Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2776-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (2) 2026, Page: 24737-24747

Persepsi *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* Aplikasi Gojek di Kalangan Mahasiswa

Ayuningtyas Putri Maharany[1], Putri Husna Amelia[2], Nadia Shafa Amelia[3], Naila Jauza Ramadhani[4], Joko Tri Nugraha[5]
[1-5]Program Studi Ilmu Administrasi Negara, FISIPOL, Universitas Tidar, Email:
ayuningtyas.putri.maharany@students.untidar.ac.id[1], putriameliaa@students.untidar.ac.id[2],
nadia.shafa.amelia@students.untidar.ac.id[3], jauzanaila7@students.untidar.ac.id[4], jokotrinugraha@untidar.ac.id[5]

Corresponding Author: Ayu, e-mail: ayuningtyas.putri.maharany@students.untidar.ac.id

Published: May , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze students' perceptions of the usefulness and ease of use of the Gojek application as a digital service platform that supports daily activities. The rapid development of information and communication technology has led to the emergence of super apps that integrate various services into a single platform, offering efficiency, flexibility, and convenience. Gojek is widely used among students due to their high mobility and need for time efficiency. This research applies the Technology Acceptance Model (TAM), focusing on perceived usefulness and perceived ease of use as key factors influencing technology adoption. A quantitative approach was employed using a survey method involving 90 students from the Faculty of Social and Political Sciences class of 2025, Universitas Tidar, selected through random sampling. Data were collected through an online questionnaire using a five-point Likert scale and analyzed using SPSS version 31. The results show that most respondents have positive perceptions of the Gojek application. In terms of usefulness, Gojek helps students complete daily activities, meet transportation needs, order food and beverages, save time and energy, and provide effective solutions in urgent situations. From the ease of use perspective, the application is easy to learn, its features are understandable, and the ordering and payment processes are simple. Students can also use the application independently.These findings indicate that perceived usefulness plays a dominant role in encouraging students to use Gojek, supported by its ease of use.

Keywords: Gojek, *perceived usefulness, percerived ease of use, students, TAM*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi mahasiswa terhadap kemanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi Gojek sebagai platform layanan digital dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong munculnya aplikasi *super app* yang mengintegrasikan berbagai layanan dalam satu platform sehingga memberikan efisiensi dan kemudahan. Gojek banyak digunakan oleh mahasiswa karena mobilitas yang tinggi serta kebutuhan akan efisiensi waktu. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan fokus pada persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei terhadap 90 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tidar angkatan 2025 yang dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dengan skala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan SPSS versi 31. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki persepsi positif terhadap aplikasi Gojek. Dari aspek kemanfaatan, aplikasi Gojek membantu aktivitas sehari-hari, memenuhi kebutuhan transportasi, mempermudah pemesanan makanan, serta menghemat waktu dan tenaga. Dari aspek kemudahan, aplikasi juga dinilai mudah dipelajari, fitur mudah dipahami, serta proses pemesanan dan pembayaran sederhana. Mahasiswa juga dapat menggunakan aplikasi secara mandiri. Temuan ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan menjadi faktor utama dalam mendorong penggunaan aplikasi Gojek, yang didukung oleh kemudahan penggunaan.

Kata Kunci: Gojek, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan, mahasiswa, TAM

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi digital yang signifikan dalam kehidupan masyarakat, khususnya dalam sektor layanan berbasis aplikasi. Inovasi ini

ditandai dengan munculnya berbagai platform digital yang mampu mengintegrasikan berbagai kebutuhan dalam satu sistem yang praktis dan efisien. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah hadirnya aplikasi *super app* seperti Gojek, yang menyediakan layanan transportasi, pengantaran makanan, logistik, hingga pembayaran digital. Kehadiran aplikasi ini tidak hanya mempermudah aktivitas masyarakat, tetapi juga membentuk pola perilaku baru dalam mobilitas dan konsumsi (Mulya & Mulyati, 2023).

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi digital merupakan kelompok yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi. Dalam kehidupan sehari-hari, mahasiswa dihadapkan pada mobilitas yang tinggi serta tuntutan efisiensi waktu, sehingga penggunaan aplikasi berbasis layanan digital menjadi sangat relevan. Aplikasi Gojek hadir sebagai solusi yang mampu membantu mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari secara cepat dan fleksibel. Layanan transportasi berbasis aplikasi telah menjadi bagian penting dalam kehidupan mahasiswa karena kemampuannya memenuhi kebutuhan mobilitas secara praktis (Makbul et al., 2025).

