

## Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli

Ester Seniwati Zebua<sup>1</sup>, Nov Elhan Gea<sup>2</sup>, Maria M. Bate'e<sup>3</sup>, Otanius Laia<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Nias, Sumatera Utara, Indonesia

zebuaesterseni@gmail.com<sup>1</sup>, elhangea@gmail.com<sup>2</sup>, maria.batee82@gmail.com<sup>3</sup>, otaniuslaia027@gmail.com<sup>4</sup>

### Info Artikel

Diterima :

3 Desember 2024

Revisi :

15 Desember

2024

Terbit :

30 Desember

2024

### Key words:

Distribusi

,Customer

Satisfaction

### Kata Kunci:

Distribusi dan

Kepuasan

Pelanggan

### Corresponding

Author :

Ester Seniwati

Zebua<sup>1</sup>, Nov

Elhan Gea<sup>2</sup>,

Maria M. Bate'e<sup>2</sup>,

Otanius Laia<sup>2</sup>, E-

mail : Alamat

email

zebuaesterseni@

gmail.com<sup>1</sup>,

elhangea@gmail.c

om<sup>2</sup>,

maria.batee82@g

mail.com<sup>3</sup>,

otaniuslaia027@g

mail.com<sup>4</sup>

### Abstract

This research is based on the distribution channels of goods and services carried out by a service company and their influence on customer satisfaction. Distribution activities are important for the continuity of a company's business, so these activities must be carried out in order to satisfy and of course retain customers. For this reason, suppliers must be able to distribute orders on time.

This research was carried out at PT. JNE Express Gunungsitoli City with the aim of finding out whether there is an influence of distribution on customer satisfaction and how much influence distribution has on customer satisfaction. This research uses quantitative methods with a sample size of 36, namely employees and customers of PT. JNE Express. Data analysis uses the t test to determine the influence of the independent variable on the attachment variable and the determinant coefficient to determine how much influence is given with the help of SPSS 24.

Based on hypothesis testing, it can be concluded that distribution influences customer satisfaction at PT. JNE Express Gunungsitoli City with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The research results show that distribution contributes 66% to customer satisfaction and the rest is determined by other circumstances.

The results of the research recommend improvements in increasing distribution services provided to consumers, especially in the distribution of goods and the need for strict supervision of couriers who deliver goods from companies to consumers. There are still many couriers who delay the delivery of goods and do not convey clear information to consumers so there are many consumer complaints regarding the services provided

### Abstrak

Penelitian ini didasarkan pada saluran distribusi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggannya. Pentingnya kegiatan distribusi bagi kelanjutan usaha suatu perusahaan, maka kegiatan ini mesti dilaksanakan supaya dapat memuaskan dan tentunya mempertahankan pelanggan. Untuk itu, pemasok harus bisa mendistribusikan pesanan tepat waktu.

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan dan seberapa besar pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 36 orang yaitu pegawai dan pelanggan PT. JNE Express. Analisis data menggunakan Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan koefisien determinan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan dengan bantuan SPSS 24.

Berdasarkan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli dengan nilai signifikansinya sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi memberikan sumbangan sebesar 66 % terhadap kepuasan pelanggan dan selebihnya ditentukan oleh keadaan lain.

Hasil penelitian merekomendasikan perbaikan dalam peningkatan layanan distribusi yang diberikan kepada konsumen terutama dalam pendistribusian barang serta perlu pengawasan yang ketat terhadap kurir yang mengantar barang dari perusahaan ke konsumen, masih terdapat banyak kurir yang menunda pengiriman barang serta tidak menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga terdapat banyak keluhan konsumen atas layanan yang diberikan

