

PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER
ENGAGEMENT* DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN *SERVQUAL*
UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN.

SKRIPSI

HILDA AENUSSYIFA

NIM: 20210050089



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
JULI 2025

PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER
ENGAGEMENT* DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN *SERVQUAL*
UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN.

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam Menempuh Gelar Sarjana Komputer

HILDA AENUSSYIFA

NIM: 20210050089



PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK, KOMPUTER DAN DESAIN
SUKABUMI
JULI 2025

PERNYATAAN PENULIS

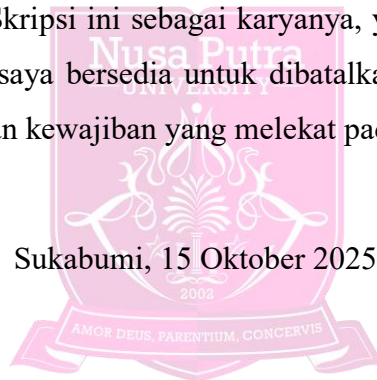
JUDUL : PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP CUSTOMER
ENGAGEMENT DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN
SERVQUAL UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN.

NAMA : HILDA AENUSSYIFA

NIM : 20210050089

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Komputer saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 15 Oktober 2025



HILDA AENUSSYIFA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN *SERVQUAL* UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN

NAMA : HILDA AENUSSYIFA

NIM : 20210050089

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi tanggal 22 Juli 2025 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Komputer

Sukabumi, 15 Oktober 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Arny Lattu, S.Pd.Kom.,M.Kom
NIDN. 0424089206

Moneyta Dholah Rosita, S.Kom., M.Kom
NIP. 022022006

Ketua Penguji

Ketua Program Studi Sistem Informasi

Falentino Sembiring, S.Kom.,M.Kom
NIDN. 0408029102

Falentino Sembiring, S.Kom.,M.Kom
NIDN. 0408029102

Plh. Dekan Fakultas Teknik Komputer dan Desain

Ir. Paikun, S.T., M.T., IPM., ASEAN.Eng
NIDN. 0402037410

ABSTRACT

Digital transformation has reshaped the transportation landscape, creating smarter and more efficient mobility ecosystems. Grab, as Indonesia's leading digital transportation platform, has consolidated various services into one integrated platform that is highly relevant to Generation Z as digital natives. This study aims to analyze the influence of User Experience on Customer Engagement in the Grab application using the SERVQUAL approach to evaluate service quality, with a specific focus on Generation Z perceptions and preferences. The research methodology employed a quantitative approach with purposive sampling technique targeting Generation Z users aged 13-28 years who actively use the Grab application. Data were collected through questionnaires measuring five SERVQUAL dimensions (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy) along with User Experience and Customer Engagement variables. The research findings reveal that among the five SERVQUAL dimensions tested, only the Tangibles dimension showed significant influence on User Experience, indicating that visual aspects and user interface play a dominant role in shaping User Experience compared to other traditional service dimensions. Another important finding demonstrates that User Experience has a very dominant influence on Customer Engagement, proving that User Experience is a key factor determining Customer Engagement levels. This research provides strategic insights for developing more responsive and meaningful digital services, particularly in understanding the unique characteristics of Generation Z as digital consumers. The study contributes to the theoretical understanding of service quality evaluation in digital platforms and offers practical implications for enhancing customer loyalty in the competitive digital transportation industry.

Keywords: User Experience, Customer Engagement, SERVQUAL, Generation Z, Grab Application.

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah lanskap transportasi, menciptakan ekosistem mobilitas yang lebih cerdas dan efisien. Grab, sebagai platform transportasi digital terdepan di Indonesia, telah mengonsolidasikan berbagai layanan dalam satu platform terintegrasi yang sangat relevan bagi Generasi Z sebagai digital natives. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Engagement* dalam aplikasi Grab menggunakan pendekatan *SERVQUAL* untuk mengevaluasi kualitas layanan, dengan fokus khusus pada persepsi dan preferensi Generasi Z. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling terhadap pengguna Generasi Z berusia 13-28 tahun yang aktif menggunakan aplikasi Grab. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur lima dimensi *SERVQUAL* (*Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy*) serta variabel *User Experience* dan *Customer Engagement*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dari lima dimensi *SERVQUAL* yang diuji, hanya dimensi *Tangibles* yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *User Experience*, mengindikasikan bahwa aspek visual dan antarmuka pengguna memiliki peran dominan dalam membentuk pengalaman pengguna dibandingkan dimensi layanan tradisional lainnya. Temuan penting lainnya menunjukkan bahwa *User Experience* memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap *Customer Engagement*, membuktikan bahwa pengalaman pengguna merupakan faktor kunci yang menentukan tingkat keterlibatan pelanggan. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi pengembangan layanan digital yang lebih responsif dan bermakna, khususnya dalam memahami karakteristik unik Generasi Z sebagai konsumen digital.

