin jauh dengan biaya yang seekonomis mungkin.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kemampuan perusahaan untuk dapat mengenali, memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan dengan baik, merupakan strategi pada setiap perusahaan.kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:9) Kepuasan Konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas.

### **Strategi Kepuasan Pelanggan**

Melalui strategi kepuasan pelanggan, perusahaan berharap dapat meningkatkan bangsa pasar, penjualan dan jumlah pelanggannya. Berikut strategi kepuasan pelanggan yang dapat diterapkan pada perusahaan jasa menurut Tjiptono (2005; 216):

1.) Strategi manajemen ekpetasi pelanggan

Ekpetasi pelanggan dibentuk dan didasarkan pada sejumlah seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini teman dan kerabat,serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya.

2.) Relasi pemasaran dan manajemen

Relasi pemasaran dan manajemen merupakan cara berpikir mengenai pelanggan, pemasaran, dan penciptaan nilai, bukan sekedar serangkaian alat, teknik dan taktik. dengan kata lain relasi pemasaran dan manajemen merupakan ancangan *integrative* atau *holistic* yangmemperkokoh kompetensi pemasaran perusahaan.

3.) *After Marketing* (setelah pemasaran)

Tahap ini menekankan pentingnya aktivitas pemasaran dan komunikasi setelah transaksi pembelian.Khususnya dalam rangka memberikan keyakinan setelah tahap pembelian (agar konsumen yakin bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya benar-benar bijaksana) dan membangun loyalitas *merk*.

4.) Strategi retensi pelanggan

Strategi retensi pelanggan difokuskan pada teknik – teknik yang digunakan untuk mempertahankan pelanggan agar pelanggan tidak beralih pada pemasuk atau perusahaan jasa yang lain.

## Manfaat Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2005: 140) ada beberapa manfaat jika perusahaan dapat memaksimalkan tongkat kepuasan pelanggannya, antara lain adalah:

- 1.) Terjalin relasi hubungan jangka panjang antara perusahaan dan para pelanggannya.
- 2.) Terbentuknya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*.
- 3.) Terciptanya loyalitas pelanggan
- 4.) Terjadinya rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, berpotensi menarik pelanggan baru dan mengunutkan bagi perusahaan.
- 5.) Reputasi perusahaan dan persepsi pelanggan semakin positif dimata pelanggan.
- 6.) Laba yang diperoleh perusahaan dapat meningkat.

## Grab Manado

Grab di Manado berdiri sejak 4 september 2017,Grab merupakan perusahaan aplikasi yang menyediakan sarana transportasi,terlebih GrabManado sendiri berdiri tahun 2017 dan berasal dari Malaysia dan berkantor utama di Singapura.Grab mulai masuk ke Indonesia sejak tahun 2014 dan menjadi raksasa di Asia karena sudah memperluas jangkauan ke 7 negara diAsia.

Grab masih cukup kuat untuk bersaing dengan pesaingnya di Indonesia.pemakai aplikasi Grab di Indonesia cukup besar dan memilikii aset yang bernilai besar. Grab saat ini menawarkan tujuh layanan, Grab Bike, Grab Car, Grab Hitch, Grab Express, Grab Food dan Grab Taxi. Tapi sayangnya hanya ada empat layanan yang tersedia diManado

yaitu: Grab Car, Grab Bike, Grab Food dan Grab Express. Bagi beberapa orang yang memesan Grab Bike maupun Grab Car membuat peluang bisnis baru misalnya menjadi mitra Grab bahasa mudahnya adalah pengemudi atau *driver* hanya bermodalkan hp *android* dan motor mobil sesuai kriteria dari Grab kamubisa menambah penghasilan dari Grab. Alamat kantor Grab Manado Jl. Piere Tendean, Kawasan Megamas, Ruko Smart Plus 1 No. 17 jam kerja: .Senin – Jumat 09:00 – 18:00 WITACall Center 021-806-487-77.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sebagai langkah awal dalam penelitian yang berhubungan dengan topik menggunakan sumber referensi buku-buku dalam memperoleh landasan teori dan cara untuk menganalisis data. Selanjutnya langkah pendekatan penelitian dengan cara meneliti pada subjek tertentu dan kesimpulan hanya berlaku pada subjek tersebut

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Variabel(X) : Teknologi komunikasi merupakan sebuah struktur dari teknologi, yang memadukan perangkat keras (*hardware*), dalam sebuah struktur organisasi yang mengadung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, dan saling bertukar informasi dengan individu-individu lainnya. dengan begitu, setiap individu dapat

mencari informasi atau data yang dibutuhkan dengan teknologi komunikasi.

