



## Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Aplikasi Pos Aja

Gugum Gumilang Wirakanda<sup>1</sup>, Bambang Triputranto<sup>2</sup>, Nur Aziz Sugiharto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Logistik dan Bisnis Internasional, Indonesia

E-mail: [gugum@ulbi.ac.id](mailto:gugum@ulbi.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-05-07 Revised: 2024-06-27 Published: 2024-07-03  <b>Keywords:</b> <i>Application Quality;</i> <i>Customer Satisfaction;</i> <i>Pos Aja;</i> <i>PT Pos Indonesia.</i>	PT. POS Indonesia launched the Pos Aja application in 2021 as an effort to increase customer satisfaction by improving the quality of service products via the application. The problem of this research is whether the quality of the Pos Aja application has an effect on customer satisfaction at Pos Aja. The variables in this research are the quality of the Pos Aja (X1) application, the indicators of which are features, performance, performance suitability, durability, reliability, ease of service, perceived quality, and aesthetics; and customer satisfaction (Y) with indicators of fulfilling buyer expectations, condition or willingness to reuse, and recommend to others. The research method used is an associative quantitative approach. The population in this study were consumers of the KC Garut post office who had used the Pos Aja application, with the sampling technique carried out using the nonprobability sampling method. The data collection method used was a questionnaire. The data analysis method used is validity and reliability testing, and multiple linear regression analysis. The data processing tool uses SPSS for Windows version 23. The results of this research show that there is an influence of product quality on consumer satisfaction of the Pos Aja Application in the city of Garut by 18.4%. This indicates that the influence of product quality is not too big and there is still the influence of other variables not examined in this research at KC. Garut 44100.

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-05-07 Direvisi: 2024-06-27 Dipublikasi: 2024-07-03  <b>Kata kunci:</b> <i>Kualitas Aplikasi;</i> <i>Kepuasan Pelanggan;</i> <i>Pos Aja;</i> <i>PT Pos Indonesia.</i>	PT. POS Indonesia mengeluarkan aplikasi Pos Aja pada tahun 2021 sebagai upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk layanan via aplikasi. Permasalahan penelitian ini adalah apakah kualitas aplikasi Pos Aja berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Pos Aja. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas aplikasi Pos Aja (X1) yang indikatornya adalah fitur, kinerja, kesesuaian kinerja, ketahanan, kehandalan, kemudahan servis, kualitas yang dipersepsikan, serta estetika; dan kepuasan pelanggan (Y) dengan indikator pemenuhan harapan pembeli, keadaan atau kemauan memakai ulang, dan menyarankan terhadap orang lain. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kantor pos KC Garut yang pernah menggunakan aplikasi Pos Aja, dengan teknik pengambilan sampel dilakukan melalui metode nonprobability sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows versi 23. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Aplikasi Pos Aja di kota Garut sebesar 18,4%. Hal ini menandakan bahwa pengaruh kualitas produk tidak terlalu besar dan masih ada pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini di KC. Garut 44100.

### I. PENDAHULUAN

Gaya hidup modernisasi ini berpengaruh terhadap sistem jual beli, dan dampaknya muncullah banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Tiap perusahaan menawarkan layanannya dengan keunggulannya masing-masing. Dengan demikian, muncul juga persaingan di antara perusahaan-perusahaan itu. Mulai dari harga atau ongkos kirim, layanan pengiriman yang berkualitas, hingga jaringan

distribusi tiap perusahaan ekspedisi yang berbeda. Dari banyaknya perusahaan yang bergerak di bidang jasa kurir, PT Pos Indonesia menjadi satu-satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa pengiriman. Sejarah mencatat bahwa PT Pos Indonesia sudah ada sejak 1746. Bukan hal yang mudah hingga PT Pos Indonesia masih bisa berkarya hingga saat ini, diperlukan inovasi dan adaptasi seiring berkembangnya zaman. Dengan

memanfaatkan kemajuan teknologi, PT Pos menawarkan sebuah layanan baru pada tahun 2021 yaitu layanan digital courier PosAja.

## II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini konsumen kantor pos KC Garut yang pernah menggunakan aplikasi PosAja, untuk teknik pengambilan sampel yang dilakukan melalui metode nonprobability sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linear berganda. Alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for Windows versi 23.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif Menurut Sugiyono adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Penelitian yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dengan tujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang tersedia di rumusan masalah. Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Peneliti menggunakan uji ranking untuk menjelaskan poin 1 dan 2 pada rumusan masalah dan penguji juga melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala semantic Differensial. Semantic Differensial mempunyai rentang jawaban dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif sebagai berikut:

**Tabel 1.** Alternatif Jawaban Skala Seimantic Differensial

Tanggapan Positif	Skala	Tanggapan Negatif
Sangat Positif	5 4 3 2 1	Sangat Neigatif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang dibuat secara deskriptif. Adapun analisis deskriptif yang digunakan adalah dengan mengolah data yang dihasilkan dalam bentuk data interval, sementara itu untuk metode analisis deskriptif yang digunakan adalah dengan uji ranking dan tabulasi frekuensi. Metode uji ranking ini dibuat untuk mengurutkan hasil nilai yang tertinggi sampai pada nilai yang terendah. Untuk mengetahui kategori rata-rata yang dikategorikan pada rentang skor menggunakan perhitungan seperti di bawah ini:

$$\text{Nilai Jenjang Interval} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Penjelasan:

Nilai tertinggi: 5

Nilai terendah: 1

$$\text{Jarak Interval: } \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka sesudah mendapatkan jarak interval yang telah dihitung diatas, mendapatkan rentang kategori skala yaitu sebagai beirikut:

**Tabel 2.** Kategori Skala Inteirval

Interval	Kategori
1,00-1,80	Sangat Neigatif
1,81-2,60	Neigatif
2,61-3,40	Neutral
3,41-4,20	Positif
4,21-5,00	Sangat Positif

### 2. Analisis Asosiatif

Analisis data asosiatif merupakan alat statistik yang digunakan untuk menguji rumusan masalah asosiatif atau hubungan variabel. Analisis ini digunakan untuk membahas data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka. Dalam penelitian ini, analisis asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel X terhadap Y. Analisis Asosiatif pada penelitian ini menggunakan Skala pengukuran Interval dan alat statistika penyelesaiannya menggunakan Regresi linear sederhana.

### 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2019) Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Penulis menggunakan teknik analisis data regresi linear sederhana untuk menganalisis hipotesis asosiatif pada penelitian ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah nomor 3. Penggunaan analisis regresi linear sederhana karena untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Pos Aja, dan diukur dengan persamaan umum sebagai berikut:  
 $Y = a + bX$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X) Pada bagian ini penulis menjelaskan tentang analisis deskriptif yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel Kualitas Produk, sekaligus menjawab pertanyaan yang ada di rumusan masalah nomor 1, yaitu "Bagaimana gambaran Kualitas Aplikasi Pos Aja di kota Garut".

**Tabel 3.** Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk

No	Dimenst	Skor	Rata Skor
1	Fitur	1247	4,03
2	Kinerja	1306	4,22
3	Kesesuaian Kinerja Dengan Spesifikasi	.842	4,11
4	Ketahanan	444	1,09
5	Reability (Keandalan)	821	3,983
6	Kemudahan Service	1729	4,192
7	Perceived Quality (citra atau reputas1)	1241	401
8	Esthetics	1356	4,413
	Total	8986	30,048
	Rata-rata		3,756

Berdasarkan tabel diatas hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel kualitas produk dapat diketahui bahwa nilai indikator tertinggi adalah esthetics disusul oleh kinerja dan yang paling rendah adalah ketahanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam Aplikasi

Pos Aja memiliki keindahan yang disukai konsumen dengan didukung dengan kinerja aplikasi akan tetapi masih ada kekurangan pada ketahanan aplikasi dalam menghadapi beberapa masalah seperti bug (kegagalan/gangguan) dan verifikasi akun yang berulang-ulang.

Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen (variabel Y) Menurut Amir dalam (Diawati et al., 2020) Kepuasan konsumen adalah tingkat di mana pelanggan merasa (perceived) bahwa manfaat dari sebuah produk sesuai dengan harapan mereka. Pada bagian ini penulis menjelaskan tentang analisis deskriptif yang diperoleh dari tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel Kepuasan Konsumen, sekaligus menjawab pertanyaan yang ada di rumusan masalah nomor 2, yaitu "Bagaimana gambaran kepuasan konsumen Aplikasi Pos Aja di kota Garut?"

**Tabel 4.** Indikator Kepuasan Konsumen

No	Dimenst	Skor	Rata Skor
1	Pemenuhan Harapan	1296	4.21
2	Keadaan Atau Keinginan Menggunakan Kembali	1289	4.16
3	Menyarankan Terhadap Orang Lain	1348	4.36
	Total	3.933	12.73
	Rata-rata		4.24

#### 2. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut (Sugiyono, 2019) Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Regresi linier sederhana digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis menggunakan teknik analisis data regresi linier sederhana untuk menganalisis hipotesis asosiatif pada penelitian ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah nomor 3. Penggunaan analisis regresi linier sederhana karena untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Aplikasi Pos Aja, dan diukur dengan persamaan umum sebagai berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.		
	Unstandardized Coefficients					
	B	Std. Error				
1	(Constant)	20.864	3.583	5.822	.000	
	TOTAL_KP	.194	.041	.429	4.770	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_KP

Sumber: Hasil IBM SPSS Statistic26 2023

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20,864 + 0,429X$$

Berdasarkan persamaan di atas dapat diketahui bahwa nilai a sebagai konstanta adalah (20,864). Hal ini bermakna jika kondisi kualitas produk berada pada nilai 0. Maka nilai kepuasan konsumen pada aplikasi Pos Aja berada pada nilai 20,864%. Pada koefisien nilai Kualitas produk (X) memiliki nilai (0,429). Nilai koefisien Brand Image berada pada kondisi positif, artinya jika terdapat peningkatan kualitas produk menjadi lebih baik dari Aplikasi Pos Aja 1%, maka akan menyebabkan peningkatan juga pada kepuasan konsumen (Y) dari para konsumen tersebut sebesar 0,429. Sehingga dapat disimpulkan pada setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1% mengakibatkan peningkatan sebesar 0,429 pada kepuasan konsumen dan berlaku sebaliknya.