Kata Kunci: Aplikasi Grab, *Customer Engagement*, Generasi Z, *SERVQUAL*, *User Experience*.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN *SERVQUAL* UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN.”. Tujuan penulisan skripsi ini adalah dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh gelar sarjana komputer.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang

sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak DR. Kurniawan, ST., M.Si., MM Selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Ir. Paikun, S.T., M.T., IPM., ASEAN.Eng Selaku Dekan Fakultas Teknik, Komputer dan Desain Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak Falentino Sembiring, S.Kom.,M.Kom Selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Arny Lattu, S.Pd.,M.Kom Selaku Dosen Pembimbing I Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta berdedikasi penuh membantu dalam saran maupun arahan untuk memberikan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Moneyta Dholah Rosita, S.Kom., M.Kom Selaku Dosen Pembimbing II Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran Dosen Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusa Putra Sukabumi.
7. Kepada wanita kuat dan hebat Mama tercinta, Ibu Yeni Hikmawati yang selalu menjadi penyemangat saya sebagai sandaran terkuat menghadapi kerasnya dunia. Terima kasih karena selalu memberikan dukungan, doa, materi dan sudah berjuang sekuat tenaga untuk memberikan kehidupan yang layak untuk

saya hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan berada di posisi ini. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan saya dapatkan adalah karena doa dan dukungan beliau.

8. Kepada Ayahanda, Bapak H. Badru Kamal yang pernah menjadi bagian dari fase kehidupan yang turut membentuk pribadi penulis hingga saat ini. Terima kasih atas segala dukungan, doa dan cinta meski dalam situasi yang tidak selalu ideal. Walau banyak hal yang terlewatkan tanpa perannya dan rasa iri yang sering kali membuat penulis terjatuh, tidak mengurangi rasa terima kasih atas kehidupan yang beliau berikan.
9. Kakak saya Moch Helmi Fauzulhaq, yang telah ikhlas turut menyumbang jerih payahnya demi kelancaran finansial penulis. Terima kasih atas doa, perjuangan dan support walaupun melalui perdebatan tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi. Dan Adik saya Almh. Halla Farhandah yang akan selalu menjadi adik kecil yang saya sayangi. Terima kasih telah sempat hadir dan menjadi bagian dari semangat yang membawa penulis hingga titik ini.
10. Sahabat – sahabat saya “Kita lagi” yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih karena selalu menjadi rumah ternyaman sejak SMP, penghibur dan menjadi pendengar yang baik atas cerita suka dan duka serta selalu memberikan doa dan support yang tiada hentinya.
11. Raudya Kamila, Shinta Dwina, Irsa Novia, Sely Rahma, yang sudah menjadi teman baik penulis selama masa perkuliahan hingga waktu yang tidak akan bisa ditentukan, terima kasih sudah menjadi pendengar yang baik, teman “jajan” yang seru dan terima kasih sudah selalu memberikan semangat dan juga membantu dalam proses penyusunan skripsi.
12. Rekan – rekan virtual yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya sampaikan terima kasih atas kebersamaan, dukungan moral, serta semangat yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Melalui percakapan, permainan daring dan ruang untuk saling berbagi keluh kesah, kehadiran kalian telah membantu saya menjaga motivasi dan keseimbangan di tengah tekanan penyusunan tugas akhir ini.

13. Rekan – rekan mahasiswa SI21A, yang saling memberi dukungan, doa dan semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi. Terima kasih telah menjadi teman terbaik semasa maba hingga saat ini.
14. Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HMSI) Universitas Nusa Putra.
15. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyusunan skripsi yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
16. Kepada diri saya sendiri Hilda Aenusyifa Terimakasih sudah bertahan atas segala perjuangan, air mata dan ketidakpastian perjalanan panjang ini, meskipun sering ingin menyerah dan merasa putus asa. Terimakasih karena selalu melibatkan Allah SWT dalam setiap perjuangan dan apapun kurang dan lebihmu, mari rayakan sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.



Sukabumi, Juli 2025

Hilda Aenusyifa

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hilda Aenussyifa
NIM : 20210050089
Jurusan : Sistem Informasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENGARUH *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DALAM APLIKASI GRAB: PENDEKATAN *SERVQUAL* UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada Tanggal : 15 Oktober 2025

Yang menyatakan

(Hilda Aenussyifa)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terkait	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 <i>User Experience</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 <i>Customer Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Kualitas layanan	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Tahap Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Studi Pustaka	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Kuesioner	Error! Bookmark not defined.
3.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Pemilihan Responden	Error! Bookmark not defined.
3.6 Sumber Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1 Data Primer	Error! Bookmark not defined.

