

Analisis Pengaruh Tingkat Pemahaman Dalam Penggunaan Aplikasi Lion Parcel Terhadap Kepuasan Konsumen

Siwi Widuraningtyas¹ Kartika Fajar Nieamah²

Program Studi Manajemen Transportasi Udara, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan
Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia^{1,2}

Email: siwiwiduraningtyas09@gmail.com¹ kartika.fajar@sttkd.ac.id²

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan pengiriman barang untuk menyediakan aplikasi berbasis *smartphone* untuk memudahkan konsumen mendapat berbagai pelayanan serta informasi melalui aplikasi tersebut. Lion Parcel ialah salah satu perusahaan pengiriman yang menyediakan aplikasi kepada konsumennya. Namun, berlandaskan ulasan dari *Google Play Store* serta penelitian sebelumnya terdapat keluhan dari konsumen mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur aplikasi tersebut yang berpotensi mempengaruhi kepuasan mereka. Penelitian berikut bermaksud untuk mengetahui pengaruh serta seberapa besar presentase pengaruh tingkat pemahaman dalam penggunaan aplikasi Lion Parcel terhadap kepuasan konsumen. Penelitian berikut menerapkan pendekatan kuantitatif serta dilaksanakan kepada para pengguna aplikasi Lion Parcel di wilayah Kota Yogyakarta. Data dari penelitian berikut diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Data yang sudah terkumpul kemudian diolah serta diuji menerapkan analisis regresi linier sederhana, uji t, serta koefisien determinasi dengan program *SPSS*. Temuan penelitian mengindikasikan bahwasanya tingkat pemahaman dalam penggunaan aplikasi Lion Parcel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh tingkat pemahaman dalam penggunaan aplikasi Lion Parcel ialah 76,9% serta 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain ataupun variabel lain.

Kata Kunci: Tingkat Pemahaman, Aplikasi Lion Parcel, Kepuasan Konsumen



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

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, perkembangan teknologi mempunyai dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia logistik dan pengiriman barang. Kegiatan pengiriman barang menjadi sangat mudah dan praktis dibantu oleh adanya teknologi. Layanan pengiriman barang telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia sebab dengan adanya kemajuan teknologi yang cepat, yang membuat akses menjadi mudah untuk menerapkan layanan jasa pengiriman barang melalui jaringan internet (Girsang et al., 2024). Kemajuan teknologi yang cepat menyebabkan perusahaan jasa pengiriman sudah banyak memanfaatkan teknologi dengan membuat sebuah aplikasi yang dapat diakses dengan menggunakan *smartphone* jadi para konsumen pengguna jasa pengiriman barang dapat dengan mudah mendapatkan berbagai informasi melalui aplikasi tersebut. Salah satu perusahaan jasa pengiriman barang yang sudah menyediakan aplikasi kepada konsumennya adalah Lion Parcel (Girsang et al., 2024).

Lion Parcel adalah penyedia layanan pengiriman milik Lion Air Group (Yustin et al., 2021). Perusahaan ini mulai beroperasi pada 14 Februari 2013 dan mempunyai tujuan yang luas karena didukung oleh beberapa maskapai penerbangan yang berada di bawah naungan Lion Air Group. Berdasarkan *website* resmi perusahaan tersebut, Lion Parcel juga didukung lebih dari 7.000 agen, 15.000 kurir pengiriman, dan 3.000 armada, kemudian saat ini jaringan pengiriman dari perusahaan tersebut sudah menjangkau 98% kecamatan di 34 Provinsi di

Indonesia. Berdasarkan *webstite* resmi perusahaan, aplikasi Lion Parcel memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan oleh seluruh konsumen dari Lion Parcel diantaranya fitur *pick up*, drop paket, isi bersama, cek tarif, klaim paket, laporan, dan CS Liona. Fitur-fitur berikut memungkinkan konsumen untuk memantau status pengiriman barang mereka secara *real-time*, mengatur pengiriman dengan cepat dan mudah, termasuk jadwal pengambilan dan pengiriman barang, menyampaikan keluhan secara langsung, serta konsumen dapat melihat biaya ongkos kirim ke alamat tujuan.