Dengan indikator sebagai berikut :

1. Intensitas Teknologi Informasi
2. Ketersediaan tenaga ahli
3. Investasi pada teknologi
4. Kemudahan bertukar informasi
5. Kemudahan akses bekerja sama
6. Hambatan-hambatan teknologi komunikasi yang terjadi

Variabel (Y) : Variabel Y atau variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat dari variabel X atau variabel bebas. variabel dalam penelitian ini adalah perilaku pelanggan.

Dengan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiediaan merekomendasi

### **Teknik Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan beberapa cara yaitu :

#### **Data Primer**

Data primer yaitu data yang dihimpun dari hasil kuesioner atau angket yang berisi daftar pernyataan terperinci tentang hal-hal yang ingin diteliti penulis untuk mendapatkan data kuantitatif tentang variabel-variabel penelitian yang dibagikan kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisol Unsrat.

## Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari studi kepustakaan seperti seperti buku dan internet , serta diperoleh juga data dari Jurusan Ilmu Komunikasi dan pihak Grab Manado.

## Populasi dan Sampel

### Populasi

Pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:19) mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2014-2015 yang menjadi pelanggan Grab.

### Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Karena tidak semua data dan informasi akan diproses dan tidak semua orang atau benda akan diteliti, melainkan hanya akan menggunakan sampel sebagai mewakilinya.

Penarikan sampel dibagi menjadi dua jenis, yakni penarikan sampel random dan penarikan sampel nonrandom. Bila peneliti memberikan peluang yang sama kepada seluruh anggota populasi untuk meninjau sampel

metode penarikan sampel yang demikian disebut teknik random (acak). Apabila dalam penarikan sampel peneliti menetapkan tidak semua anggota populasi menjadi sampel disebut teknik nonrandom. (Atwar Bajari,2015:91)

Apabila jumlah responden kurang dari 100, sampel diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Sedangkan apabila jumlah responden melebihi 100, maka pengambilan sampel 10%- 15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto,2002:112).

Maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 25% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi jumlah 100 yaitu 200 mahasiswa. Berarti  $200 \times 25\% / 100 = 50$ , jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 mahasiswa.

## Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. (Sugiono, 2014 : 136).



## Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data Korelasi Produk Moment, dimana setelah menghitung besarnya kontribusi yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Hasilnya perhitungan dalam bentuk presentase yang selanjutnya akan diuraikan dalam bentuk kesimpulan terhadap masalah yang akan diteliti.

Untuk menerapkan koefisien korelasi antara dua variabel yang masing-masing mempunyai skala pengukuran interval maka digunakan korelasi produk moment yang dikembangkan oleh Karl Pearson.

### Rumus Korelasi Pearson Product Moment (PPM)

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

keterangan:

x = skor butir

y = skor total tiap item

n = jumlah responden

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$\sum xy$  = Jumlah dari instrument X yang dikalikan dengan instrument Y

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat kriteria X

Teknik analisis data dalam penelitian ini juga menggunakan regresi linear sederhana.

### Rumus Regresi Sederhana

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = subjek variabel terikat yang diproyeksikan

X = variabelbebas yang mempunyai nilai tertentu yang diprediksikan

a = nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = nilai arah sebagai penentu prediksi yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini, selain di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado, peneliti juga melakukan penelitian di Grab Manado **Fispol Unsrat**

Universitas Sam Ratulangi sering diangkat dengan sebutan UNSRAT adalah salah satu perguruan tinggi negeri di Indonesia yang berlokasi di kota Manado, provinsi Sulawesi Utara. Universitas Sam Ratulangi yang dipimpin oleh seorang Rektor yang sekarang adalah Prof. Dr. Ir. Ellen Kumaat, M.Sc, DEA. Alamat Kampus Universitas Sam Ratulangi Manado, Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado.