3.4.2 Data Sekunder.....	Error! Bookmark not defined.
3.7 Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8 Alat dan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1 Alat	Error! Bookmark not defined.
3.6.2 Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9 Integrasi Model <i>SERVQUAL</i>	Error! Bookmark not defined.
3.10 Hipotesis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.11 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Responden berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3 Responden berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Responden berdasarkan Jumlah Penggunaan Aplikasi Grab dalam Satu Bulan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	8
5.1 Kesimpulan.....	8
5.2 Saran	9
5.2.1 Saran Praktis.....	9
5.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya	10
DAFTAR PUSTAKA.....	11
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Survei Alvara Research Center	2
Gambar 1.2 Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.1 Tahap Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.2 Integrasi Model SERVQUAL	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Table 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..	Error! Bookmark not defined.
Table 4.2 Responden berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Table 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Table 4.4 Responden berdasarkan Jumlah Penggunaan dalam Satu Bulan	Error! Bookmark not defined.
Table 4.5 Hasil Pengujian Outer Loading	Error! Bookmark not defined.
Table 4.6 Hasil Pengujian AVE	Error! Bookmark not defined.
Table 4.7 Hasil Pengujian Fornell Larcker Criterion	Error! Bookmark not defined.
Table 4.8 Hasil Pengujian Cross Loading	Error! Bookmark not defined.
Table 4.9 Hasil Pengujian Composite Realibility ..	Error! Bookmark not defined.
Table 4.10 Hasil Pengujian Cronbach's Alpha	Error! Bookmark not defined.
Table 4.11 Hasil R-Square	Error! Bookmark not defined.
Table 4.12 Pengujian Hipotesis	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Curriculum Vitae.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 : Hasil Plagiarisme	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 : LOA Jurnal Sinta 3 Teknik Ikado...	Error! Bookmark not defined.





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

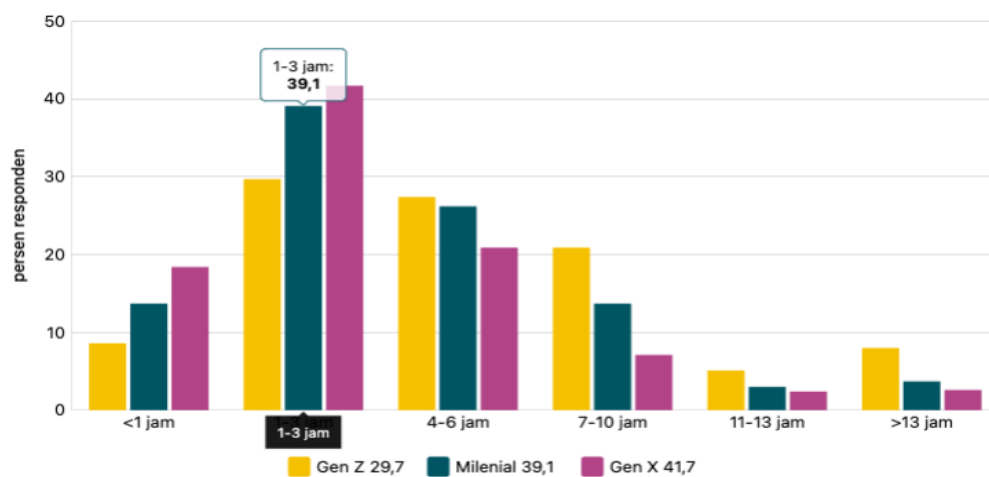
Transformasi digital telah mengubah cara masyarakat menggunakan layanan transportasi, menciptakan ekosistem mobilitas yang lebih cerdas dan efisien [1]. Fenomena digitalisasi transportasi tidak lagi sekadar menjadi tren teknologi, melainkan telah menjadi kebutuhan mendasar masyarakat urban yang semakin bergantung pada solusi berbasis digital untuk memenuhi kebutuhan mobilitas mereka. Transformasi digital dalam transportasi tidak hanya sekadar tentang digitalisasi layanan, melainkan tentang redesain fundamental pengalaman mobilitas manusia di era kontemporer [2]. *Platform* transportasi berbasis digital telah melampaui konsep tradisional perpindahan dari satu titik ke titik lain, menghadirkan ekosistem layanan komprehensif yang menghubungkan berbagai aspek kehidupan perkotaan.

Salah satu aplikasi yang menjadi representatif dalam ekosistem transportasi digital di Indonesia adalah Grab, yang telah mengonsolidasikan berbagai layanan mobilitas, pengiriman, dan jasa digital dalam satu *platform* terintegrasi. Kompleksitas teknologi yang mendukung *platform* ini melibatkan serangkaian inovasi canggih, mulai dari algoritma penentuan rute yang cerdas, sistem pemetaan *real-time*, hingga integrasi teknologi artificial intelligence yang memungkinkan personalisasi pengalaman pengguna pada tingkat yang sebelumnya tidak terbayangkan [3].