Dalam studi sistem informasi, penerimaan teknologi biasanya dijelaskan dengan Technology Acceptance Model (TAM), yang menyoroti persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai salah satu faktor kunci yang memengaruhi penggunaan teknologi. Persepsi tentang manfaat berkaitan dengan keyakinan seseorang bahwa pemanfaatan suatu sistem dapat memperbaiki kinerja dan memberikan keuntungan nyata dalam aktivitas yang dilakukan. Penelitian terbaru mengungkapkan bahwa pandangan tentang kemanfaatan berpengaruh besar terhadap keinginan penggunaan dan kesetiaan pengguna aplikasi digital (Makbul et al., 2025; Mulya & Mulyati, 2023).

Penggunaan aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa tidak hanya didorong oleh kemudahan penggunaan, tetapi juga oleh manfaat yang dirasakan secara langsung, seperti efisiensi waktu, kemudahan akses layanan, serta fleksibilitas dalam bertransaksi. Penelitian yang dilakukan oleh (Makbul et al., 2025) menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas pengguna aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa . Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Namun demikian, persepsi kemanfaatan tidak bersifat homogen pada setiap individu. Perbedaan latar belakang sosial, ekonomi, serta pengalaman penggunaan teknologi dapat memengaruhi bagaimana mahasiswa menilai manfaat suatu aplikasi. Dalam beberapa kasus, penggunaan aplikasi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti sikap terhadap penggunaan (*attitude toward using*) yang berperan sebagai variabel intervening dalam membentuk niat penggunaan (Mulya & Mulyati, 2023). Oleh karena itu, penting untuk memahami persepsi kemanfaatan tidak hanya dari sisi fungsional, tetapi juga dari perspektif perilaku pengguna.

Lebih lanjut, penggunaan aplikasi digital seperti Gojek juga memiliki implikasi terhadap perubahan gaya hidup mahasiswa. Kemudahan akses terhadap berbagai layanan dapat meningkatkan efisiensi aktivitas, namun di sisi lain juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, analisis terhadap persepsi kemanfaatan menjadi penting untuk memahami bagaimana teknologi memengaruhi kehidupan mahasiswa secara lebih luas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai persepsi kemanfaatan aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa menjadi relevan untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi digital, khususnya pada generasi muda, serta kontribusinya terhadap aktivitas sehari-hari mahasiswa.

METODE

Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengevaluasi persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan kemanfaatan (*perceived usefulness*) dalam penggunaan aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa Fisipol Universitas Tidar angkatan 2025. Pengolahan data dilaksanakan dengan memanfaatkan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 31 untuk menghitung uji validitas, reliabilitas, serta frekuensi. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah random sampling. Dari total 750 populasi, dengan menggunakan rumus Slovin untuk perhitungan sampel, didapatkan 90 mahasiswa Fisipol angkatan 2025 sebagai sampel untuk penelitian. Berikut adalah perhitungan yang menggunakan formula Slovin dengan *margin of erorrs* 10%:

n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Jumlah populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{750}{1+750(0,1)^2}$$

$$n = \frac{750}{1+7,5}$$

$$n = \frac{750}{8,5}$$

$$n = 88,2$$

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner secara online menggunakan Google Form, kuesioner kemudian dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Skala Likert 1-5 digunakan untuk menilai setiap item pertanyaan dalam survei (1) Sangat tidak setuju, (2) Tidak setuju, (3) Tidak ada pendapat, (4) Setuju, (5) Sangat setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Program Studi

		Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	42,2	42,2	42,2
	Perempuan	52	57,8	57,8	100
	Total	90	100	100	
Usia	17-19 tahun	76	84,4	84,4	84,4
	20-22 tahun	14	15,6	15,6	100
	Total	90	100	100	
Program Studi	Ilmu Administrasi Negara	30	33,4	33,4	33,4
	Ilmu Komunikasi	30	33,3	33,3	69,7
	Hukum	30	33,3	33,3	100
	Total	90	100	100	

Berdasarkan data tersebut, diperoleh 90 responden yang berasal dari tiga program studi di Universitas Tidar. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 52 orang, sedangkan laki-laki berjumlah 38 orang. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam penelitian ini lebih dominan dibandingkan laki-laki. Dilihat dari segi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 17–19 tahun, yaitu sebanyak 76 orang. Sementara itu, responden yang berusia 20–22 tahun berjumlah 14 orang. Data ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa usia awal perkuliahan. Berdasarkan program studi, jumlah responden terbagi secara relatif merata dari tiga program studi, yaitu Ilmu Administrasi Negara sebanyak 30 orang, Ilmu Komunikasi sebanyak 30 orang , dan Hukum sebanyak 30 orang. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi responden dari masing-masing program studi cukup seimbang.

1. Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Tabel 2. Aplikasi Gojek membantu saya menyelesaikan aktivitas sehari-hari lebih cepat

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	4	4,4	4,4	4,4

Tidak Ada Pendapat	18	20	20	24,4
Setuju	41	45,6	45,6	70
Sangat Setuju	27	30	30	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap kemampuan aplikasi Gojek dalam membantu menyelesaikan aktivitas sehari-hari dengan lebih cepat. Sebanyak 45,6% responden menyatakan setuju dan 30,0% sangat setuju, sehingga total 75,6% responden memberikan penilaian positif. Sementara itu, terdapat 20,0% responden tidak memiliki pendapat, dan hanya 4,4% yang tidak setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Gojek dinilai mampu meningkatkan efisiensi waktu dalam aktivitas sehari-hari. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) termasuk faktor penting dalam mendorong penggunaan teknologi karena pengguna cenderung menggunakan sistem yang memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan kinerja mereka (Huda & Waluyowati, 2023). Selain itu, dalam konteks layanan ride-hailing, *perceived usefulness* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas pengguna (Rahmawati & Marsasi, 2025).

Tabel 3. Aplikasi Gojek membantu saya memenuhi kebutuhan transportasi

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,3
Tidak Setuju	2	2,2	2,2	4,4
Tidak Ada Pendapat	14	15,6	15,6	20
Setuju	40	44,4	44,4	64,4
Sangat Setuju	32	35,6	35,6	100

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai aplikasi Gojek sangat membantu dalam mempermudah pemesanan makanan dan minuman. Sebanyak 35,6% responden menyatakan sangat setuju dan 44,4% setuju, sehingga total 70,0% responden memberikan penilaian positif. Di sisi lain, terdapat 15,6% responden tidak memiliki pendapat dan 2,2% tidak setuju, dan 2.2% berpendapat sangat tidak setuju.

Hasil ini menunjukkan bahwa layanan berbasis aplikasi memberikan kemudahan signifikan dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan secara langsung dapat meningkatkan kepuasan serta minat penggunaan layanan digital (Dyah et al., 2025). Selain itu, perceived usefulness terbukti berpengaruh positif terhadap niat penggunaan layanan digital karena mampu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan pengguna dalam melakukan transaksi (Pratista & Marsasi, 2024).

Tabel 4. Aplikasi Gojek mempermudah saya memesan makanan/minuman

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	4	4,4	4,4	4,4
Tidak Ada Pendapat	5	5,6	5,6	10
Setuju	38	42,2	42,2	52,2
Sangat Setuju	43	47,8	47,8	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai aplikasi Gojek mampu membantu dalam memenuhi kebutuhan transportasi. Sebanyak 42,2% peserta mengungkapkan setuju dan 47,8% sangat setuju, sehingga total 90,0% peserta memberikan tanggapan positif. Sementara itu, 5,6% responden tidak memiliki pendapat, sementara 4,4% menyatakan ketidaksetujuan

Hal tersebut menunjukkan bahwa aplikasi Gojek berperan penting dalam menyediakan solusi transportasi yang praktis dan efisien. Layanan *ride-hailing* menjadi pilihan karena memberikan kemudahan akses dan fleksibilitas dalam mobilitas sehari-hari (Hadiyan et al., 2022). Selain itu, perceived usefulness dan kualitas layanan terbukti menjadi faktor utama dalam meningkatkan adopsi aplikasi transportasi online oleh Masyarakat (Rahmawati & Marsasi, 2025).

Tabel 5. Gojek membantu saya menghemat tenaga saat beraktivitas

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,2
Tidak Setuju	4	4,4	4,4	6,7
Tidak Ada Pendapat	17	18,9	18,9	25,6
Setuju	34	37,8	37,8	63,3
Sangat Setuju	33	36,7	36,7	100

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai aplikasi Gojek mampu membantu menghemat tenaga saat beraktivitas. Sebanyak 37,8% responden menyatakan setuju dan 36,7% sangat setuju, sehingga total 74,5% responden memberikan penilaian positif. Sementara itu, terdapat 18,9% responden tidak memiliki pendapat, serta 2,2% responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Gojek dapat mengurangi beban fisik pengguna dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Teknologi digital memungkinkan pengguna untuk memenuhi kebutuhan tanpa harus melakukan aktivitas secara langsung, sehingga meningkatkan efisiensi tenaga dan kenyamanan (Siregar et al., 2025). Selain itu, dalam model TAM, perceived usefulness terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan teknologi karena memberikan manfaat nyata bagi pengguna (Dyah et al., 2025).

