



ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN SISTEM INFORMASI PADA WEBSITE RLOG EXPRESS MENGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TAM

Abbil Maulana^{1*}, Muhammad Hilman Fakriza²

^{1,2} Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail: abbilmaulana16@gmail.com

ABSTRACT

The RLog Express website provides shipment tracking and shipping cost calculation features for international parcel services. This study analyzes customer evaluations of the website and examines the effects of perceived usefulness, perceived ease of use, and attitude toward using on behavioral intention. Customer satisfaction is discussed through technology acceptance responses rather than as a separate construct. A quantitative approach and purposive sampling were applied. Sixty-four responses were collected; seven responses were excluded because the respondents had never used the website, leaving 57 valid responses. The instrument consisted of 18 Likert-scale statements, and the data were processed using IBM SPSS Statistics. All items were valid because their correlation coefficients exceeded the critical value of 0.261. Cronbach's Alpha values ranged from 0.782 to 0.891, indicating reliable constructs. Mean scores were 4.214 for perceived usefulness, 4.284 for perceived ease of use, 4.307 for attitude toward using, and 4.320 for behavioral intention. The regression model was statistically significant, with an F-value of 23.729 and $p < 0.001$. The R Square value of 0.573 indicates that 57.3% of the variation in behavioral intention was explained by the three predictors. Partially, perceived usefulness did not have a significant effect on behavioral intention ($p = 0.703$), while perceived ease of use ($p = 0.046$) and attitude toward using ($p < 0.001$) had positive and significant effects. The findings indicate that ease of use and positive customer attitudes should be maintained, while usefulness should be strengthened through more current shipment information, clearer estimated arrival times, and status notifications.

Keywords: RLog Express website, customer satisfaction, Technology Acceptance Model, behavioral intention, IBM SPSS Statistics

ABSTRAK

Website RLog Express menyediakan fitur pelacakan resi dan pengecekan ongkos kirim untuk mendukung layanan pengiriman paket internasional. Penelitian ini bertujuan menganalisis penilaian pelanggan terhadap website serta menguji pengaruh

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism Checker No
237.u873247.fh8374

Copyright : Author
Publish by : Kohesi



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, dan sikap penggunaan terhadap minat penggunaan. Kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dibahas melalui respons penerimaan teknologi pada konstruk *Technology Acceptance Model*, bukan sebagai variabel terpisah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Sebanyak 64 tanggapan diterima, tujuh tanggapan dikeluarkan karena responden belum pernah menggunakan *website*, sehingga 57 tanggapan dianalisis. Instrumen terdiri atas 18 pernyataan berskala Likert dan pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics. Seluruh butir dinyatakan valid karena nilai korelasi melebihi r tabel 0,261. Nilai *Cronbach's Alpha* berkisar antara 0,782 sampai 0,891 sehingga seluruh variabel reliabel. Nilai rata-rata variabel adalah 4,214 untuk persepsi kemanfaatan, 4,284 untuk persepsi kemudahan penggunaan, 4,307 untuk sikap penggunaan, dan 4,320 untuk minat penggunaan. Model regresi dinyatakan layak dengan F hitung 23,729 dan signifikansi kurang dari 0,001. Nilai *R Square* sebesar 0,573 menunjukkan bahwa 57,3% variasi minat penggunaan dijelaskan oleh ketiga variabel bebas. Secara parsial, persepsi kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan (Sig. 0,703), sedangkan persepsi kemudahan penggunaan (Sig. 0,046) dan sikap penggunaan (Sig. < 0,001) berpengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan sikap positif pelanggan merupakan faktor utama yang perlu dipertahankan, sedangkan kemanfaatan *website* perlu ditingkatkan melalui pembaruan informasi kiriman, estimasi waktu tiba, dan notifikasi status.

Kata Kunci: *Website RLog Express*, kepuasan pelanggan, *Technology Acceptance Model*, minat penggunaan, IBM SPSS Statistics

1. PENDAHULUAN

Belanja daring terus mendorong kebutuhan akan jasa kirim yang sanggup menembus batas negara. Pelanggan ingin paketnya tiba dengan aman dan informasinya bisa dicek kapan pun. Lewat *website*, mereka bisa mencari kabar sendiri tanpa menunggu balasan petugas. Cara mandiri seperti ini menghemat waktu saat mereka ingin melihat tarif atau letak paket. Maheswari dan Siregar menjelaskan bahwa mutu layanan pada platform perdagangan elektronik berkaitan erat dengan cara pengguna menilai sistemnya (Maheswari & Siregar, 2021). Hal itu terasa dekat dengan *RLog Express* karena orang biasanya mencari informasi dasar dulu lewat *website* sebelum memutuskan memakai jasa kirim.