Grab didirikan oleh Anthony Tan dan Hooi Ling Tan dari Malaysia, berawal dari sebuah rencana bisnis di *Harvard Business School* pada 2011. Awalnya dirancang sebagai aplikasi pemesanan taksi, Grab kini telah berkembang menjadi *platform* digital multifungsi yang melayani transportasi, pengiriman makanan, dan jasa keuangan di Asia Tenggara. Di Indonesia sejak 2012, Grab telah mengubah cara masyarakat bertransportasi dengan menawarkan solusi yang lebih aman, transparan, dan efisien, berhasil menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar lokal sambil mempertahankan standar teknologi global [4].

Generasi Z, yang lahir antara 1997-2012, menjadi kelompok demografis kunci dalam transformasi layanan digital, khususnya pada *platform* seperti

Grab. Sebagai *digital natives* pertama, mereka memiliki karakteristik unik yang secara langsung mempengaruhi preferensi konsumsi layanan transportasi *online* [5]. Data survei Alvara *Research Center* tahun 2022 menunjukkan bahwa 20,9% generasi Z menghabiskan 7-10 jam per hari dalam aktivitas daring, yang tidak hanya mencerminkan ketergantungan mereka pada teknologi *mobile*, tetapi juga mengindikasikan potensi pasar yang sangat responsif terhadap inovasi digital.

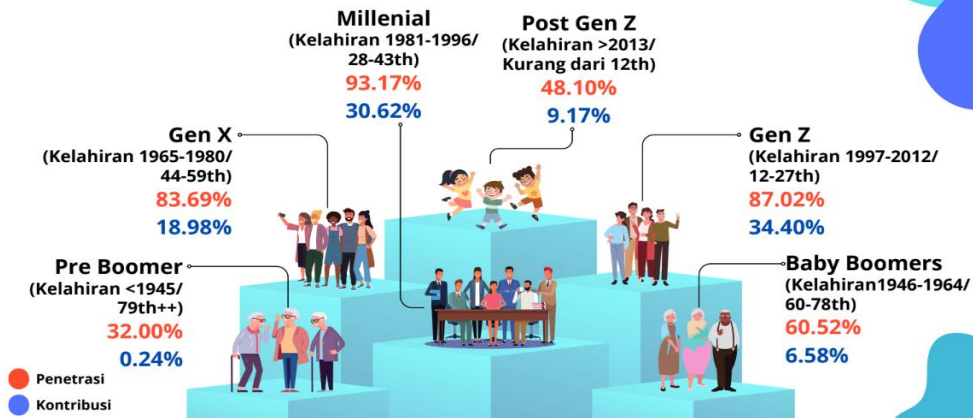


Gambar 1.1 Data Survei Alvara Research Center

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dalam konteks Grab, karakteristik generasi Z menjadi faktor kritis dalam desain pengalaman pengguna. Mereka menuntut aplikasi yang tidak sekadar fungsional, melainkan juga intuitif, cepat, dan memberikan pengalaman personal. Kemampuan Grab untuk menyediakan fitur *real-time*, sistem pembayaran digital, dan opsi layanan yang beragam secara langsung sesuai dengan ekspektasi generasi Z akan kemudahan dan kecepatan. Laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2024 yang mencatat 87,02% generasi Z terkoneksi internet menegaskan potensi pasar yang signifikan, di mana kebutuhan akan solusi digital yang komprehensif dan serba cepat menjadi prasyarat utama dalam membangun loyalitas konsumen dari generasi ini.

TINGKAT PENETRASI INTERNET BERDASARKAN KELOMPOK GENERASI



Gambar 1.2 Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Meskipun Grab telah mencapai penetrasi pasar yang impresif, lanskap kompetitif industri transportasi digital menuntut adaptasi berkelanjutan dan pemahaman mendalam tentang dinamika pengalaman pengguna. Berbagai studi empiris telah mengidentifikasi kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna, mulai dari akurasi informasi lokasi *real-time*, kecepatan respons algoritma, kualitas interaksi dengan mitra pengemudi, hingga aspek keamanan dan privasi data.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setyaningsih pada tahun 2023 menggunakan metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) mengungkapkan temuan signifikan: variabel seperti konten, akurasi, format, kemudahan penggunaan, ketepatan waktu, keamanan dan kecepatan respons memiliki korelasi kuat dengan tingkat kepuasan pengguna. Namun, tantangan sesungguhnya terletak pada kemampuan *platform* untuk tidak sekadar memenuhi ekspektasi fungsional, tetapi juga menciptakan pengalaman yang bermakna, personal dan membangkitkan loyalitas emosional pengguna [5].

