

## Pengaruh Kualitas Informasi Aplikasi Tracking JNE terhadap Kepuasan Konsumen

The Effect of Information Quality of Bandung JNE Tracking Application to Customer Satisfaction

<sup>1</sup>Rima Restiani, <sup>2</sup>Anne Maryani

<sup>1,2</sup> Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,  
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116  
email: <sup>1</sup>rimarestiani94@gmail.com

**Abstract.** The title of this study is “The Effect of Information Quality of Bandung JNE Tracking Application to Customer Satisfaction (A Quantitative Study on the Effect of Quality Information of Bandung JNE Tracking Application to Customer Satisfaction). This study is motivated by JNE tracking application that facilitate the delivery of goods. The purpose of this study is to determine the effect of information quality of JNE Bandung tracking application to customer satisfaction. This study used media dependency theory developed by Sandra Ball Rokeach and Melvin L. DeFleur this theory states that individual’s belief in the media is growing when informational needs of individual on certain things cannot be met through direct experience. The methods, quantitative research methods. The data collection technique used is questionnaire and literature study. The researcher used random sampling technique. The sample used is 98 people. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. Validity test used by the researcher is Spearman rank correlation and reliability used to test the reliability of measuring instruments in this study using Cronbach alpha method. The results of this study show that there is positive and significant correlation between the information quality in the wider community that will also increase customer satisfaction or JNE tracking application users.

**Keywords:** Tracking Application, Information Quality, Customer Satisfaction.

**Abstrak.** Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi Aplikasi Tracking JNE Bandung terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin mudahnya menggunakan aplikasi tracking JNE. Sehingga mempermudah dalam melakukan pengiriman barang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas informasi aplikasi tracking JNE Bandung terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan teori depedensi media yang dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. DeFleur dimana teori ini menyebutkan bahwa kepercayaan individu pada media berkembang, saat kebutuhan informasional seseorang pada hal tertentu tidak dapat dijumpai melalui pengalaman langsung. Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan untuk teknik pengumpulan data penulis menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan *sampel random sampling*. Sampel yang digunakan adalah 98 orang. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Uji validitas yang digunakan peneliti yaitu menggunakan korelasi *spearman rank* dan reliabilitas yang digunakan untuk menguji keandalan alat ukur dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *cronbach alpha*. Hasil penelitian yaitu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas informasi di dalam masyarakat luas juga akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna aplikasi tracking JNE.

**Kata Kunci:** Aplikasi Tracking, Kualitas Informasi, Kepuasan Konsumen.

### A. Pendahuluan

JNE merupakan salah satu perusahaan di bidang jasa pengiriman barang dan logistik domestik terbesar di Indonesia yang tidak hanya bergerak dalam pengiriman dalam negeri saja, akan tetapi juga pengiriman internasional (Wikipedia, bahasa Indonesia). PT JNE didirikan oleh seorang bernama Soeprpto Suparno pada tahun 1990 silam, tepatnya pada tanggal 26 November.

JNE meluncurkan aplikasi mobile berbasis Android bernama JNE *Express Across Natio*s yang merupakan layanan penelusuran pengiriman (Tracking) terhadap

barang-barang yang dikirim lewat JNE. Masalah pengiriman barang ini merupakan salah satu yang membutuhkan ketepatan dan keakuratan, melesat dari target maka pelanggan pun pasti akan marah ataupun kecewa. Terdapat banyak aplikasi android yang dibuat resmi oleh penyedia jasa pengiriman tersebut ataupun dibuat oleh pengembang pihak ketiga. Selain itu tersedia pula layanan tracking secara online melalui web yang dibuat oleh pihak ketiga dan bukan oleh penyedia layanan itu sendiri.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut : “Apakah terdapat pengaruh kualitas informasi aplikasi tracking JNE Bandung terhadap kepuasan konsumen?” Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui Dimensi waktu (*Time Dimension*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2. Untuk mengetahui Dimensi isi (*Content Dimension*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
3. Untuk mengetahui Dimensi bentuk (*Form Dimension*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

## B. Landasan Teori

Kualitas informasi menentukan apakah suatu informasi berguna atau tidak. Informasi dapat berguna jika kualitasnya baik buruknya kualitas informasi dipengaruhi oleh tiga penentu, yaitu:

1. isi informasi
2. waktu penyajian
3. bentuk penyajian

Ketiga penentu tersebut dapat dikendalikan oleh manajemen sehingga manajemen harus menjaga agar penentu (variabel) dapat meningkatkan kualitas informasi.

1. Isi Informasi
  - a. Akurasi (*Accuracy*), yaitu ketepatan informasi dengan objek yang diwakilinya.
  - b. Relevansi (*Relevance*), yaitu kesesuaian antara informasi dengan masalah yang akan dipecahkan berdasarkan informasi tersebut.
  - c. Kelengkapan (*Completeness*). Yaitu cukup tidaknya informasi yang digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat keputusan.
  - d. Ringkas (*Conciseness*), yaitu jumlah informasi yang harus disampaikan tanpa berlebihan.
  - e. Lingkup atau Cakupan (*Scope*) yaitu informasi yang disampaikan harus dapat meliputi semua objek yang harus disampaikan.
  - f. Kinerja Informasi (*Performace*) yaitu seberapa sering informasi dapat berguna bagi pembuat keputusan.
2. Waktu Penyajian
  - a. Ketetapan Waktu (*Timeliness*), yaitu informasi disampaikan saat informasi tersebut diperlukan dalam pengambilan keputusan. Biasanya saat paling baik adalah akan dilakukan analisis.
  - b. Keterkinian (*Currency*) informasi, adalah informasi harus benar-benar mencerminkan keadaan paling baru.
  - c. Fekuensi (*Frequency*), adalah penyampaian informasi harus sesuai dengan frekuensi pengambilan keputusan oleh manajemen. Bila informasi terlalu sering

disampaikan, juga belum tentu baik bagi manajemen, karena hanya akan menyebabkan biasnya informasi.

d. Cakupan Waktu (*Time Period*), adalah harus sesuai dengan informasi yang diperlukan. Untuk pembuatan keputusan strategis, informasi yang diperlukan adalah informasi jangka panjang.