Kiriman internasional membawa informasi yang jauh lebih beragam daripada kiriman dalam negeri. Pelanggan harus menimbang negara tujuan, berat paket, jenis layanan, biaya, estimasi waktu, dan perkembangan status. Kalau satu saja informasi terlihat buram, keraguan bisa muncul sebelum transaksi dimulai. *RLog Express* menyediakan pelacakan resi plus pengecekan ongkos kirim yang terhubung dengan layanan Aramex. Fitur pelacakan menampilkan riwayat perjalanan paket, sedangkan fitur ongkos kirim memberi gambaran biaya dari data yang dimasukkan



pelanggan. Zheng dan rekan menunjukkan bahwa pengalaman di platform logistik ikut dipengaruhi kemudahan sistem, kebiasaan penggunaan, dan mutu pengalaman digital (Zheng et al., 2022).

Technology Acceptance Model TAM dipakai untuk membaca penilaian pelanggan lewat empat konstruk utama. Persepsi kemanfaatan menggambarkan manfaat yang benar benar terasa ketika fitur membantu urusan pelanggan. Persepsi kemudahan penggunaan mengukur seberapa ringan pelanggan memahami dan memakai fitur. Sikap penggunaan menunjukkan rasa suka atau nyaman saat memakai sistem, sedangkan minat penggunaan menunjukkan kecenderungan memakai lagi atau merekomendasikannya kepada orang lain. Model ini sudah banyak dipakai untuk mengkaji penerimaan sistem informasi dan layanan digital. Sandi dan rekan menemukan bahwa kemanfaatan serta kemudahan penggunaan berkaitan dengan sikap penggunaan pada sistem informasi (Sandi et al., 2021).

Kepuasan pelanggan di penelitian ini tidak berdiri sebagai variabel statistik sendiri. Kepuasan dibaca dari penilaian positif pelanggan terhadap kemanfaatan, kemudahan, sikap, dan keinginan memakai kembali website. Cara ini menjaga judul dan analisis agar tidak terkesan menguji konstruk kepuasan yang berbeda. Objek kajian dibatasi pada area publik website, terutama fitur lacak resi dan cek ongkir. Penelitian ingin memotret penilaian pelanggan sekaligus menguji pengaruh tiga variabel bebas terhadap minat penggunaan. Hasilnya diharapkan menjadi bahan evaluasi yang dekat dengan pengalaman nyata pengguna sehari hari.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertumpu pada pendekatan kuantitatif dengan data utama dari kuesioner pelanggan RLog Express. Data pendukung datang dari observasi website, wawancara dengan pemilik perusahaan, dan studi pustaka. Populasinya mencakup semua pelanggan yang pernah memakai fitur publik website. Sampel dipilih dengan *purposive sampling* karena responden harus punya pengalaman langsung memakai pelacakan resi atau pengecekan ongkos kirim. Kuesioner daring disebar pada 9 sampai 27 Juli 2026. Dari 64 respons awal, tujuh disisihkan karena responden belum pernah memakai website, jadi analisis berjalan pada 57 respons sah.

Instrumen berisi 18 pernyataan dengan skala Likert lima tingkat. Butirnya mengukur lima indikator kemanfaatan, lima indikator kemudahan penggunaan, empat indikator sikap, dan empat indikator minat. Data diolah dengan IBM SPSS Statistics lewat statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas Glejser, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t. Ghazali menjelaskan bahwa rangkaian uji itu membantu menilai mutu instrumen sekaligus hubungan antarvariabel (Ghozali, 2021). Minat penggunaan menjadi variabel terikat. Tiga variabel lainnya berperan sebagai variabel bebas.



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Area publik *website* RLog Express memuat informasi perusahaan, ragam layanan, tata cara pengiriman, *frequently asked questions*, pelacakan resi, plus pengecekan ongkos kirim. Penelitian menyorot dua fitur terakhir karena keduanya dipakai pelanggan secara langsung. Data operasional mencatat 2.287 pengiriman, dengan 1.694 kiriman masih dalam perjalanan dan 593 kiriman berstatus terkirim. Total tonase yang terekam mencapai 13.339,6 kilogram. Angka itu hanya memberi latar konteks dan tidak dipakai dalam uji hipotesis. Penilaian statistik tetap bertumpu pada jawaban 57 pelanggan yang memenuhi kriteria.