Dalam konteks kompetisi layanan transportasi digital yang semakin kompleks dan dinamis, pemahaman komprehensif tentang *User Experience* dan *Customer Engagement* menjadi determinan strategis kesuksesan jangka panjang. Pendekatan *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang holistik memungkinkan evaluasi mendalam terhadap kualitas layanan, melampaui sekadar penilaian transaksional mekanis. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan eksplorasi sistematis tentang bagaimana

User Experience Grab secara signifikan mempengaruhi *Customer Engagement*, dengan fokus khusus pada persepsi, preferensi dan pengalaman generasi Z.

Dengan mempertimbangkan dinamika teknologi yang terus berevolusi, perubahan perilaku konsumen yang kompleks dan sifat disruptif ekosistem digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis yang transformatif bagi Grab. *Output* penelitian tidak hanya berfokus pada pemetaan kondisi eksisting, tetapi juga akan menghasilkan rekomendasi konkret untuk pengembangan layanan yang lebih responsif, personal dan bermakna. Melalui analisis komprehensif menggunakan pendekatan *SERVQUAL*, penelitian ini akan menghasilkan peta jalan inovasi berkelanjutan dalam industri transportasi digital, yang tidak hanya relevan bagi Grab, tetapi berpotensi mempengaruhi seluruh ekosistem layanan digital di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang serta tujuan penelitian ini maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Engagement* dalam Aplikasi Grab: Pendekatan *SERVQUAL* untuk Evaluasi Kualitas Layanan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan Grab, berdasarkan dimensi *SERVQUAL*, mempengaruhi pengalaman pengguna Generasi Z?
2. Sejauh mana dimensi *SERVQUAL* (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*) berkontribusi secara signifikan dalam membentuk dan mempengaruhi kualitas pengalaman pengguna (*User Experience*) dalam ekosistem aplikasi Grab?
3. Bagaimana penerapan model *SERVQUAL* dalam mengevaluasi kualitas layanan aplikasi Grab dan hubungannya dengan *Customer Engagement*?

1.3 Batasan Masalah

Untuk menjaga fokus dan kedalaman penelitian, batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Generasi Z (usia 18-25 tahun) yang aktif menggunakan layanan Grab untuk memahami bagaimana pengalaman pengguna mereka dipengaruhi oleh kualitas layanan
2. Penelitian ini hanya berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi *User Experience* dalam aplikasi Grab, termasuk lima dimensi *SERVQUAL* (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy*).
3. Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan pendekatan *SERVQUAL* untuk mengevaluasi kualitas layanan dalam aplikasi Grab. Fokus analisis akan berada pada bagaimana kualitas layanan mempengaruhi *User Experience* serta dampaknya terhadap *Customer Engagement*, guna memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengalaman mahasiswa Generasi Z dalam menggunakan aplikasi Grab, tanpa menganalisis layanan transportasi *online* lainnya seperti Gojek atau Maxim.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menilai kualitas layanan Grab berdasarkan model *SERVQUAL* dan menganalisis dampaknya terhadap pengalaman pengguna Generasi Z
2. Mengidentifikasi hierarki dimensi *SERVQUAL* yang paling berpengaruh terhadap pembentukan *User Experience* pada aplikasi Grab.
3. Mengeksplorasi mekanisme evaluasi *User Experience* dalam meningkatkan *Customer Engagement* pada *platform* Grab di kalangan Generasi Z.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi akademis yang signifikan dalam ranah studi *User Experience* dan evaluasi kualitas layanan digital. Melalui pendekatan komprehensif menggunakan model *SERVQUAL*, penelitian ini mengeksplorasi dinamika kompleks antara kualitas layanan, pengalaman pengguna, dan keterlibatan pelanggan dalam konteks layanan transportasi online. Secara teoritis, penelitian ini memperluas pemahaman ilmiah tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan interaksi pengguna dengan *platform* digital, khususnya di kalangan Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini menawarkan wawasan strategis yang dapat langsung diimplementasikan oleh Grab untuk meningkatkan kualitas layanannya. Dengan mengidentifikasi persepsi dan harapan pengguna Generasi Z, perusahaan dapat merancang intervensi yang tepat sasaran untuk memperbaiki pengalaman pengguna. Temuan penelitian akan memberikan peta jalan yang jelas tentang area-area kunci yang memerlukan perhatian, mulai dari antarmuka aplikasi hingga responsivitas layanan, sehingga Grab dapat mengambil langkah-langkah konkret dalam mengoptimalkan *platform* nya.