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi Menurut (Sugiyono, 2019), bahwa determinasi adalah kemampuan variabel X mempengaruhi Y. Makin tinggi koefisien determinasi maka semakin bagus kemampuan X menerangkan Y:

**Tabel 6.** Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.429 <sup>a</sup>	.184	.176	2.61495

a. Predictors: (Constant), TOTOAL\_KP  
b. Dependent Variable: TOTAL\_KP

Berdasarkan output yang diberikan, diperoleh nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,184. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Aplikasi Pos Aja. Untuk menghitungnya, digunakan rumus berikut:

$$\text{Koefisien Determinasi (KD)} = r^2 \times 100\%$$

$$\text{KD} = 0,184 \times 100\%$$

$$\text{KD} = 18,4\%$$

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 18,4% terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang. Sisanya, yaitu sebesar 81,6%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti harga, servqual, promosi, dan citra merek. Ini berarti

bahwa sebagian besar pengaruh terhadap kepuasan konsumen berasal dari faktor eksternal selain kualitas produk.

## IV. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Kesimpulan Hasil pembahasan dari penelitian berjudul "Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Aplikasi Pos Aja di Kota Garut" yaitu:

1. Gambaran kualitas produk Aplikasi Pos Aja di Kota Garut baik pada indikator fitur, kinerja, kesesuaian kinerja dengan spesifikasi, reliability (keandalan), kemudahan service, perceived quality, dan esthetics tetapi pada indikator ketahanan masih kurang baik.
2. Gambaran kepuasan konsumen Aplikasi Pos Aja di Kota Garut rata-rata mendapat respon yang baik dari warga Garut yang pernah menggunakan Aplikasi Pos Aja.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Aplikasi Pos Aja di Kota Garut walaupun hanya 18,4% dan sisanya dipengaruhi dari variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis ingin memberikan saran yang relevan terkait Kepuasan Konsumen Aplikasi Pos Aja. Berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan oleh penulis:

1. PT Pos Indonesia harus memerhatikan lagi ketahanan Aplikasi Pos Aja dengan melakukan quality control terutama pada bug yang sering terjadi seperti keluar aplikasi dengan tidak sengaja, serta sering terjadi verifikasi ulang akun yang mengakibatkan terlalu lama akses penggunaan aplikasi.
2. PT Pos Indonesia harus segera memperbaiki ketahanan Aplikasi Pos Aja guna meningkatkan kepuasan konsumen dengan memperkerjakan staf ahli dalam perbaikan Aplikasi Pos Aja.
3. PT Pos Indonesia tentunya harus menyiapkan sistem yang paten sebelum melakukan peluncuran aplikasi dengan memastikan mitra yang siap ikut andil dalam menjalankan sistem dari mulai pencarian mitra, pemantapan sistem aplikasi, sumber daya yang diperlukan dalam menjalankan aplikasi, hingga penetapan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Adnan. (2018). Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 7(2).
- Amanah, D. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Asia Teknik Kreasindo. *Paper Knowledge: Toward a Media History of Documents*, 2(1), 71–81. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/HNGVJ>
- Anggraeni, A. D., Diawati, P., Indonesia, P. P., & Mahasiswa, K. (2016). ISSN: 0216-2539 Rekapitulasi Jumlah Mahasiswa Politeknik Pos Indonesia (POLTEKPOS). 11(2), 44–50.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Dharmayanti, D., & Juventino, A. K. (2020). Analisis Pengaruh Content Marketing terhadap Customer Loyalty dengan Customer Engagement dan Brand Trust sebagai Variabel Intervening pada E-Commerce Zalora Indonesia di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).
- Diawati, P., Sugesti, H., & Risma, D. (2020). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(2), 1–11. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/romark/article/view/1141>
- Evi, & Ari. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe KO.WE.COK di Solo. 6(1), 1–14.
- Fiza Anisa, H. P. (2021). Pengaruh Desain, Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Yamaha N-Max (Studi kasus pada masyarakat Kecamatan Tanjung Tiram Kabupaten Batu Bara). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis*, 8(2), 179.
- Friyadi. (2020). Bab II Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 2.1, 30–80.
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Putu, G., Ahmad, D., Kerti, N., Chandrayanti, T., Voettie, Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *Manajemen Pemasaran* (Hartini (ed.)).
- Istiqamah, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening. *Molecules*, 2(1), 1–12. [http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1introductionrehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%](http://clik.dva.gov.au/rehabilitation-library/1introductionrehabilitation%0Ahttp://www.scirp.org/journal/doi.aspx?DOI=10.4236/as.2017.81005%0A)