Aplikasi Lion Parcel

Aplikasi merupakan sebuah perangkat lunak yang dirancang untuk menjalankan tugas tertentu berdasarkan kebutuhan pengguna (Sandy, 2025). Dalam indsutri logistic, apliaksi berbasis *android* memberikan kemudahan dalam pengelolaan data, pelacakan, dan pencatatan transaksi secara digital (Darma, 2023).



Gambar 1. Aplikasi Lion Parcel

Aplikasi ini dapat mengurangi kesalahan manual, meningkatkan kecepatan dan akurasi proses, serta menyediakan fitur pelacakan barang dan tanda tangan digital yang transparan dan dapat diakses dengan mudah (Sandy, 2025). Di dalam aplikasi tersebut terdapat berbagai fitur untuk memudahkan konsumen dengan berbagai kebutuhan mereka.

1. Fitur *Pick Up*

Fitur tersebut akan memudahkan konsumen untuk meminta layanan pengambilan paket di tempat konsumen berada, yang mana konsumen tidak perlu mengantarkan barang ke kantor agen Lion Parcel (Lion Parcel, 2023).

2. Fitur *Tracking*

Tracking adalah kegiatan untuk memantau keberadaan suatu objek berdasarkan kriteria tertentu. Biasanya tracking digunakan untuk melihat riwayat dari suatu kejadian sehingga dapat diambil keputusan yang tepat (Fathah, 2022). Dalam fitur *tracking* konsumen dapat menggunakan pelacakan paket seperti memantau posisi barang dari awal hingga sampai tujuan. Fitur ini memuat informasi secara detail mulai dari pengambilan paket, proses pengiriman, dan ketika paket tiba di tujuan.

3. Fitur Drop Paket

Fitur drop paket merupakan kebalikan dari "*Pick Up*". Drop paket merupakan konsumen yang ingin mengirim paket langsung mengantarkan paketnya kepadaa agen dan menentukan jadwal pengiriman tanpa perlu menunggu kurir menjemput paketnya (Lion Parcel, 2024). Dengan menggunakan fitur ini maka paket yang akan dikirimkan akan lebih cepat ditangani oleh agen.

4. Fitur Cek Tarif

Fitur cek tarif ini memudahkan konsumen untuk melihat estimasi biaya pengiriman paket yang akan dibebankan kepada konsumen. Biaya yang dibebankan tergantung jenis pengiriman yang dipilih oleh konsumen tersebut. Di dalamnya terdapat beberapa jenis pengiriman, yaitu: *boss pack* (pengiriman prioritas), *jumbo pack* (pengiriman paket jumbo), *reg pack* (pengiriman regular), *jago pack* (pengiriman termurah), *big pack* (pengiriman paket besar), *inter pack* (pengiriman internasional), serta *OT pack* (pengiriman otomotif).

5. Fitur Isi Bersama

Fitur isi bersama merupakan fitur yang dapat digunakan oleh beberapa konsumen, dalam artian konsumen dapat bekerja sama untuk mengisi alamat pengiriman. Pengirim dapat membagikan detail paket kepada penerima melalui fitur ini, kemudian penerima dapat mengisi alamatnya sendiri dengan *link* yang dibagikan pengirim agar alamat dapat lebih tepat dan akurat.

6. Fitur Klaim Paket

Fitur klaim paket berguna untuk mengajukan klaim jika terjadi masalah dengan pengiriman paketnya. Contohnya, keterlambatan dengan ketentuan maksimum 7 hari setelah paket diterima maka dapat dilaporkan, kerusakan dapat dilaporkan maksimum 7 hari setelah paket diterima, atau kehilangan paket dimana jika paket belum diterima setelah melewati estimasi waktu pengiriman, maka konsumen dapat melaporkan kehilangan paket dengan maksimum 30 hari sejak resi tercetak.