### Grab Manado

Alamat kantor Grab Manado Jl. Piere Tendean, Kawasan Megamas, Ruko Smart Plus 1 No. 17 jam kerja: .Senin –

Jumat 09:00 – 18:00 WITA *Call Center*  
021-806-487-77.

### **Deskripsi Hasil Penelitian (Pembahasan)**

Untuk menjawab permasalahan ini maka terlebih dahulu di bahas hasil penelitian yang didapat dari hasil kuesioner yang telah di sebarakan kepada 50 orang mahasiswa ilmu komunikasi dengan usia 20-23 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan yaitu dengan menggunakan alat ukur penelitian berupa kuesioner yang kemudian di analisis menggunakan teknik analisis data berbentuk Korelasi Pearson Product Moment (PPM) didapatkan bahwa teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan Grab dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi mempunyai tingkat hubungan yang kurang kuat sehingga memberi sumbangan (kontribusi) sebesar 15,16%. Artinya  $H_0$  ditolak dan ini membuktikan bahwa ada hubungan yang signifikan antara teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan Grab dikalangan Mahasiswa Ilmu komunikasi.

Berdasarkan pembahasan di atas maka untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini, dapat di kemukakan suatu hipotesis yaitu ada pengaruh dari teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan Grab dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi.

Dalam penelitian ini merumuskan satu permasalahan yaitu yang menanyakan apakah ada pengaruh teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan Grab

dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Untuk menjawab pertanyaan apakah ada pengaruh dari teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan serta membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan diatas maka dalam penelitian ini terdapat beberapa cara untuk menembus jawaban itu yaitu dengan menggunakan teknik analisis data yaitu analisis Korelasi Pearson Product Moment (PPM) dan analisis Regresi Linier Sederhana.

Dalam analisis Korelasi Pearson Product Moment menghasilkan  $r_{hitung}$  sebesar 0,680 yang kemudian hasil ini dapat diketahui besar sumbangan/kontribusi dari variabel X terhadap variabel Y sebesar 15,16 % sedangkan sisanya 85.84% ditentukan oleh variabel lain atau merupakan sumbangan dari variabel lain. Variabel atau faktor yang mempengaruhi yang memiliki nilai 15,16% diantaranya adalah sebagian dari wilayah memang jaringan Grab masih belum berjalan dengan lancar, apalagi dengan cuaca buruk sekalipun jaringan hampir selalu error sehingga kurang memberikan kenyamanan kepada pelanggan Grab. Adapula variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini yang bertolak belakang dengan variabel yang diteliti oleh peneliti yaitu berupa, mahasiswa akan tetap memilih Grab menjadi salah satu transportasi utama dari pada menggunakan angkutan umum atau pangkalan ojek.

Pengaruh dari teknologi komunikasi terhadap kepuasaan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi, merupakan pengaruh yang tidak kuat seperti yang di uraikan dalam tabel interpretasi Nilai Korelasi dari Sugiyono dengan interval

0,300 s/d 0,499 dari  $r_{hitung}$  sebesar 0,399. Dari hasil ini terus berlanjut hingga mendapatkan kesimpulan bahwa ternyata  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , atau  $2,69 \geq 3,05$ , maka tolak  $H_0$  berarti ada hubungan yang signifikan antara teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi.