### 3. Bentuk Penyajian

a. Kejelasan (*Clarity*), adalah seberapa jelas dan seberapa tajam informasi dapat dipahami pembaca.

b. Rincian (*Detail*) laporan, adalah laporan harus dapat ditampilkan atau dapat disediakan bila diperlukan oleh pembacanya.

c. Urutan (*Order*) penyajian informasi, adalah penyajian informasi harus memperhatikan urutan informasi yang disajikan sehingga dapat mempermudah pembaca informasi.

d. Cara Penyajian (*Presentasion*), adalah penyajian informasi harus melihat kecocokan informasi dengan cara penyajiannya.

e. Sarana (Media) pelaporan yang tepat.

Ketiga penentu tersebut dapat dikendalikan oleh manajemen sehingga manajemen harus menjaga agar penentu (variabel) tersebut dapat meningkatkan kualitas informasi. (O'Brien & Marakas, 2014)

Kepuasan konsumen menjadi salah satu tujuan utama perusahaan. Untuk menciptakan, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, para praktisi bisnis tidak segan-segan mengeluarkan biaya yang cukup tinggi. Hasil riset kepuasan konsumen pada umumnya diimplementasikan untuk perbaikan secara maksimal terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. (Umar, 2005:65).

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Kualitas informasi pada aspek dimensi waktu (X1) ,memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0.035. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi waktu-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, pengaruh tersebut telah dilakukan oleh para karyawan JNE untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Di samping itu, perlu memperhatikan lebih lanjut tentang beberapa aspek dari dimensi waktu tersebut seperti ketepatan waktu penyampaian barang konsumen, ketepatan waktu penyampaian informasi terkini, dan kesesuaian waktu dalam pengambilan keputusan oleh manajemen.
2. Kualitas infromasi pada aspek dimensi isi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi isi-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, pengaruh tersebut telah dilakukan oleh para karyawan JNE untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Di samping itu, perlu memperhatikan lebih lanjut tentang beberapa aspek dari dimensi isi tersebut seperti ketepatan dan kesesuaian informasi yang disampaikan, juga kelengkapan informasi.
3. Kualitas informasi pada aspek dimensi bentuk (X3) memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi bentuk-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, pengaruh tersebut telah dilakukan oleh management JNE untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Di samping itu, perlu memperhatikan lebih lanjut tentang beberapa aspek dari dimensi bentuk tersebut seperti kejelasan informasi, urutan informasi dan cara penyajian informasi.

4. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan. Dengan kata lain, pengaruh tersebut telah dilakukan oleh management JNE untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Jika ketiga aspek kualitas informasi tersebut dapat direalisasikan dengan baik maka akan semakin banyak konsumen aplikasi tracking JNE yang semakin puas dengan pelayanannya. Seperti halnya teori yang mengangakat bahwa semakin besar kualitas informasi yang disampaikan kepada konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin meningkat, bahkan akan semakin meningkat pula kemajuan perusahaan tersebut untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Informasi pada aspek dimensi waktu (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi waktu-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan.
2. Kualitas informasi pada aspek dimensi isi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi isi-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan.
3. Kualitas informasi pada aspek dimensi bentuk (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil penelitian yang dilakukan terbukti bahwa, dimensi bentuk-kualitas informasi terhadap kepuasan konsumen aplikasi tracking JNE, memiliki pengaruh yang signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tiap aspek yang disimpulkan tersebut, dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas informasi dengan kepuasan konsumen. Artinya semakin tinggi kualitas informasi di dalam masyarakat luas juga akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna Aplikasi Tracking JNE.

#### **E. Saran**

Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis memberikan saran membangun kepada perusahaan Aplikasi Tracking JNE dengan harapan bisa menjadi acuan keputusan management untuk mengelola kualitas informasi yang baik agar bisa memenuhi kepuasan konsumen.

1. Gender. Sebagian besar konsumen Aplikasi Tracking JNE dari hasil penelitian adalah perempuan. Dengan Fenomena tersebut dapat menjadi acuan bagi management JNE untuk membuat hal-hal yang lebih menarik seperti diadakan discount pada satu waktu ataupun inovasi lain yang dapat menarik hati

konsumen untuk menggunakan aplikasi tracking JNE dengan sasaran utama perempuan.

2. Pekerjaan. Sebagian besar konsumen Aplikasi Tracking JNE dari hasil penelitian adalah mahasiswa. Dengan fenomena tersebut dapat menjadi acuan management JNE untuk semakin kreatif membuat beberapa inovasi agar semakin banyak konsumen yang menggunakan aplikasi tracking JNE dengan sasaran utama Mahasiswa.

### Daftar Pustaka

O'Brien & Marakas. 2014. Sistem Informasi Manajemen: Management Information System. Jakarta: Salemba Empat.

Saladin, Djaslim. 2013. Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik. Bandung: Agung Ilmu.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung. ALFABETA cv.

Internet :

[Altutorial.net/review-aplikasi-jne-untuk-android/](http://Altutorial.net/review-aplikasi-jne-untuk-android/). 27 maret 2016, 21:05.