7. Fitur Laporan

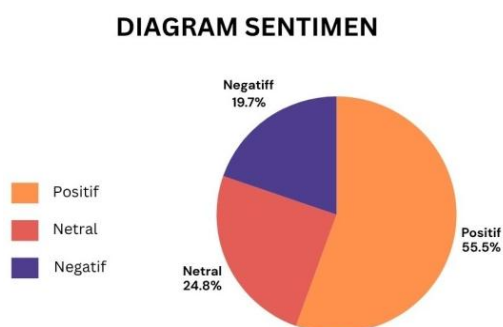
Melalui fitur ini konsumen terutama mitra ataupun agen dapat memantau serta menganalisa kinerja pengiriman paketnya. Semua pengiriman yang dilakukan akan tercatat pada aplikasi Lion Parcel dan dapat dilihat melalui fitur ini.

8. Fitur CS Liona

Fitur ini merupakan asisten virtual untuk meningkatkan pengalaman konsumen. Liona ini dapat membantu konsumen dengan berbagai kebutuhan terkait layanan serta dapat mengajukan pertanyaan ataupun mengungkapkan keluhan konsumen (Lion Parcel, 2024). CS Liona pada aplikasi Lion Parcel akan otomatis diarahkan langsung menuju chat melalui *WhatsApp*.

Dengan adanya aplikasi yang tersedia di *smartphone* ini akan memberikan transparansi dan kepercayaan kepada konsumen, serta dapat meningkatkan kebutuhan informasi mengenai status pengiriman barang untuk konsumen. Namun, meskipun aplikasi ini sudah banyak fitur yang dapat digunakan, pemahaman konsumen mengenai cara penggunaan fitur di dalam aplikasi tersebut masih berbeda-beda (Juan & Indrawati, 2023). Pemahaman yang baik terhadap aplikasi ini menjadi kunci kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Lion Parcel.

Berlandaskan penelitian oleh Manurung (2021) mengindikasikan bahwasannya beberapa pengguna aplikasi mengalami kesulitan dalam memahami cara menggunakan fitur *tracking*. Dalam tersebut juga mengindikasikan permasalahan dari konsumen pengguna aplikasi Lion Parcel yaitu konsumen mengalami kesulitan ketika ingin melacak, kesalahpahaman informasi yang sering diterima konsumen, dan banyak istilah kata yang digunakan di aplikasi yang kurang dipahami konsumen. Dicermati dari *Google Play Store*, aplikasi ini sudah di unduh lebih dari 1 juta pengguna dan mendapatkan rating 3.7 dari skala 5 serta sudah diulas lebih dari 13 ribu pengguna.



Gambar 1. Diagram Sentimen

Berdasarkan hasil penelitian dari Girsang et al., (2021) bahwa sesudah memproses data pengguna yang diambil dari ulasan *Google Play Store* yaitu sentimen positif mencapai 55.51 % dengan jumlah 630 data. Sentimen netral mencapai 24.76% dengan jumlah 281 data. Sentimen negatif mencapai 19.74% dengan jumlah 224 data dari 1194 ulasan yang telah berhasil dikumpulkan. Selain itu, dalam ulasan aplikasi Lion Parcel di *Google Play Store* terdapat keluhan mengenai penggunaan aplikasi yang dirasa terlalu ribet, terdapat pertanyaan dari konsumen tentang bagaimana cara untuk menggunakan beberapa fitur yang ada dalam aplikasi tersebut serta beberapa fitur lain yang sering terjadi *error* hingga pelanggan merasa kecewa karena tidak bisa menggunakan fitur-fitur tersebut secara maksimal. Dalam artian, konsumen tersebut sudah menggunakan aplikasi Lion Parcel tetapi para konsumen masih kesulitan dalam memahami fitur yang ada pada aplikasi tersebut. Pemahaman yang rendah ini dapat terjadi akibat kurangnya pengetahuan konsumen terhadap istilah teknis pada aplikasi sehingga para konsumen masih kebingungan dalam mengakses aplikasi pengiriman yang telah disediakan oleh Lion Parcel. Pemahaman yang baik terhadap penggunaan aplikasi ini berkontribusi langsung dalam mengurangi kebingungan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Pemahaman yang rendah dapat menyebabkan kebingungan serta dapat menjadi faktor ketidakpuasan konsumen.