Tabel 6. Menurut saya fitur di aplikasi Gojek sangat bermanfaat

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Ada Pendapat	13	14,4	14,4	15,6
Setuju	41	45,6	45,6	61,1
Sangat Setuju	35	38,9	38,9	100

Tabel 6 menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai fitur di aplikasi Gojek sangat bermanfaat. Sebanyak 38,9% menyatakan sangat setuju dan 45,6% setuju, sehingga total 84,5% responden memberikan penilaian positif terhadap manfaat fitur aplikasi Gojek. Sementara itu, 14,4% menyatakan tidak terlalu setuju dan hanya 1,1% yang tidak setuju. Data ini mengindikasikan bahwa fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi Gojek, seperti pemesanan transportasi, layanan makanan, dan pembayaran digital, telah dirasakan manfaatnya secara nyata oleh sebagian besar pengguna. Fitur-fitur dalam aplikasi Gojek yang beragam dan mudah digunakan berkontribusi positif terhadap kepuasan pengguna, terutama karena kemudahan akses layanan dalam satu platform mendorong pengguna untuk terus memanfaatkan aplikasi tersebut dalam aktivitas sehari-hari (Razak & Utomo, 2022).

Tingginya persentase responden yang merasakan manfaat fitur Gojek tidak terlepas dari strategi diversifikasi layanan yang terus dikembangkan perusahaan. Strategi manajemen jasa yang mencakup pelacakan langsung, fitur pemesanan cepat, dan pembayaran secara digital terbukti secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna karena memungkinkan pemenuhan berbagai kebutuhan dalam satu aplikasi yang terintegrasi (Chandra et al., 2024). Dengan demikian, keberagaman dan kemudahan fitur yang ditawarkan menjadi faktor utama yang mendorong persepsi positif mahasiswa sebagai pengguna yang membutuhkan layanan efisien dan praktis.

Tabel 7. Aplikasi Gojek memberikan saya solusi efektif saat situasi menedesak

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Ada Pendapat	12	13,3	13,3	13,3
Setuju	39	43,3	43,3	56,7
Sangat Setuju	39	43,3	43,3	100

Tabel 7 menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap kemampuan Gojek dalam menyediakan solusi saat situasi mendesak, dengan rincian 43,3% sangat setuju, 43,3% setuju, dan 13,3% tidak terlalu setuju. Tidak ada satu pun responden yang menyatakan

tidak setuju, yang menandakan bahwa Gojek dipersepsikan secara konsisten sebagai platform yang dapat diandalkan dalam kondisi mendesak. Kemampuan merespons kebutuhan pengguna secara cepat merupakan inti dari dimensi *responsiveness* dalam kualitas layanan, di mana kecepatan respons dan ketepatan waktu layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pengguna (Naya et al., 2024).

Kemampuan Gojek memberikan solusi yang efektif juga didukung oleh sistem teknologi yang terus ditingkatkan. Inovasi layanan yang berkelanjutan, baik secara parsial maupun total, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, karena sistem yang andal memungkinkan Gojek untuk hadir sebagai solusi yang responsif terhadap kebutuhan yang muncul secara tiba-tiba (Arli et al., 2024). Oleh karena itu, kombinasi antara kualitas layanan dan inovasi teknologi menjadikan Gojek sebagai pilihan utama mahasiswa yang sering menghadapi kebutuhan mendadak dalam aktivitas sehari-hari.

Tabel 8. Penggunaan aplikasi Gojek menguntungkan saya sebagai mahasiswa

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	7	7,8	7,8	7,8
Tidak Ada Pendapat	10	11,1	11,1	18,9
Setuju	35	48,9	38,9	57,8
Sangat Setuju	38	42,2	42,2	100

Tabel 8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasakan manfaat ekonomis dari penggunaan Gojek sebagai mahasiswa. Sebanyak 42,2% menyatakan sangat setuju dan 48,9% setuju, sehingga total 91,1% responden berpersepsi positif bahwa Gojek menguntungkan mereka. Hanya 11,1% yang menyatakan tidak terlalu setuju dan 7,8% tidak setuju. Tingginya proporsi responden yang merasa diuntungkan mencerminkan bahwa Gojek berhasil menyesuaikan layanannya dengan kebutuhan dan kemampuan finansial mahasiswa, karena harga yang terjangkau dan layanan yang beragam menjadikannya pilihan utama untuk transportasi harian, pemesanan makanan, maupun kebutuhan lainnya (Yanti et al., 2025).