Responden terdiri atas 42 laki laki plus 15 perempuan. Kelompok usia 20 sampai 30 tahun mendominasi dengan 42 orang. Sebanyak 20 responden memakai *website* satu sampai dua kali, 19 responden tiga sampai lima kali, dan 18 responden lebih dari lima kali. Fitur pelacakan resi dipakai 47 responden atau 82,5 persen. Fitur cek ongkir dipakai 38 responden atau 66,7 persen. Jumlah persentase itu bisa melewati seratus karena responden boleh memilih lebih dari satu fitur.

Nilai rata rata kemanfaatan berhenti di angka 4,214. Kemudahan penggunaan mendapat 4,284 dan sikap penggunaan 4,307. Minat penggunaan menjadi yang tertinggi dengan 4,320. Semua nilai jatuh pada kategori sangat tinggi. Pada kemanfaatan, butir tentang kecepatan mengetahui status kiriman unggul dengan 4,351. Butir tentang peningkatan efisiensi proses pengiriman paling rendah di 4,053, jadi bagian ini tampak masih perlu digarap.

Seluruh 18 butir kuesioner lolos uji validitas karena korelasinya melewati r tabel 0,261. Reliabilitasnya juga memenuhi batas penerimaan. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk kemanfaatan 0,891 dan kemudahan penggunaan 0,877. Sikap penggunaan mencatat 0,829, sedangkan minat penggunaan 0,782. Angka itu menunjukkan konsistensi internal instrumen sudah cukup baik. Uji asumsi juga memberi lampu hijau karena model memenuhi normalitas, bebas multikolinearitas, dan tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

Model regresi menghasilkan nilai R 0,757 dan R Square 0,573. Artinya, tiga variabel bebas bersama sama menjelaskan 57,3 persen variasi minat penggunaan. Sisanya, 42,7 persen, dijelaskan faktor lain di luar model. Uji F menghasilkan 23,729 dengan signifikansi di bawah 0,001. Model layak dipakai dan ketiga variabel berpengaruh bersama sama terhadap minat penggunaan. Faktor yang terlewat mungkin berupa kepercayaan terhadap perusahaan, ketepatan pembaruan data, risiko pengiriman, harga, dan pengalaman layanan. Bayangkan pelanggan yang kesal karena status paket tak kunjung berubah, tentu ia mudah pindah ke jasa lain.

Secara parsial, kemanfaatan punya koefisien 0,032 dengan signifikansi 0,703. Hipotesis pertama tidak didukung karena nilainya melewati batas 0,05. Bukan berarti pelanggan menganggap fitur *website* tak berguna. Rata rata kemanfaatan tetap sangat tinggi. Temuan ini lebih tepat dibaca sebagai sumbangan unik kemanfaatan yang lemah ketika kemudahan dan sikap penggunaan ikut dihitung dalam model yang sama. Mungkin saja penyebabnya sederhana. Lacak resi dan cek ongkir bersifat situasional dan baru dibuka saat kebutuhan kirim datang.



Kemudahan penggunaan punya koefisien 0,182 dengan signifikansi 0,046, jadi hipotesis kedua diterima. Tampilan yang mudah dipahami, menu yang jelas, dan kemampuan memakai fitur tanpa bantuan tampak mendorong niat kembali. Nilai tertinggi konstruk ini ada pada kejelasan menu dan navigasi, yaitu 4,351. Arah temuan ini sejalan dengan Sandi dan rekan (Sandi et al., 2021) serta Puspitasari dan rekan (Puspitasari et al., 2022) yang juga menemukan peran kemudahan. Untuk RLog Express, alur sederhana pada dua fitur publik itu layak dijaga saat pembaruan dilakukan. Jangan sampai halaman yang sudah enak dipakai malah jadi membingungkan.

Sikap penggunaan memberi pengaruh terbesar dengan koefisien 0,548 dan signifikansi di bawah 0,001, jadi hipotesis ketiga diterima. Pelanggan yang merasa nyaman dan menilai pemakaian sistem sebagai pilihan baik cenderung ingin kembali. Hasil ini sejalan dengan Bramantyo dan Utami yang menempatkan sikap pada posisi penting (Bramantyo & Utami, 2022). Sikap positif bisa tumbuh saat pelanggan menerima informasi jelas pada momen yang tepat. Kadang rasa ringan saat membuka halaman lacak resi itulah yang diam diam menumbuhkan minat berulang. Hubungan seperti ini layak dirawat lewat pengalaman pemakaian yang konsisten dari hari ke hari.

