



Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Layanan Grabfood (Studi Kasus di Kecamatan Boyolali)

Nofinda Helma A'yuna^{1*}, Listyowati Puji Rahayu², Unna Ria Safitri³

¹⁾²⁾³⁾ Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Boyolali

Email: nofindahelma@gmail.com¹, listyowatipujirahayu63@gmail.com², unnaria68@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: unnaria68@gmail.com¹

Abstract: This study aims to analyze the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and security on the intention to use GrabFood services in Boyolali District, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a purposive sampling technique. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had used GrabFood services. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2) with SPSS software. The results indicate that perceived usefulness, perceived ease of use, and security each have a positive and significant effect on the intention to use GrabFood services. Security is the most dominant factor influencing users' intention. Simultaneously, the three variables significantly affect the intention to use GrabFood services. The Adjusted R Square value of 0.716 indicates that these variables explain 71.6% of the variation in the intention to use GrabFood services, while the remaining 28.4% is explained by other factors outside the research model.

Keywords: GrabFood; Intention To Use; Perceived Ease Of Use; Perceived Usefulness; Security.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood di Kecamatan Boyolali, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang pernah menggunakan layanan GrabFood. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t , uji F , dan koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood. Variabel keamanan merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi minat penggunaan. Secara simultan, ketiga variabel juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,716 menunjukkan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 71,6% variasi minat penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Grabfood; Keamanan; Kemudahan Penggunaan; Minat Penggunaan; Persepsi Manfaat.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk dalam memesan makanan. Kemudahan akses internet dan penggunaan smartphone mendorong berkembangnya layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi (online food delivery), salah satunya GrabFood. Layanan ini menawarkan kemudahan pemesanan, efisiensi waktu, serta berbagai pilihan metode pembayaran sehingga semakin diminati oleh masyarakat.

Tabel 1. Data Pengguna GrabFood Di Indonesia (2021-2024)

TAHUN	PERSENTASE
TAHUN 2021	49%
TAHUN 2022	50%
TAHUN 2023	50%
TAHUN 2024	69%

Sumber: Kadata.co.id

Di Indonesia, penggunaan layanan pesan antar makanan mengalami peningkatan seiring berkembangnya teknologi informasi dan meningkatnya penetrasi internet. GrabFood menawarkan berbagai kemudahan seperti pemesanan melalui aplikasi, metode pembayaran digital, serta layanan pengiriman yang cepat. Namun demikian, minat penggunaan masyarakat terhadap layanan ini tidak selalu sama.

Menurut *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred Davis, penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) (Elverda et al., 2025) Selain kedua faktor tersebut, keamanan menjadi faktor penting dalam layanan digital karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi (Suseno, 2024).

Penelitian Nurvita & Dwijanyanti (2021) menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan layanan berbasis aplikasi. Namun, hasil penelitian masih menunjukkan perbedaan pada tingkat pengaruh masing-masing variabel dan sebagian besar dilakukan pada wilayah yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan layanan GrabFood di Kecamatan Boyolali masih perlu dilakukan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood di Kecamatan Boyolali. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian *Technology Acceptance Model* (TAM) serta menjadi masukan bagi GrabFood dalam meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan kebutuhan pengguna.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model yang menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi. Model ini menyatakan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan merupakan faktor utama yang memengaruhi niat seseorang dalam menggunakan teknologi (Kasim & Rahmawati, 2021)

Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat adalah keyakinan pengguna bahwa penggunaan suatu sistem dapat meningkatkan efektivitas dan kinerja aktivitasnya. (Sulmi & Prakoso 2021) Dalam konteks Grabfood, manfaat dapat berupa efisiensi waktu, kemudahan memperoleh makanan serta berbagai promosi yang ditawarkan.

Kemudahan penngunaan

Menurut Nurvitasari & Dwijayanti, (2021) Kemudahan penggunaan merupakan keyakinan bahwa suatu sistem mudah dipahami dan digunakan tanpa memerlukan usaha yang besar. Aplikasi yang mudah digunakan cenderung meningkatkan minat penggunaan konsumen.

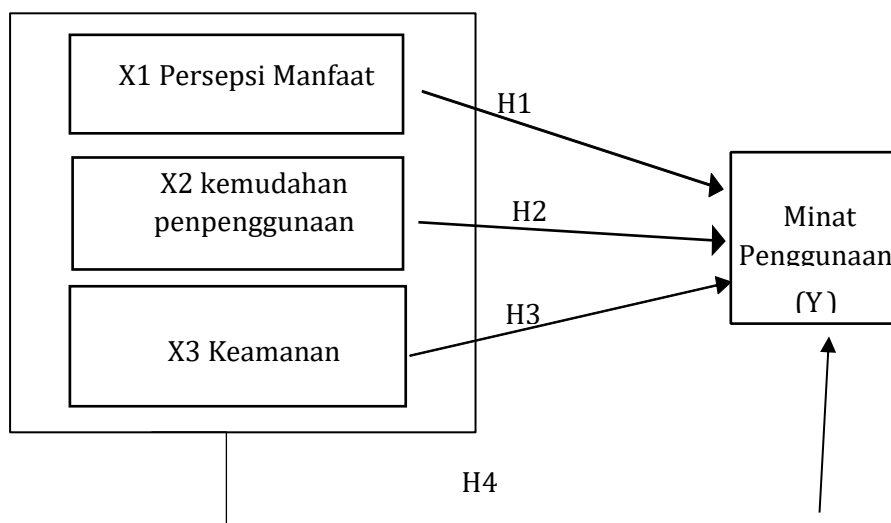
Keamanan

Keamanan merupakan persepsi pengguna mengenai kemampuan sistem dalam melindungi data pribadi, menjaga keamanan transaksi, dan meminimalkan risiko penyalahgunaan informasi. Keamanan mencakup perlindungan data pengguna(Wahyu Prastiwi & Dewi Kusuma Wardani, 2020)

Minat Penggunaan

Menurut Prasetyo dkk, (2023) Minat merupakan keinginan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi sebagai hasil dari penilaian terhadap manfaat, kemudahan dan keamanan yang dirasakan. Dapat diuraikan bahwa minat penggunaan merupakan situasi seseorang sebelum melakukan tindakan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

H1: Terdapat pengaruh positif Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan

H2: Terdapat pengaruh positif Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan

H3: Terdapat pengaruh positif Keamanan terhadap Minat Penggunaan

H4 : : Terdapat pengaruh positif Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan

3. METODE Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dengan pengambilan data menggunakan data primer menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah data yang di dapat secara langsung dari sumber data, menggunakan kuisioner yang di sebar. Objek penelitian adalah layanan pesan antar makanan GrabFood, sedangkan subjek penelitian adalah masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Boyolali. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Boyolali yang pernah menggunakan aplikasi GrabFood. Jumlah sampel penelitian dihitung menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS melalui uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) (Ghozali, 2021).

4. HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Deskripsi Data

Tabel 2. Deskripsi Data

Kelurahan	jumlah	Persentase
Banaran	9	9 %
Karanggeneng	8	8 %
Kebonbimo	11	11 %
Kiringan	9	9 %
Mudal	12	12 %
Penggung	20	20 %
Pulisen	17	17 %
Siswodipuran	14	14 %
Total	100	100 %

Sumber: Data Prime Diolah, 2026

Penelitian ini melibatkan 8 kelurahan Kecamatan Boyolali yang pernah menggunakan layanan GrabFood. Tentang minat penggunaan di platform tersebut, seperti yang ditunjukkan pada tabel. Setiap kuesioner yang disebarkan berhasil kembali dan memenuhi syarat untuk dianalisis, sehingga tingkat respons penelitian mencapai seratus persen. Oleh karena itu, data yang dikumpulkan dianggap realistis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Uji Asumsi Klasik**a. Uji Normalitas****Tabel 3. Uji Normalitas**

Keterangan	Unstandardized Residual
N	100
Test Statistic (Kolmogorov-S	0,087
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,062

Sumber: Data Prime Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,062, lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal, sehingga memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas**Tabel 4. Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	0,623	1,605	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,339	2,954	Tidak terjadi Multikolinearitas
Keamanan (X3)	0,401	2,492	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS 2026

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala multikolinearitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	B	t-hitung	Sig.	Keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	-0,009	-0,212	0,832	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan Penggunaan (X2)	-0,012	-0,212	0,833	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Keamanan (X3)	0,011	0,214	0,831	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linier berganda.

d. Analisis Regresi Linier Bergand

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t
(Constant)	-1,873	1,846	-	-1,014
(X1)	0,239	0,074	0,220	3,238
(X2)	0,248	0,095	0,242	2,623
(X3)	0,520	0,088	0,503	5,940

$$Y = -1,873 + 0,239 X1 + 0,248 X2 + 0,520 X3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan memiliki koefisien regresi positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel independen akan meningkatkan minat penggunaan layanan GrabFood.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 7. Uji t

Variabel	t hitung	Sig.	Keputusan
Persepsi Manfaat (X₁)	3,238	0,002	H₁ diterima
Kemudahan Penggunaan (X₂)	2,623	0,010	H₂ diterima
Keamanan (X₃)	5,940	0,000	H₃ diterima

Sumber: Output SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 7, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood, sehingga hipotesis H₁, H₂, dan H₃ diterima.

b. Uji F

Tabel 8. Uji F

F hitung	Sig.	Keputusan
84,020	0,000	H ₄ diterima

Sumber: Output SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 8, hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 84,020 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood,

c. Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,851	0,724	0,716

Sumber: Output SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 9, nilai Adjusted R Square sebesar 0,716, yang berarti bahwa variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan mampu menjelaskan 71,6% variasi minat penggunaan layanan GrabFood. Sementara itu, 28,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Manfaat terhadap Minat Penggunaan GrabFood

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, seperti kemudahan memperoleh makanan, penghematan waktu, serta efisiensi aktivitas sehari-hari, maka semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk menggunakan layanan GrabFood. Temuan ini sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis (1989), yang menjelaskan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan suatu teknologi. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna dapat meningkatkan minat dalam menggunakan layanan berbasis aplikasi.

Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan GrabFood

Kemudahan penggunaan terbukti secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Boyolali cenderung lebih berminat menggunakan aplikasi yang mudah dipelajari, mudah dipahami, dan mudah dioperasikan. Kemudahan navigasi aplikasi, proses pemesanan yang sederhana, serta sistem pembayaran yang praktis memberikan pengalaman penggunaan yang lebih nyaman sehingga meningkatkan keinginan masyarakat untuk menggunakan kembali layanan GrabFood secara berkelanjutan. Temuan ini mendukung konsep *perceived ease of use* dalam *Technology Acceptance Model* yang menjelaskan bahwa teknologi yang mudah dipelajari dan digunakan akan lebih mudah diterima oleh pengguna. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat penggunaan layanan digital.

Pengaruh Keamanan terhadap Minat Penggunaan GrabFood

Variabel keamanan merupakan faktor yang paling dominan memengaruhi minat penggunaan GrabFood. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan memiliki koefisien regresi dan nilai t-hitung tertinggi dibandingkan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin memperhatikan keamanan data pribadi, keamanan transaksi, serta perlindungan terhadap risiko penipuan ketika menggunakan aplikasi digital. Pengguna akan lebih percaya dan lebih berminat menggunakan GrabFood apabila merasa bahwa aplikasi mampu menjaga kerahasiaan informasi pribadi dan menjamin keamanan transaksi.

Pengaruh Kemudahan penggunaan Keamanan terhadap Minat Penggunaan layanan GrabFood

Bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam membentuk keputusan masyarakat untuk menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap minat penggunaan GrabFood. Konsumen cenderung menggunakan layanan apabila mereka merasakan manfaat berupa efisiensi waktu, kemudahan akses, dan kenyamanan. Temuan ini memperkuat *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi pengguna terhadap manfaat dan kemudahan penggunaan. Penambahan variabel keamanan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa aspek keamanan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi.

5. KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan GrabFood di Kecamatan Boyolali. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan, semakin mudah aplikasi digunakan, dan semakin baik tingkat keamanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menggunakan layanan GrabFood.

Saran

GrabFood diharapkan terus meningkatkan manfaat layanan, kemudahan penggunaan aplikasi, serta keamanan transaksi dan perlindungan data pengguna agar minat penggunaan semakin meningkat. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain, seperti kepercayaan, kualitas layanan, harga, atau promosi, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainul, A., Sulmi, K., Awaluddin, M., & Gani, I. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Sistem Informasi*, 1(2), 59–73.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Chiu, W., Badu-Baiden, F., & Cho, H. (2024). Consumers' intention to use online food delivery services: A meta-analytic structural equation modeling approach. *International Journal of Consumer Studies*, 48(3), e13052. <https://doi.org/10.1111/ijcs.13052>
- Beldad, A., De Jong, M., & Steehouder, M. (2010). How shall I trust the faceless and the intangible? A literature review on the antecedents of online trust. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 857–869. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.013>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Das, S., & Ghose, D. (2019). Influence of online food delivery apps on the operations of the restaurant business. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(12), 1372–1377.
- Elverda, E., Nahdah, T. A., & Hamali, S. (2025). *Analysis of Factors Affecting Consumer Decision-Making in Choosing Online Food Delivery in Indonesia*. 10. <https://doi.org/10.29244/jcs.10.1.118-144>

- Farhans, A., & Ridanasti, E. (2024). The effect of online food delivery services on consumer behavioral intentions. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6). <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.13269>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasim, E. Y., & Rahmawati, D. (2021). Pengembangan Metode Pemasaran Dan Sistem Manajemen Bagi Pelaku Usaha Makanan Terdampak Pandemi Covid 19. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 3(2), 649–670. <https://doi.org/10.31316/jbm.v3i2.1804>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th Global ed.). Pearson.
- Nurvitasari, E., & Dwijayanti, R. (2021). Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Grab (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab Fitur Grabfood). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1472–1481.
- Prasetyo, D. (2023). *PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI*. 13(1), 131–140.
- Purwianti, L., Nurjanah, L., Aqmi, A. L. Z., & Yulianto, E. (2025). Integrating TAM, TPB, and time-saving orientation to predict continued use of online food delivery.
- Sugiharto, C. A., Lestari, H. C., Kananda, I. L., Ramadhan, F., & Salsabila, S. (2024). Understanding customer intention to use online food delivery services in the post-pandemic era in Indonesia. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(3). <https://doi.org/10.31933/dijms.v5i3.2365>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Suseno, N. S. (2024). *Technology Acceptance of Go Food Services*. 278–283. <https://doi.org/10.33364/algorithm/v.21-1.1603>
- Soemitro, A., dkk. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi pelanggan dalam menggunakan online food delivery di Indonesia. *Journal of Business and Applied Management*.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A critical assessment of potential measurement biases in the Technology Acceptance Model. *International Journal of Human-Computer Studies*, 45(1), 19–45. <https://doi.org/10.1006/ijhc.1996.0040>
- Wahyu Prastiwi, & Dewi Kusuma Wardani. (2020). LT-persepsi kemudahan e money. *JAE: Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 21, 113–119. <https://doi.org/10.29407/jae.v5i3.14057>
- Yusuf, M., Sumiyadi, S., & Maudhy, S. (2024). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Layanan GrabFood. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 15-28.