Persepsi bahwa Gojek menguntungkan mahasiswa juga terkait erat dengan nilai tambah yang dirasakan dari berbagai layanan yang tersedia dalam satu platform. Persepsi manfaat merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan teknologi tertentu membantu mereka menyelesaikan kebutuhan dengan lebih efektif dan efisien, sehingga memengaruhi kepuasan dan loyalitas secara signifikan (Makbul et al., 2025). Dengan demikian, persepsi keuntungan yang dirasakan mahasiswa bukan semata-mata dari aspek harga, tetapi juga dari efisiensi waktu dan kemudahan akses terhadap beragam layanan yang ditawarkan Gojek dalam satu aplikasi.

2. Kemudahan (*Perceived Ease of Use*)

Tabel 9. Aplikasi Gojek mudah dipelajari

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Ada Pendapat	8	8,9	8,9	10
Setuju	33	36,7	36,7	46,7
Sngat Setuju	48	53,3	53,3	100

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada indikator pertama Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*/PEOU), yaitu "Aplikasi Gojek mudah dipelajari", diketahui bahwa dari total 90 responden, sebanyak 48 orang (53,3%) menyatakan Sangat Setuju, 33 orang (36,7%) menyatakan Setuju, 8 orang (8,9%) menyatakan Tidak Ada Pendapat, dan hanya 1 orang (1,1%) yang menyatakan Tidak Setuju. Secara kumulatif, 90 responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan mempelajari aplikasi Gojek. Tingginya persentase responden yang setuju mengindikasikan bahwa pengguna tidak memerlukan upaya ekstra untuk memahami cara penggunaan aplikasi sejak pertama kali diakses.

(Davis, 1989) mendefinisikan perceived ease of use sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa penggunaan suatu sistem tertentu bebas dari upaya, di mana konstruk ini berakar dari konsep self-efficacy yang merujuk pada keyakinan situasional pengguna terhadap kemampuannya dalam mengoperasikan teknologi. Dengan demikian, kemudahan dalam mempelajari aplikasi merupakan fondasi utama yang menentukan apakah pengguna akan menerima dan terus menggunakan teknologi tersebut. Hal ini dikonfirmasi oleh penelitian yang relevan, di mana (Suryani et al., 2021) dalam penelitiannya tentang pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan trust terhadap kepuasan pelanggan Gojek menemukan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gojek.

Tabel 10. Fitur pada aplikasi Gojek mudah dipahami

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Ada Pendapat	8	8,9	8,9	10
Setuju	41	45,6	45,6	55,6
Sangat Setuju	40	44,4	44,4	100

Mayoritas responden menyatakan bahwa fitur pada aplikasi Gojek mudah dipahami. Hal ini terlihat dari 41 responden (45,6%) yang menjawab setuju, dan 40 responden (44,4%) menjawab sangat setuju. Sedangkan 8 responden (8,9%) menjawab tidak ada pendapat, serta hanya 1 responden (1,1%) menjawab tidak setuju. Data tersebut menunjukkan bahwa fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi Gojek dinilai jelas dan mudah dimengerti oleh pengguna. Kemudahan dalam memahami fitur akan meningkatkan kenyamanan pengguna saat mengakses layanan digital. Penelitian lain oleh (Sari et al., 2022) juga menjelaskan bahwa fitur aplikasi yang mudah dipahami akan meningkatkan minat pengguna dalam menggunakan layanan digital karena pengguna merasa aplikasi tersebut praktis dan efisien. Oleh karena itu, fitur Gojek yang mudah dipahami menjadi salah satu keunggulan dalam menarik minat pengguna.

Tabel 11. Saya dapat menggunakan aplikasi Gojek tanpa kesulitan

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Ada Pendapat	9	10	10	11,1
Setuju	35	38,9	38,9	50
Sangat Setuju	45	50	50	100

Mayoritas responden menyatakan bahwa mereka dapat menggunakan aplikasi Gojek tanpa kesulitan. Hal ini dibuktikan dengan 45 responden (50,0%) yang menjawab sangat setuju, serta 35 responden (38,9%) menjawab setuju. Selain itu, terdapat 9 responden (10,0%) yang menjawab tidak ada pendapat, dan hanya 1 responden (1,1%) menjawab tidak setuju. Persentase yang sangat dominan ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna (*user experience*) terhadap aplikasi Gojek bersifat positif dan tidak menimbulkan kebingungan operasional.

(Kusumo & Rosyadi, 2023) dalam penelitiannya tentang pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna Gojek menegaskan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi merupakan komponen yang secara konsisten memengaruhi kepuasan dan pengalaman positif pengguna. Selain itu, penelitian (Febriliani et al., 2025) pada pengguna ride-hailing menunjukkan bahwa perceived ease of use berpengaruh positif terhadap niat penggunaan aplikasi transportasi online. Oleh karena itu, kemudahan penggunaan Gojek tanpa hambatan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pengguna.