Tingkat Pemahaman

Tingkat pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti dan mengingat suatu hal yang dipahami. Dalam pengembangan teknologi, perlu mempertimbangkan tingkat pengetahuan dan pemahaman pengguna tentang teknologi. Pengembangan teknologi yang kompleks atau sulit dipahami oleh pengguna dapat menyulitkan adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengguna (Kuswana, 2012). Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa teknologi yang dikembangkan mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna, serta memberikan informasi dan pelatihan yang cukup bagi mengoperasikan teknologi tersebut. Berdasarkan *Cognitive Load Theory* oleh Sweller (2020), bahwa tingkat pemahaman adalah sejauh mana konsumen mampu memahami, menginterpretasikan, dan menggunakan fitur-fitur serta fungsi-fungsi yang disediakan oleh suatu teknologi, dalam hal ini teknologi yang dimaksud adalah aplikasi Lion Parcel. Tingkat pemahaman yang tinggi akan memungkinkan konsumen untuk menggunakan aplikasi dengan lebih efektif, sehingga meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan dan pada akhirnya berdampak pada kepuasan konsumen.

Untuk mengukur tingkat pemahaman yang akan dicapai dalam penelitian ini, terdapat indikator untuk mengukur pemahaman konsumen. Indikator pemahaman (Kuswana, 2012), sebagai berikut:

1. Penerjemahan (*translation*), yaitu kemampuan dalam memahami suatu gagasan yang dinyatakan dengan cara lain dari kemampuan asal yang dikenal sebelumnya.

2. Interpretasi (interpretation), yaitu kemampuan untuk memahami bahan atau ide yang direkam, diubah atau disusun dalam bentuk lain.
3. Eksplorasi (Exploration), yaitu kemampuan untuk memprediksi kecenderungan yang ada menurut data tertentu dengan mengutarakan konsekuensi dan implikasi yang sejalan dengan kondisi yang digambarkan.

Wicaksono (2023) berpendapat bahwa pemahaman tentang teknologi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pendidikan, pengalaman sebelumnya, dan sumber informasi yang tersedia. Individu yang memiliki latar belakang pendidikan atau pelatihan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih luas tentang teknologi. Selain itu, pengalaman sebelumnya dengan teknologi serupa juga dapat mempengaruhi pengetahuan dan pemahaman individu tentang teknologi.

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016), bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang yang senang ataupun sebaliknya karena membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang didapatkan dengan harapan. Jika konsumen merasakan kepuasan dari menggunakan jasa yang mereka inginkan, maka konsumen akan menggunakannya secara berulang serta memberi informasi kepada orang lain tentang pengalamannya dalam menggunakan mengkonsumsi jasa tersebut. Terdapat indikator untuk mengukur kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2016) adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman, artinya suatu kegiatan yang pernah dilakukan atau dialami sehingga dapat menimbulkan kepuasan.
2. Harapan Pelanggan, artinya kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan.
3. Kebutuhan, artinya kesesuaian antara keperluan atau kebutuhan dengan produk yang tersedia. Bila semua terpenuhi, maka akan timbul kepuasan.

Keberhasilan sebuah aplikasi ditentukan oleh kemampuannya dalam menjawab kebutuhan pengguna. Tingkat kepuasan konsumen menjadi faktor krusial bagi tiap penyedia layanan, baik dari sektor perusahaan maupun instansi pemerintahan (Fauzan, 2022). Pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, khususnya jasa pengiriman barang kemampuan untuk bersaing sering diupayakan untuk mendapatkan kepuasan dari konsumen. Menurut Sasongko (2021), terciptanya kepuasan konsumen berarti memberikan manfaat bagi perusahaan yaitu, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik atau terciptanya kepuasan konsumen serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, sehingga timbul minat dari konsumen untuk membeli atau menggunakan jasa perusahaan tersebut. Konsumen akan sangat puas jika mereka memahami dengan mudah dalam penggunaan sebuah aplikasi, dengan begitu konsumen akan mendapatkan pelayanan yang berkualitas melebihi dari apa yang diharapkan, namun sebaliknya jika yang didapatkan kurang dari harapannya maka pelanggan tersebut akan merasa kecewa dan kurang puas dengan apa yang didapatkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam menguji hipotesis yang telah disusun. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada sumber