Perbaikan *website* sebaiknya menyentuh hal yang membuat manfaat terasa nyata. Informasi status kiriman perlu diperbarui lebih cepat dengan bahasa yang mudah dicerna. Estimasi waktu tiba pantas ditampilkan lebih jelas supaya pelanggan tidak hanya membaca status pendek. Notifikasi perubahan status juga patut dipertimbangkan bila memungkinkan secara teknis. Langkah ini tidak otomatis menaikkan minat penggunaan. Meski begitu, perbaikan tersebut menjawab butir terendah soal efisiensi. Perbaikan itu juga memperkuat alasan pelanggan memakai fitur secara mandiri.

4. KESIMPULAN

Pelanggan memberi penilaian sangat tinggi pada kemanfaatan, kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, dan minat penggunaan *website* RLog Express. Instrumen terbukti valid dan reliabel sehingga hasil regresi layak dijadikan pijakan pembahasan. Ketiga variabel bebas berpengaruh nyata secara bersama sama terhadap minat penggunaan dengan F sebesar 23,729. Model menjelaskan 57,3 persen variasi minat penggunaan pelanggan. Secara parsial, kemudahan dan sikap penggunaan berpengaruh positif dan nyata. Kemanfaatan tidak menunjukkan pengaruh parsial yang berarti meski rata ratanya tinggi.

RLog Express perlu merawat navigasi yang jelas dan pengalaman pemakaian yang nyaman. Perusahaan juga disarankan meningkatkan kemanfaatan fitur lewat pembaruan status yang lebih cepat, estimasi tiba yang jelas, dan notifikasi kiriman. Penelitian ini terbatas pada 57 responden pemakai area publik *website*. Temuannya belum pantas digeneralisasi ke seluruh pelanggan atau area internal sistem. Penelitian berikutnya bisa memakai responden lebih banyak dan memasukkan kepercayaan, kualitas informasi, harga, risiko kirim, dan kualitas layanan. Pengujian hubungan tidak langsung juga bisa dicoba agar peran sikap penggunaan terlihat lebih rinci. Kalau Anda tertarik melanjutkan topik ini, mungkin itu titik awal yang menarik.



DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y., & Bachtiar, Y. 2024. Analisis penerimaan pengguna aplikasi Kipin School menggunakan metode *Technology Acceptance Model TAM*. *Jurnal Indonesia Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5 nomor 3, 2827 sampai 2839. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i3.1013>
- Bramantyo, P. D., & Utami, C. W. 2022. *Technology Acceptance Model TAM* factors and social factors analysis through attitude towards use on intention to purchase of Kisah Kita Ngopi Online Caf. *Review of Management and Entrepreneurship*, 6 nomor 1, 73 sampai 96. <https://doi.org/10.37715/rme.v6i1.2456>
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Krisna, D. Y., & Gunawan, S. 2022. *Technology Acceptance Model* untuk mengukur kepuasan pelanggan menggunakan *website Hijab.id*. *Jurnal Informatika dan Komputasi*, 16 nomor 1, 26 sampai 35. <https://doi.org/10.56956/jikii.v16i01.99>
- Maheswari, H., & Siregar, R. K. D. 2021. Penggunaan *Technology Acceptance Model* dalam mengukur kualitas layanan *platform e commerce*. *Journal of Integrated System*, 4 nomor 2, 199 sampai 215. <https://doi.org/10.28932/jis.v4i2.3491>
- Nadia, F., Sudiadi, & Hartati, E. 2021. Analisis pengaruh kepercayaan, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat beli pada aplikasi Tokopedia berbasis *mobile* menggunakan metode *Technology Acceptance Model TAM*. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 2 nomor 1, 126 sampai 136. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v2i1.875>
- Puspitasari, E., Darmansah, D., & Kusumawardani, D. M. 2022. Analisis penerimaan *website* Kelurahan Rejasari menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 6 nomor 2, 1102 sampai 1109. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.3826>
- Sandi, A. S., Soedijono, B., & Nasiri, A. 2021. Pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dengan metode *Technology Acceptance Model TAM*. *IT Journal Research and Development*, 5 nomor 2, 109 sampai 118. [https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5\(2\).5287](https://doi.org/10.25299/itjrd.2021.vol5(2).5287)
- Setiawan, H., Purnama, B., & Suroto. 2023. Analisis tingkat kepuasan penerimaan pengguna terhadap *website pupr.jambiprov.go.id* dengan metode *Technology Acceptance Model TAM*. *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi*, 3 nomor 2, 459 sampai 470. <https://doi.org/10.33998/jms.2023.3.2.839>
- Sugiyono. 2023. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R dan D*. Alfabeta.
- Zheng, Q., Li, C., & Bai, S. 2022. Evaluating couriers experiences of logistics platform. An extension of expectation confirmation model and *Technology Acceptance Model*. *Frontiers in Psychology*, 13, 998482. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.998482>