Tabel 12. Tampilan aplikasi Gojek sederhana dan mudah digunakan

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Tidak Setuju	2	2,2	2,2	2,2
Tidak Ada Pendapat	6	6,7	6,7	8,9

Setuju	45	50	50	58,9
Sangat Setuju	37	41,1	41,1	100

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden menilai bahwa tampilan aplikasi Gojek sederhana dan mudah digunakan. Sebanyak 45 responden (50,0%) menjawab setuju, dan 37 responden (41,1%) menjawab sangat setuju. Sementara itu, 6 responden (6,7%) menjawab tidak ada pendapat, dan hanya 2 responden (2,2%) menjawab tidak setuju. Dibandingkan tiga indikator sebelumnya, indikator ini mencatat persentase ketidaksetujuan yang sedikit lebih tinggi (2,2%), namun secara keseluruhan respons tetap sangat positif dan dominan. Hal ini menunjukkan bahwa desain visual aplikasi Gojek dinilai intuitif dan tidak membebani penggunanya secara kognitif.
(Suryatenggara & Senastri, 2022) dalam penelitian terhadap 255 pengguna Gojek di Jabodetabek menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) melalui SmartPLS menemukan bahwa perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang kemudian secara positif berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian (Elnadi et al., 2024) menemukan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi ride-hailing memengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan karena pengguna cenderung tetap menggunakan aplikasi yang memiliki tampilan sederhana dan mudah dioperasikan. Dengan demikian, desain antarmuka Gojek yang sederhana menjadi salah satu faktor pendukung kepuasan pengguna.

Tabel 13. Informasi di aplikasi Gojek mudah ditemukan

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	3	3,3	3,4	3,4
Tidak Setuju	2	2,2	2,2	5,6
Tidak Ada Pendapat	11	12,2	12,2	17,8
Setuju	39	43,3	43,3	61,1
Sangat Setuju	35	38,9	38,9	100

Tabel menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan menemukan informasi dalam aplikasi Gojek. Sebanyak 43,3% responden menyatakan setuju dan 38,9% sangat setuju, sehingga secara kumulatif lebih dari 80% responden menilai bahwa informasi dalam aplikasi mudah diakses. Sementara itu, terdapat 12,2% responden yang tidak memiliki pendapat, serta hanya sebagian kecil yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa struktur informasi dan navigasi dalam aplikasi Gojek sudah tergolong baik dan memudahkan pengguna dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan, termasuk kemudahan dalam menemukan informasi, berperan penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna aplikasi transportasi online (Suryani et al., 2021). Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan pada aplikasi Gojek berpengaruh terhadap kenyamanan dan loyalitas pengguna dalam menggunakan layanan secara berkelanjutan (Makbul et al., 2025).

Tabel 14. Proses pembayaran di aplikasi Gojek mudah dilakukan

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Setuju	1	1,1	1,1	2,2
Tidak Ada Pendapat	8	8,9	8,9	11,1
Setuju	39	43,3	43,3	54,4
Sangat Setuju	41	45,6	45,6	100

Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian sangat positif terhadap kemudahan proses pembayaran. Sebanyak 43,3% responden menyatakan setuju dan 45,6% sangat setuju, sehingga lebih dari 88% responden menilai bahwa sistem pembayaran dalam aplikasi Gojek mudah digunakan. Hanya sebagian kecil responden yang menyatakan ketidaksetujuan, serta 8,9% responden tidak memiliki pendapat. Hal ini menunjukkan bahwa fitur pembayaran digital dalam aplikasi Gojek dinilai praktis, efisien, dan mudah dipahami oleh pengguna.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan fitur pembayaran digital seperti GoPay berpengaruh terhadap minat penggunaan dan kepuasan pengguna (Arsyita & Jauharry, 2024). Selain itu, penelitian lain juga menyatakan bahwa perceived ease of use memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan layanan Gojek, terutama dalam aspek transaksi dan pembayaran (Hutagalung et al., n.d.).

Tabel 15. Proses pemesanan layanan di aplikasi Gojek mudah dilakukan

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Kumulatif
Sangat Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Setuju	2	2,2	2,2	3,3
Tidak Ada Pendapat	8	8,9	8,9	12,2
Setuju	40	44,4	44,4	56,7
Sangat Setuju	39	43,3	43,3	100

Tabel menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kemudahan proses pemesanan layanan. Sebanyak 44,4% responden menyatakan setuju dan 43,3% sangat setuju, sehingga lebih dari 87% responden menilai bahwa proses pemesanan layanan dalam aplikasi Gojek mudah dilakukan. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menyatakan ketidaksetujuan dan 8,9% tidak memiliki pendapat. Hal ini menunjukkan bahwa fitur pemesanan dalam aplikasi Gojek sudah user-friendly dan mudah digunakan oleh berbagai kalangan pengguna.

Hasil ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi transportasi online mempermudah pengguna dalam melakukan pemesanan layanan dan meningkatkan kepuasan pengguna (Kusumo & Rosyadi, 2023). Selain itu, penelitian lain juga menemukan bahwa perceived ease of use berpengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi Gojek dalam melakukan pemesanan layanan (Suryatenggara & Senastri, 2022).

Tabel 16. Saya dapat menggunakan Aplikasi Gojek tanpa bantuan orang lain

Indikator	Frekuensi	Persen	Persen Valid	Persen Valid
Sangat Tidak Setuju	1	1,1	1,1	1,1
Tidak Setuju	4	4,4	4,4	5,6
Tidak Ada Pendapat	2	2,2	2,2	7,8
Setuju	35	38,9	38,9	46,7
Sangat Setuju	48	53,3	53,3	100

Tabel menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa mampu menggunakan aplikasi Gojek secara mandiri. Sebanyak 38,9% responden menyatakan setuju dan 53,3% sangat setuju, sehingga lebih dari 90% responden merasa bahwa aplikasi Gojek dapat digunakan tanpa bantuan orang lain. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang menyatakan ketidaksetujuan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kemudahan penggunaan aplikasi Gojek tergolong sangat tinggi dan dapat dipahami dengan baik oleh pengguna.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi digital meningkatkan kemampuan pengguna dalam mengoperasikan aplikasi secara mandiri (Makbul et al., 2025). Selain itu, penelitian lain juga menunjukkan bahwa perceived ease of use berpengaruh terhadap niat penggunaan dan kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi Gojek tanpa bantuan (Rahman & Nurlatifah, 2020).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi. Secara faktual, mayoritas responden menyatakan bahwa Gojek mampu membantu menyelesaikan aktivitas sehari-hari, memenuhi kebutuhan transportasi, mempermudah pemesanan makanan/minuman, serta menghemat tenaga. Selain itu, fitur-fitur dalam aplikasi dinilai bermanfaat dan mampu memberikan solusi efektif, termasuk dalam situasi mendesak. Dari sisi kemudahan, aplikasi Gojek terbukti mudah dipelajari, dipahami, digunakan tanpa kesulitan, memiliki tampilan sederhana, serta memungkinkan pengguna mengoperasikannya secara mandiri tanpa bantuan.

Hasil ini menjawab tujuan penelitian bahwa persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berperan penting dalam membentuk penerimaan teknologi oleh mahasiswa. Tingginya kedua persepsi tersebut menunjukkan bahwa Gojek telah berhasil memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif dan efisien.

Implikasi dari temuan ini adalah bahwa pengembangan aplikasi berbasis layanan digital perlu terus menekankan pada peningkatan manfaat nyata dan kemudahan penggunaan untuk mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pengguna. Secara praktis, hasil ini dapat menjadi acuan bagi pengembang aplikasi dalam merancang fitur yang relevan, responsif, dan *user-friendly*, khususnya untuk segmen mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi.

Secara spekulatif, tingginya kemanfaatan dan kemudahan penggunaan aplikasi seperti Gojek berpotensi mendorong perubahan gaya hidup mahasiswa ke arah yang lebih praktis dan instan, termasuk peningkatan ketergantungan pada layanan digital.

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas jumlah dan variasi sampel agar hasil lebih representatif, serta menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), harga, dan kualitas layanan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan aplikasi digital. Selain itu, penelitian lanjutan juga dapat mengkaji dampak penggunaan aplikasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara lebih mendalam.

REFERENSI

Arli, D., Esch, P. Van, & Weaven, S. (2024). The Impact of SERVQUAL on Consumers ' Satisfaction , Loyalty , and Intention to Use Online Food Delivery Services The Impact of SERVQUAL on Consumers ' Satisfaction „. *Journal of Promotion Management*, *30*(7), 1159–1188. https://doi.org/10.1080/10496491.2024.2372858

Arsyita, F., & Jauharry. (2024). 1 , 2 1,2. *Wahana Pendidikan*, *10*(5), 367–387.

Chandra, A., Kojongian, F. T., & Saleh, M. Z. (2024). *Analisis Strategi Manajemen Jasa dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di PT Gojek Indonesia*.

Davis, F. (1989). Percived Usefulness, Percieved Ease of Use, User Acceptance of InformationTechnology. *MIS Quarterly*, 319–340.