pengetahuan yang benar, yang dipakai untuk meneliti suatu populasi ataupun sampel, datanya dikumpulkan dengan instrumen penelitian, sifat analisis datanya statistik, yang tujuannya untuk pengujian terhadap hipotesis yang sudah ditentukan (Sugiyono, 2020). Tingkat kesalahan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), yang menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan 5% untuk menolak hipotesis nol secara keliru atau membuat kesimpulan yang salah akibat pengaruh faktor-faktor acak. Dengan tingkat kesalahan tersebut, tingkat keakuratan penelitian ini adalah 95%, yang berarti hasil analisis dapat diandalkan dalam batas keyakinan tersebut. Penelitian ini bermaksud mengukur pengaruh tingkat pemahaman konsumen terhadap penggunaan aplikasi Lion Parcel di Kota Yogyakarta. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini, yaitu dalam kurun waktu satu bulan (dari tanggal 1 April 2025 s/d 1 Mei 2025). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka dalam menenukan sampelnya menggunakan rumus *Lemeshow*. Rumus *Lemeshow* adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel dalam penelitian, terutama ketika jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut, sehingga sampel dalam penelitian ini berjumlah 100. Penumpukan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner atau angket kepada para konsumen pengguna aplikasi Lion Parcel secara *online* melalui *google form*. Skala yang digunakan yaitu *skala likert* untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi penumpang. *Skala likert* digunakan sebagai pilihan jawaban pada kuesioner dan berfungsi untuk mengkategorikan variabel. Jawaban pada item-item pertanyaan mempunyai gradasi dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan skor 1 sampai dengan 5 (Sugiyono, 2020). Sedangkan, teknik analisis data menggunakan regresi linear sederhana, uji t dan koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian
 - a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X (Tingkat Pemahaman)

No.	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (0,05)	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,556	0,195	Valid
2.	Pernyataan 2	0,641	0,195	Valid
3.	Pernyataan 3	0,724	0,195	Valid
4.	Pernyataan 4	0,715	0,195	Valid
5.	Pernyataan 5	0,580	0,195	Valid
6.	Pernyataan 6	0,704	0,195	Valid
7.	Pernyataan 7	0,710	0,195	Valid
8.	Pernyataan 8	0,782	0,195	Valid
9.	Pernyataan 9	0,664	0,195	Valid
10.	Pernyataan 10	0,659	0,195	Valid
11.	Pernyataan 11	0,680	0,195	Valid
12.	Pernyataan 12	0,695	0,195	Valid
13.	Pernyataan 13	0,664	0,195	Valid
14.	Pernyataan 14	0,636	0,195	Valid
15.	Pernyataan 15	0,687	0,195	Valid
16.	Pernyataan 16	0,756	0,195	Valid

Hasil uji validitas dari variabel tingkat pemahaman dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel menunjukan bahwa seluruh nilai korelasi antara pernyataan dengan skor

totalnya menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikansi 0,05. Pernyataan yang memiliki korelasi paling tinggi terdapat pada pernyataan 8 dengan nilai korelasinya sebesar 0,782 dan pernyataannya valid pada taraf signifikansi 0,05. Pernyataan yang memiliki nilai korelasi paling rendah terdapat pada pernyataan 1 dengan nilai korelasinya sebesar 0,556 dan pernyataannya valid pada taraf signifikansi 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

No	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel (0,05)	Keterangan
1.	Pernyataan 1	0,734	0,195	Valid
2.	Pernyataan 2	0,778	0,195	Valid
3.	Pernyataan 3	0,763	0,195	Valid
4.	Pernyataan 4	0,729	0,195	Valid
5.	Pernyataan 5	0,657	0,195	Valid
6.	Pernyataan 6	0,745	0,195	Valid
7.	Pernyataan 7	0,683	0,195	Valid
8.	Pernyataan 8	0,738	0,195	Valid
9.	Pernyataan 9	0,745	0,195	Valid
10.	Pernyataan 10	0,769	0,195	Valid