3. Manfaat bagi Pengguna

Melalui penelitian ini, pengguna akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan transportasi digital. Penelitian ini tidak hanya sekadar mengungkap permasalahan, tetapi juga memberikan perspektif kritis yang memungkinkan pengguna untuk lebih memahami dan mengevaluasi pengalaman mereka dengan aplikasi. Dengan demikian, pengguna dapat menjadi mitra aktif dalam proses pengembangan layanan, mengkomunikasikan kebutuhan dan harapan mereka secara lebih konstruktif.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun agar pembaca dapat lebih memahami struktur penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II: Landasan Teori

Bab ini membahas teori-teori yang mendukung penelitian meliputi konsep *User Experience* (UX), *Customer Engagement* dan model *SERVQUAL* dengan lima dimensinya (tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy) untuk evaluasi kualitas layanan aplikasi transportasi online, khususnya dalam konteks aplikasi Grab.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan pendekatan kuantitatif yang digunakan, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, populasi dan sampel penelitian dari pengguna Grab, serta metode analisis data menggunakan model *SERVQUAL* untuk mengukur pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Engagement*.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data kuesioner dari pengguna aplikasi Grab serta pembahasan temuan penelitian menggunakan model *SERVQUAL* untuk mengukur lima dimensi kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap *User Experience* dan *Customer Engagement*.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh *User Experience* terhadap *Customer Engagement*, Saran untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi Grab, serta saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menghasilkan temuan penting mengenai hubungan antara kualitas layanan *SERVQUAL*, *User Experience* dan *Customer Engagement* pada aplikasi Grab di kalangan pengguna Generasi Z.

1. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dari lima dimensi *SERVQUAL* yang diuji, hanya dimensi *Tangibles* (bukti fisik) yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *User Experience*. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam konteks aplikasi digital seperti Grab, aspek visual dan antarmuka pengguna memiliki peran yang dominan dalam membentuk pengalaman pengguna dibandingkan dengan dimensi layanan tradisional lainnya. Sebaliknya, dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Empathy* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *User Experience*, yang mengindikasikan bahwa persepsi kualitas layanan digital memiliki karakteristik yang berbeda dari layanan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna Generasi Z lebih memprioritaskan aspek visual, kemudahan navigasi, dan desain antarmuka dalam menilai kualitas pengalaman mereka dengan aplikasi.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa *User Experience* memiliki pengaruh yang sangat dominan terhadap *Customer Engagement*. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa pengalaman pengguna merupakan faktor kunci yang menentukan tingkat keterlibatan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Grab. Sebagian besar variasi keterlibatan pelanggan dapat dijelaskan oleh faktor-faktor dalam model, dengan *User Experience* sebagai kontributor utama. Hubungan yang sangat kuat ini menunjukkan bahwa investasi dalam peningkatan *User Experience* akan memberikan dampak langsung dan signifikan terhadap loyalitas dan keterlibatan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesuksesan bisnis jangka panjang.

1.2 Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diimplementasikan untuk memaksimalkan manfaat penelitian ini bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

1.2.1 Saran Praktis

Grab sebagai objek penelitian disarankan untuk memprioritaskan pengembangan dan optimalisasi aspek visual aplikasi secara berkelanjutan. Mengingat temuan penelitian menunjukkan bahwa dimensi Tangibles merupakan satu-satunya faktor *SERVQUAL* yang berpengaruh signifikan terhadap *User Experience*, perusahaan perlu melakukan investasi yang lebih besar pada tim *UI/UX design* dan mengimplementasikan *redesign interface* yang lebih menarik, modern dan sesuai dengan preferensi estetika Generasi Z. Hal ini dapat dilakukan melalui adopsi tren desain terkini seperti *minimalist design*, *dark mode*, *micro-interactions* dan personalisasi tampilan. Selain itu, Grab juga disarankan untuk melakukan A/B testing secara rutin guna menguji berbagai varian desain interface dan mengidentifikasi elemen visual yang paling efektif dalam meningkatkan *User Experience*, serta mengimplementasikan sistem *feedback* yang fokus pada aspek visual dan kemudahan navigasi untuk perbaikan berkelanjutan.

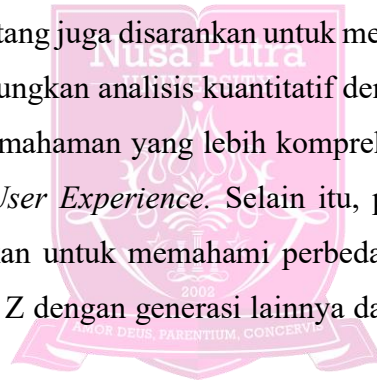
Industri teknologi secara umum disarankan untuk mengadopsi design thinking approach yang menempatkan aspek visual sebagai prioritas utama dalam pengembangan aplikasi yang menargetkan segmen Generasi Z. Perusahaan teknologi perlu menginvestasikan sumber daya yang memadai untuk mengembangkan design system yang konsisten guna memastikan pengalaman visual yang koheren di seluruh platform dan layanan digital mereka. Industri juga disarankan untuk menjalin kolaborasi strategis dengan institusi pendidikan dalam mengembangkan kurikulum design yang lebih fokus pada preferensi visual dan kebutuhan generasi digital native, serta mendukung riset berkelanjutan tentang perilaku digital Generasi Z untuk mengantisipasi perubahan tren dan preferensi pengguna di masa depan.

1.2.2 Saran Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan instrumen pengukuran yang lebih spesifik dan sesuai untuk mengevaluasi kualitas layanan aplikasi digital, mengingat model *SERVQUAL* tradisional terbukti kurang relevan dalam konteks digital modern. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penelitian pada platform digital lainnya seperti Gojek, Shopee atau Tokopedia untuk memvalidasi temuan bahwa aspek visual memiliki dominasi dalam aplikasi digital yang digunakan Generasi Z

Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi *User Experience* pada aplikasi digital seperti *loading speed*, *personalization*, *gamification*, *social features* dan *security perception*. Penelitian longitudinal juga dapat dilakukan untuk memahami *evolusi preferensi* visual Generasi Z seiring perkembangan teknologi dan tren digital.

Penelitian mendatang juga disarankan untuk melakukan pendekatan *mixed-method* yang menggabungkan analisis kuantitatif dengan wawancara mendalam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *User Experience*. Selain itu, penelitian komparatif antar generasi dapat dilakukan untuk memahami perbedaan preferensi dan perilaku digital antara Generasi Z dengan generasi lainnya dalam menggunakan aplikasi digital.



DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. P. Kusnanto, C. Gudianto, S. E. Usman, B. Manggu, and M. L. Sumarni, *Transformasi era digitalisasi masyarakat kontemporer*. 2024.
- [2] T. S. Wibowo et al., *Transformasi teknologi komunikasi*. [Online]. Available: www.penerbitainamediabaswara.com, 2024.
- [3] G. A. Pratiwi, R. M. Almakhsun, R. D. Setiyawati, A. P. Farahdila, and A. Zaki, "Kontestasi start-up ojek online di Indonesia: strategi promosi digital Gojek, Grab, Indriver, dan Maxim," *OIKONOMIKA: Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 5, no. 1, pp. 64–79, Aug. 2024, doi: 10.53491/oikonomika.v5i1.955.
- [4] G. Maulidia and I. Ratnasari, "Analisis komparatif strategi digital marketing terhadap keputusan penggunaan jasa transportasi online Gojek dan Grab di Kabupaten Karawang," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, vol. 12, no. 1, pp. 51-57, 2021.
- [5] G. Setyaningsih and D. I. Setiawan, "Analisis kepuasan pengguna aplikasi transportasi online menggunakan EUCS," 2023. [Online]. Available: <https://subset.id/index.php/IJCSR>
- [6] D. A. Gusfi, A. Widodo, C. K. Dewi, N. Rubiyanti, and A. Silvianita, "Pengaruh *User Experience* terhadap customer satisfaction dengan e-service quality sebagai mediator pada Blibli: a conceptual paper," *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, vol. 5, no. 2, pp. 2011-2023, 2024.
- [7] V. A. Sembiring and N. B. Puspitasari, "Evaluasi layanan Gojek milik PT. Goto Gojek Tokopedia Tbk. dengan metode service quality (*SERVQUAL*)," *Industrial Engineering Online Journal*, vol. 12, no. 3, 2023.
- [8] M. Z. Maulana, E. S. Limba, and A. R. Parinding, "Analisis user interface dan *User Experience* pada aplikasi Grab menggunakan metode heuristic evaluation," in *Proceeding KONIK (Konferensi Nasional Ilmu Komputer)*, vol. 6, 2023, pp. 163–170.
- [9] D. R. Tamarine, "Peran digital marketing, service quality dan customer satisfaction terhadap *Customer Engagement* (studi pada pelanggan Grab Kota Semarang)," Ph.D. dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang, 2022.
- [10] N. Khiter and Y. Essiret, "The impact of *User Experience* on the company's reputation," Ph.D. dissertation, Higher School of Management and Digital Economy, 2024.
- [11] N. R. Wiwesa, "User interface dan *User Experience* untuk mengelola kepuasan pelanggan," *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, vol. 3, no. 2, p. 2, 2021.
- [12] M. F. Santoso, "Implementasi konsep dan teknik UI/UX dalam rancang bangun layout web dengan Figma," *Jurnal Infortech*, vol. 4, no. 2, pp. 156-163, 2022.
- [13] P. S. Tinur, "Perancangan user interface (UI) berdasarkan *User Experience* (UX) pada aplikasi iPusnas menggunakan metode user-centered design,"

B.S. thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021.

- [14] S. Al-Rasyid and W. Haryono, "Aplikasi booking order kendaraan admin penumpang dan pengemudi berbasis web," *Jurnal Ilmiah Sains Teknologi dan Informasi*, vol. 3, no. 1, pp. 01-18, 2025.
- [15] A. P. K. Dewi, "Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan sebagai mediasi pada pengguna mobile banking BRI di Sidoarjo," Ph.D. dissertation, UPN Veteran Jawa Timur, 2024.
- [16] M. Rizky, "Strategi komunikasi pemasaran Little Tokyo dalam meningkatkan *Customer Engagement* di media sosial Instagram dan TikTok," Ph.D. dissertation, Universitas Islam Indonesia, 2024.
- [17] W. M. Lim and T. Rasul, "Customer engagement and social media: Revisiting the past to inform the future," *Journal of Business Research*, vol. 148, pp. 325-342, 2022.
- [18] A. Amir, S. L. Mandey, and H. N. Tawas, "Pengaruh perceived value, brand image terhadap customer loyalty melalui *Customer Engagement* sebagai variabel mediasi (studi pada pelanggan Indihome PT. Telkom Manado)," *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, vol. 7, no. 3, 2020.
- [19] L. S. Ratnawati and Sanaji, "Pengaruh *Customer Engagement* terhadap online purchase intention dengan customer operant resources sebagai variabel intervening pada layanan platinum mahasiswa di Vidio.com," *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, vol. 14, no. 1, pp. 45-64, 2024.
- [20] N. S. Febriani, W. W. A. Dewi, and F. Avicenna, "Perilaku konsumen terhadap kualitas e-service pada e-commerce," *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 12, no. 2, pp. 240-261, 2020.
- [21] R. Zahara, "Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening," *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 31-38, 2020.
- [22] M. Jayadih, H. E. Suhardi, and B. Rubini, *Strategi & peningkatan kualitas layanan guru: transformasi melalui kepemimpinan, teknologi, kreativitas dan entrepreneurship*. Jakad Media Publishing, 2024.
- [23] A. Akbar, "Penerapan metode service quality (*SERVQUAL*) dalam pengukuran kualitas layanan di PT. Lintas Jaringan Nusantara Kabupaten Musi Banyuasin," Ph.D. dissertation, Universitas Bina Darma, 2024.
- [24] R. S. Hamid, *Monograf peran kepercayaan pada penggunaan media pemasaran online (e-commerce) yang diadopsi oleh UMKM ketika menghadapi pandemi COVID-19*. Deepublish, 2024.
- [25] T. D. Nguyen, U. U. Banh, T. M. Nguyen, and T. T. Nguyen, "E-service quality: A literature review and research trends," in *Intelligent Sustainable Systems: Selected Papers of WorldS4 2022, Volume 1*, 2023, pp. 47-62.

- [26] R. Purnandika and H. Septiana, "Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna transportasi umum di Jakarta," *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi (JIMEA)*, vol. 1, no. 2, pp. 25-32, 2023.
- [27] M. Sholihin and D. Ratmono, *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan nonlinier dalam penelitian sosial dan bisnis*. Penerbit Andi, 2021.
- [28] I. Ghozali, *Desain penelitian kuantitatif dan kualitatif untuk akuntansi, bisnis dan ilmu sosial lainnya*, 1st ed. Yoga Pratama, 2021.
- [29] N. E. Filasufiah, "Kepemimpinan inklusif, keamanan psikologis, dan perilaku inovatif pada dosen negeri Riau," Ph.D. dissertation, Universitas Islam Indonesia, 2023.
- [30] T. Evi and W. Rachbini, *Partial least squares (teori dan praktek)*. CV. AA. Rizky, 2023.
- [31] P. G. Subhaktiyasa, "Menentukan populasi dan sampel: pendekatan metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif," *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, vol. 9, no. 4, pp. 2721-2731, 2024.
- [32] B. Sudaryana and H. R. Agusiady, *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish, 2022.
- [33] Pemerintah Kota Sukabumi, "Geografis," *Portal Resmi Kota Sukabumi*, <https://portal.sukabumikota.go.id/geografis/> (diakses 19 Juni 2025).
- [34] S. Triani, A. Askolani, dan A. Arif, "The Influence Of Price Perception And Service Quality On Repurchase Intention Of Grabbike (Survey On UNPER Students Using Grabbike Transportation Services)," *Journal of Management, Economic, and Accounting*, vol. 1, no. 2, pp. 55–66, 2025.
- [35] S. Purwoko and A. Haryana, "Pengaruh kemasan, kualitas dan harga produk susu terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global," *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, vol. 10, no. 2, pp. 117-126, 2020.
- [36] J. F. Hair, "Partial Least (PLS-SEM) Using R Equation Modeling Squares Structural," in *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, vol. 30, no. 1, 2021.
- [37] I. Ghozali, *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*, 3rd ed. Semarang: Universitas Diponegoro, 2021.