Dyah, N., Permadi, P., & Andjarwati, A. L. (2025). *The Role of Satisfaction in Mediating the Effect of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Continuance Intention of Kereta Api Indonesia Access Application*. *4*(4), 2225–2244.

Elnadi, M., Troise, C., Jones, P., & Hani, M. (2024). Technological Forecasting & Social Change Exploring post-usage behaviour in app-based ride-sourcing services : Evidence from Egypt. *Technological Forecasting & Social Change*, *207*(June), 123643. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123643

Febriliani, S., Nugraha, J., & Lian, J. (2025). *Journal of Office Administration : Education and Practice Investigation of the Students Behavior in Using Ride-Hailing Applications : Perspectives of Perceived Risk and Environmental Awareness in Technology Acceptance Model (TAM). 5*(3), 187–201.

Hadiyan, N., Azman, N., & Setiawaty, A. (2022). *Determinants of Ride-Hailing Adoption : Extending TAM with Trust , Service Quality , and Gamification*. 251–260.

Huda, M., & Waluyowati, N. . (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED*. *2*(4), 982–993.

Hutagalung, U., Sukriah, Y., Ritonga, N., & Selatan, M. T. (n.d.). *The influence of perceived usefulness and*

perceived ease of use on intention to use gojek application and its impact on purchase decision of gojek services. *29*(1), 15–34.

Kusumo, M. H., & Rosyadi, I. (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED USEFULNESS DAN*. *16*(1), 50–67.

Makbul, R. S., Lukitaningsih, A., & Ningrum, N. K. (2025). *Perceived ease of use dan perceived usefulness dalam loyalitas pelanggan : Efek mediasi customer satisfaction pada mahasiswa pengguna aplikasi Gojek di Yogyakarta*. *5*(1), 161–177.

Mulya, S., & Mulyati, Y. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention To Use Aplikasi Gojek Dengan Attitude Towards Using Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Layanan Aplikasi Gojek Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, *3*(3), 439–448.

Naya, R., Fadillah, P., Karnelia, B., Jasmine, N., P, A. B. B., Cendrawasih, J., Bintaro, R., Baru, S., Ciputat, K., & Tangerang, K. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Gojek dan Harga , terhadap Kepuasaan Konsumen pada Layanan Go Ride*. *2*.

Pratista, N. D., & Marsasi, E. G. (2024). *Effects Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use For Driving Purchase Intention*. *28*(03), 488–509.

Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use , Trust , Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits. *Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, *1*(1).

Rahmawati, S., & Marsasi, E. . (2025). *(Corresponding Author)*. *8*(2), 5166–5194.

Razak, W. A., & Utomo, A. P. (2022). *Analisa Kualitas Informasi , Kualitas Teknikal & Fungsional , Kualitas Keamanan , Kemudahan Penggunaan Mobile Aplikasi Gojek Terhadap Kegunaan , Kepuasan Dan Loyalitas*. *15*(1), 39–54.

Sari, R. ., Habibi, A. ., & Hayuningputri, E. . (2022). *Impact of Attitude , Perceived Ease of Use , Convenience , and Social Benefit on Intention to Use Mobile Payment*. *2*, 143–156. https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2022.011.02.2

Siregar, F. F., Rahman, H. N., Haykal, K. N., Ilyasa, K. W. A., & Prabowo, M. B. S. (2025). *PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS, EASE OF USE, DAN TRUSTWORTHINESS TERHADAP INTENTION TO USE DIGITAL PAYMENT OVO PADA MAHASISWA S1 DAN D4 FEB UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA PERIODE 2024*. *3*(1), 103–124.

Suryani, D., Sukri, S. Al, & Ermansyah. (2021). PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE , PERCEIVED USEFULNESS DAN TRUST TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GOJEK. *IJBEM*, *1*, 11–19.

Suryatenggara, G. M., & Senastri, S. (2022). *THE EFFECT OF PERCEIVED USEFULNESS , PERCEIVED EASE OF USE AND PERCEIVED PRICE ON CUSTOMER LOYALTY IN GOJEK THROUGH CUSTOMER SATISFACTION (STUDY ON GOJEK APPS USERS IN JABODETABEK) Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use dan Perceived Price Terhadap Customer Loyalty pada Gojek melalui Customer Satisfaction (Studi Pengguna Aplikasi Gojek di Jabodetabek)*. *XV*(2), 171–185. https://doi.org/10.30813/jbam.v15i2.3866

Yanti, S., Chika, N., Utami, A., & Dasman, S. (2025). Jurnal Pemasaran Bisnis Jurnal Pemasaran Bisnis. *Versa*, *7*(1), 241–251.