Hasil uji validitas dari variabel kepuasan pengguna aplikasi Lion Parcel menunjukkan bahwa seluruh nilai korelasi antara pernyataan dengan skor total menunjukkan hasil yang lebih besar dari r tabel dengan nilai signifikansi 0,05. Pernyataan yang memiliki nilai korelasi paling tinggi adalah pernyataan 2 dengan nilai korelasinya sebesar 0,778 dan pernyataannya valid pada taraf signifikansi 0,05. Pernyataan yang memiliki nilai korelasi paling rendah adalah pernyataan 5 dengan nilai korelasinya sebesar 0,657 dan pernyataannya valid pada taraf signifikansi 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach'Alpha	Minimal Cronbach'Alpha yang Disyaratkan	Keterangan
Tingkat Pemahaman (X)	0,922	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,904	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, keseluruhan pernyataan yang telah diuji dinyatakan reliabel, karena apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari ($>$) 0,6.

2. Hasil Persamaan Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. Output Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.164	.960		1.601	.113

Tingkat Pemahaman (X)	.555	.031	.877	18.047	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)					

Diketahui nilai Constant (a) sebesar 5.164 sedang nilai (b /koefisien regresi) sebesar 0,555 sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$= 5.164 + 0,555X$$

- Kostanta sebesar 5.164 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel Kepuasan Konsumen adalah sebesar 5.164.
- Koefisien regresi X sebesar 0,555 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Tingkat Pemahaman, maka nilai Kepuasan Konsumen bertambah sebesar 0,555 dan koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Artinya bahwa Tingkat Pemahaman sangat penting dalam memenuhi Kepuasan Konsumen saat mereka menggunakan aplikasi Lion Parcel.

3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 5. Output Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.164	.960		1.601	.113
Tingkat Pemahaman (X)	.555	.031	.877	18.047	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)					

Hasil uji hipotesis (uji t) menjelaskan bahwa Tingkat Pemahaman (X) memiliki nilai t-hitung sebesar 18.047 > dari t-tabel sebesar 1,660 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 artinya Ha diterima dan H0 ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan Tingkat Pemahaman terhadap Kepuasan Konsumen.

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Output Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.877 ^a	.769	.766		2.809
a. Predictors: (Constant), Tingkat Pemahaman (X)					

Berdasarkan pada hasil tersebut diatas, bisa ditarik kesimpulan bahwasannya Tingkat Pemahaman memberikan kontribusi pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 0,769 atau 76,9%. Hasil ini masuk dalam kategori tingkat pemahaman yang "Tinggi".

Pembahasan

Tingkat Pemahaman dalam Menggunakan Aplikasi Lion Parcel Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan hasil dari uji regresi linier sederhana bahwa koefisien regresi pada variabel tingkat pemahaman terhadap kepuasan konsumen bernilai positif, artinya tingkat pemahaman konsumen dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi tingkat pemahaman pengguna maka semakin tinggi juga pengguna merasakan kepuasan yang telah diberikan oleh fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Lion Parcel. Hasil uji t juga menunjukkan nilai signifikansi $0.000 < \text{probabilitas } 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman dalam penggunaan aplikasi Lion Parcel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka, H_0 diterima dan H_0 ditolak. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulydia dan Fatmayati (2024) yang menunjukkan bahwa tingkat pemahaman berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Tingkat pemahaman yang dimiliki para pengguna aplikasi Lion Parcel sangat baik berdasarkan dari tanggapan yang diberikan 100 responden mengenai tingkat pemahaman mereka dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, responden lebih banyak menjawab setuju dan sangat setuju dari pernyataan yang terdapat dalam kuesioner yang telah peneliti sebar. Dapat dilihat dari nilai rata-rata kuesioner responden dimasing-masing pernyataan pada tabel berikut ini:

Tabel 7. Tanggapan Mengenai Tingkat Pemahaman

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Mean	Kriteria
1.	X1	50	38	10	2	0	100	4,36	Sangat Baik
2.	X2	40	43	14	3	0	100	4,20	Sangat Baik
3.	X3	41	36	21	2	0	100	4,16	Baik
4.	X4	38	42	16	4	0	100	4,14	Baik
5.	X5	37	48	12	2	1	100	4,18	Baik
6.	X6	39	41	15	4	1	100	4,13	Baik
7.	X7	33	45	18	2	2	100	4,05	Baik
8.	X8	39	38	18	5	0	100	4,11	Baik
9.	X9	38	44	16	1	1	100	4,17	Baik
10.	X10	37	44	15	3	1	100	4,13	Baik
11.	X11	29	47	18	4	2	100	3,97	Baik
12.	X12	37	41	18	3	1	100	4,10	Baik
13.	X13	36	42	15	5	2	100	4,05	Baik
14.	X14	42	38	18	1	1	100	4,19	Baik
15.	X15	39	40	15	5	1	100	4,11	Baik
16.	X16	31	51	15	3	0	100	4,10	Baik
Rata-Rata Total								4,13	Baik

Berdasarkan tabel tersebut di atas, bahwa rata-rata untuk keseluruhan kuesioner pernyataan dari tingkat pemahaman sebesar 4,13. Hasil dari penelitian variabel tingkat pemahaman menunjukkan bahwa pernyataan yang mendapat nilai tinggi adalah 4,36 yaitu Saya merasa familiar dengan aplikasi pengiriman barang, terutama Lion Parcel. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman dari para konsumen mengenai aplikasi Lion Parcel sangat baik.

Tabel 8. Tanggapan Mengenai Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Jumlah	Mean	Kriteria
1.	Y1	43	42	12	3	0	100	4,25	Sangat Baik
2.	Y2	36	45	16	3	0	100	4,14	Baik
3.	Y3	44	39	15	2	0	100	4,25	Sangat Baik
4	Y4	42	43	10	5	0	100	4,22	Sangat Baik
5	Y5	43	38	14	4	0	100	4,18	Baik
6	Y6	37	45	17	1	0	100	4,18	Baik
7	Y7	37	48	12	3	0	100	4,19	Baik
8	Y8	33	50	13	4	0	100	4,12	Baik
9	Y9	37	43	18	2	0	100	4,15	Baik
10	Y10	39	47	10	4	0	100	4,21	Sangat Baik
Rata-Rata Total								4,18	Baik

Berdasarkan tabel tersebut di atas, bahwa rata-rata untuk keseluruhan pernyataan dari kepuasan konsumen pengguna aplikasi Lion Parcel sebesar 4,18. Hasil dari penelitian variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa pernyataan yang mendapat nilai paling tinggi adalah Y1 yaitu Saya merasa fitur-fitur di aplikasi Lion parcel mudah untuk digunakan dalam menunjang kegiatan pengiriman barang dan Y3 yaitu Saya merasa puas dengan kemudahan yang diberikan pada fitur pick up dan drop paket yang disediakan oleh aplikasi Lion Parcel. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pengguna aplikasi Lion Parcel sangat baik. Pemahaman yang baik mengenai penggunaan fitur-fitur dalam aplikasi Lion Parcel memberikan kepuasan tersendiri bagi para penggunanya. Pengguna aplikasi Lion Parcel merasakan pengalaman yang memuaskan karena sesuai dengan harapannya saat menggunakan fitur-fitur yang disediakan di aplikasi tersebut. Aplikasi Lion Parcel memberikan kemudahan bagi para konsumennya yang ingin melakukan pengiriman barang tanpa harus datang ke agen langsung. Konsumen merasa puas dengan dimilikinya pemahaman yang baik mengenai penggunaan aplikasi Lion Parcel akan memiliki pengalaman yang memuaskan untuk memenuhi kebutuhan dalam hal pengiriman barang dengan menggunakan aplikasi tersebut. Dengan adanya penelitian ini diharapkan aplikasi Lion Parcel dapat mengoptimalkan aplikasinya agar mudah dipahami oleh konsumennya. Hal ini telah terbukti bahwa tingkat pemahaman konsumen dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Besaran Pengaruh Tingkat Pemahaman dalam Menggunakan Aplikasi Lion Parcel terhadap Kepuasan Konsumen.

Analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai r^2 squarenya adalah 0,769, sehingga dalam penelitian ini nilai koefisien determinasinya adalah 76,9%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman konsumen dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 76,9% dan 23,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari pemahaman konsumen. Nilai koefisien determinasi yang cukup tinggi ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara tingkat pemahaman konsumen dengan kepuasan mereka terhadap aplikasi Lion Parcel. Berdasarkan tingkat kategori pemahaman dari Dediknas (2018), nilai tersebut termasuk dalam tingkat pemahaman yang tinggi. Artinya, konsumen sudah memiliki pemahaman yang baik mengenai cara penggunaan aplikasi tersebut. Besarnya pengaruh tingkat pemahaman terhadap kepuasan konsumen tersebut membuktikan bahwa konsumen sangat memahami cara menggunakan aplikasi Lion Parcel sehingga dapat memutuskan untuk menggunakan aplikasi tersebut yang akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan mereka.

KESIMPULAN

Tingkat pemahaman konsumen dalam menggunakan aplikasi Lion Parcel secara pasial terdapat pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal, maka hipotesis berisi diduga Tingkat Pemahaman Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi Lion Parcel berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen ini diterima. Hasil yang diperoleh dari nilai R square menunjukkan bahwa besarnya Tingkat Pemahaman Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi Lion Parcel terhadap Kepuasan Konsumen yaitu sebesar 76,9%. Nilai ini termasuk dalam kategori tingkat pemahaman yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darma Rosmala Sari, T., Tirta Kencana, D., Anjelita, M., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Penjualan. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 142–146.
- Depdiknas (2018). *Sistem Pendidikan Nasional*. Jakarta
- Fathah, Adittia (2022). Evaluasi Fitur Tracking Pada Pengalaman Pelanggan Di Bisnis Reparasi Smarthpone. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 9(1): 121
- Fauzan, R. D. (2022). Analisis kepuasan pengguna aplikasi mobile pelayanan pelanggan telekomunikasi menggunakan metode End-User Computing Satisfaction (EUCS). (Bachelor's thesis, Perpustakaan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Jakarta).
- Girsang et al. (2024). Analisis Sentimen Aplikasi Lion Parcel Menggunakan Lexicon Based dan Support Vector Machine. *Jurnal Vocational Teknk Elektronika dan Informatika* 12(03): 370-374
- Juan, Edbert, dan Indrawati, Lilik (2023). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Melakukan Pembayaran Menggunakan QRIS. *Jurnal Manajemen* 2(1): 316-318
- Kotler dan Keller (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kuswana, Wowo Sunaryo (2012). *Taksonomi Kognitif*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Lion Parcel.com. (2025). Tentang Lion Parcel. Retrieved from: <https://lionparcel.com/about>.
- Manurung, I. (2021). Tracking Page Enhancement in Lion Parcel Apps. Retrieved from: <https://medium.com/lp-productdesign/tracking-page-enhancement-in-lion-parcel-apps-66e87b9f35f3>
- Maulydia, Nabila & Fatmayati, Fryda (2024). Pengaruh Tingkat Pemahaman Flight Information Display System (FIDS) terhadap Kepuasan Penumpang di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisiplinier*, 8(8), 111-115.
- Sandy, B. H, dan Sunarsan, S. (2025). Perancangan Aplikasi Sebagai Media Serah Terima Terhadap Kurir Pada Ekpedisi Lion Parcel Berbasis Android. *Jurnal Comasie* 12(1): 114
- Sasongko, Sambodo Rio (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(01): 106
- Sugiyono (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sweller, J. (2020). Cognitive Load Theory and Educational Technology. *Educational Technology Research and Development*, 68(1), 1-16.
- Wicaksono, Soetama Rizky (2022). *Teori Dasar Technology Acceptance Model*. Universitas Ma Chung.
- Yustin, E. W., Suhendi, Z. A., Suhalis, A., & Kudato, R. V. (2021). The Effect of Order Management Tracking on Service Level Delivery Customers on Lion Parcel In Jakarta. *Advances in Transportation and Logistics Research*, 4, 878-888.