Pada analisis Regresi Linear Sederhana didapatkan jawaban persamaan regresi sederhananya  $32,704 + 5,662X$  dengan koefisien regresinya sebesar  $5,662X$  dimana dapat dinyatakan bahwa setiap kenaikan satu variabel  $X$  akan diikuti sebesar  $5,662$  variabel  $Y$ , maka jika dikaitkan dengan teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi dapat diperoleh kenaikan satu variabel pada variabel  $X$  yang akan diikuti  $5,662 X$  oleh variabel  $Y$ . Dengan berdasarkan analisis varians (Anava) test berupa tabel untuk mengukur dan menguji apakah terdapat pengaruh atau tidak, maka didapatkan kesimpulan akhir bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , atau  $2,69 > 3,05$  sehingga menolak  $H_0$ , yang artinya mempunyai hubungan yang signifikan. Ini berarti bahwa pengaruh teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Sedangkan  $f_{hitung} \geq f_{tabel}$ , atau  $2,96 \leq 3,05$  maka terima  $H_0$  artinya data berpola linier, antara teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi.

Dari penelitian ini juga didapatkan hasil yaitu mahasiswa ilmu komunikasi usia 20-23 tahun menyatakan kurang puas menggunakan Grab dikarenakan masih sering terjadi *error* didalam aplikasi Grab

seperti *loading* yang lama, jaringan atau signal didalam aplikasi yang tiba-tiba hilang. Ternyata adanya teknisi/tenaga ahli yang kurang sehingga belum bisa menampung beberapa keluhan tentang aplikasi Grab itu sendiri, sehingga banyak beberapa mahasiswa yang tetap menggunakan angkutan umum/ojek pangkalan lainnya apabila masih terjadi kendala didalam aplikasi Grab itu sendiri, bahkan bukan hanya kendala dalam jaringan saja yang membuat mahasiswa kurang puas dengan aplikasi Grab tapi dalam hal promo/potongan harga yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari mahasiswa ilmu komunikasi itu sendiri.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1. Terdapat hubungan yang signifikan antara teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi, dengan dihasilkannya  $r_{hitung}$  Korelasi Pearson Product Moment sebesar 0,399, sehingga menyatakan bahwa terdapat tingkat hubungan yang tidak kuat : berdasarkan Nilai Korelasi dari Sugiyono dengan interval koefisien/kategori 0,300 s/d 0,499
2. Teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi, atau memiliki nilai koefisien determinan sebesar 15,16 % sedangkan sisanya 85.84% ditentukan oleh variabel lain beberapa responden dikarenakan kurangnya kepuasan yang dirasakan

pelanggan diaplikasi Grab yang sering terjadi kendala didalam teknologi komunikasi

3. Terdapat pengaruh antara teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab perilaku pelanggan dalam pengujian signifikansi dari analisis Regresi Linear Sederhana dengan hasil akhir  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $23,36 > 4,04$
4. Antara teknologi komunikasi terhadap kepuasan pelanggan Grab terdapat pengaruh yang berpola linear dalam pengujian linearitas dengan hasil penentu  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $2,69 > 3,05$

## Saran

Dalam hal ini peneliti menyarankan :

- 1) Lebih di tingkatkan lagi kualitasnya dan banyak diperbaiki lagi agar saat terjadi cuaca buruk atau jaringan didalam aplikasi Grab yang tiba-tiba hilang dan menyebabkan aplikasi menjadi *error* atau *loading* lama itu tidak terjadi lagi.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk meneruskan atau mengembangkan penelitian ini dengan mencari variabel lain yang dapat mempengaruhi teknologi komunikasi dan kepuasan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadhya. 2003. Teknologi Komunikasi, Perspektif Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: LESFI.

Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan". Usahawan, No.5

Munawar Syamsudin. 2013. Metode Riset Kuantitatif Komunikasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Nurdin.2017. Perkembangan Teknologi Komunikasi. PT Raja Grafinda: Persada

Rahmat, J. 2000. Metode Penelitian Komunikasi. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

Richard F. Gursen, Ph.D. 2004 Mengukur Kepuasan Pelanggan, Edisi ke- Tujuh Belas. Jakarta:PPM Manajemen

Silalahi, Ulber. (2015).Metode Penelitian Sosial Kuantitatif. Bandung: PT.Refika Aditama

Sunarto. 2003. Perilaku Pelanggan. Yogyakarta: AMUS

Sudjana.1991. Teknik Analisis Regresi dan Korelasi. Bandung: Penerbit Tarsito.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta