

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku masyarakat dalam memanfaatkan layanan transportasi berbasis aplikasi, termasuk Grab. Namun, tingkat penggunaan aplikasi Grab di kalangan mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh masih tergolong rendah karena dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan (*perceived usefulness*), persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kepercayaan (*trust*), pengaruh sosial (*social influence*), aksesibilitas (*accessibility*), dan persepsi harga (*price perception*) terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 96 mahasiswa yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab, sedangkan persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap tingkat penggunaan aplikasi Grab dengan nilai Fhitung sebesar 15,075 dan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,504 menunjukkan bahwa 50,4% variasi tingkat penggunaan aplikasi Grab dapat dijelaskan oleh variabel dalam penelitian ini, sedangkan 49,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kegunaan, pengaruh sosial, dan persepsi harga merupakan faktor utama yang memengaruhi tingkat penggunaan aplikasi Grab pada mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh.

Kata kunci: *Technology Acceptance Model (TAM)*, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, pengaruh sosial, aksesibilitas, persepsi harga, tingkat penggunaan aplikasi Grab.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has transformed people's behavior in utilizing application-based transportation services, including Grab. However, the level of Grab application usage among students of the Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Malikussaleh, remains relatively low due to various influencing factors. This study aims to analyze the effects of perceived usefulness, perceived ease of use, trust, social influence, accessibility, and price perception on the level of Grab application usage. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 96 students selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that, partially, perceived usefulness, social influence, and price perception have a positive and significant effect on the level of Grab application usage, while perceived ease of use, trust, and accessibility do not have a significant effect. Simultaneously, all independent variables have a significant effect on the level of Grab application usage, with an F-value of 15.075 and a significance value of < 0.001 . The coefficient of determination (R^2) is 0.504, indicating that 50.4% of the variation in the level of Grab application usage can be explained by the variables examined in this study, while the remaining 49.6% is influenced by other factors outside the research model. This study concludes that perceived usefulness, social influence, and price perception are the primary factors influencing the level of Grab application usage among students of the Business Administration Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Universitas Malikussaleh.

Keywords: *Technology Acceptance Model (TAM), perceived usefulness, perceived ease of use, trust, social influence, accessibility, price perception, level of Grab application usage.*