### PENDAHULUAN

Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi menjadi sebuah usaha yang banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia saat ini. Peluang usaha ini didukung oleh kemajuan teknologi di era globalisasi yang cenderung mempermudah segala sesuatu dan praktis. Bagi konsumen saat ini, jasa pengiriman barang menjadi solusi yang sangat efektif dan efisien untuk berbelanja secara online dan pengiriman berbagai jenis barang lainnya. Banyaknya masyarakat yang mengirim barang menjadikan jasa pengiriman sangat penting bagi masyarakat. Jarak antara pengirim dan penerima semakin tak terbatas dan jarak tersebut dapat dijangkau oleh jasa pengiriman. Di Indonesia, jasa pengiriman barang dan jasa cukup banyak yang memiliki kualitas pengiriman yang bagus dan dapat dipercaya serta memudahkan bagi konsumen pengguna jasa layanan. Salah satu jasa pengiriman yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah perusahaan PT. Jalur Nugraha Ekakurir yang biasa disebut dengan JNE. JNE merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang kurir ekspres dan logistic yang berpusat di Jakarta. Keberhasilan usaha ini dalam menjalankan kegiatannya tidak terlepas dari riset pasar. Riset pasar merupakan salah satu aktivitas kunci dalam penetapan rencana strategis untuk pengelolaan dan pengembangan usaha. Seiring berkembangnya asset dan sumber daya yang dikelola perusahaan, ruang lingkup riset yang dilakukan juga akan turut berkembang. Lingkup riset pasar dapat disederhanakan menjadi 4 (empat) kebijakan lazim yang biasa disebut dengan bauran pemasaran. Empat komponen tersebut antara lain : produk (product), harga (price), distribusi (Place) dan promosi (promotion).

Salah satu faktor atau komponen yang tidak kalah penting harus diperhatikan dalam menjalankan kegiatan/usaha jasa logistik adalah distribusi. Dalam hal ini perusahaan mencakup semua kegiatan yang mengusahakan agar produknya tersedia bagi konsumen dan terdistribusi dengan tepat sasaran dan dengan waktu yang secepat mungkin.

Dengan pengelolaan distribusi yang baik dan professional diharapkan akan menciptakan suasana menyenangkan bagi konsumen dan itu berarti konsumen akan merasa puas. Menurut Gordman & Brott dalam Susnita, (2020), konsumen tidak hanya puas , namun pelanggan inti harus dapat dipertahankan serta dapat merebut pelanggan must-have menjadi pelanggan inti.

Menyadari pentingnya kegiatan distribusi bagi kelanjutan usaha suatu perusahaan, maka kegiatan ini mesti dilaksanakan supaya dapat memuaskan dan tentunya mempertahankan pelanggan. Untuk itu, pemasok harus bisa mendistribusikan pesanan tepat waktu. Dalam kondisi ini, distribusi fisik harus mendapat perhatian khusus dari perusahaan. Pelanggan tidak peduli bagaimana produk diangkut atau disimpan atau terhadap apa yang dilakukan oleh anggota saluran untuk menyediakannya. Pelanggan hanya berpikir dari segi tingkat layanan yang diberikan,

seberapa cepat dan handal suatu perusahaan dapat menyampaikan yang mereka inginkan. Jika perusahaan kurang cepat dan handal dalam menyediakan permintaan pelanggan maka pelanggan yang kurang loyal akan berpindah pada jasa logistik lainnya.

JNE adalah perusahaan jasa pengiriman dokumen dan paket yang didirikan pada tahun 1990 dibawah naungan PT TIKI JNE Nugraha Ekakurir. Perusahaan JNE mengutamakan sumber daya manusia dan teknologi dalam pekerjaan pengembangannya, mulai dari mesin transportasi, X-ray, GPS, alat komunikasi satelit. Guna memperluas jangkauan dan memberikan pelayanan yang optimal dalam pelayanan pengiriman barang kepada seluruh masyarakat Indonesia, JNE membuka cabang di Kepulauan Nias pada tahun 2006 yang beralamat di Jl.Diponegoro Sifalaete No.410a, Kec.Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera Utara. Saat itu masih menjadi cabang pembantu perusahaan JNE hingga tahun 2020 dan setelah itu menjadi PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli. Setiap perusahaan yang mensuplai barang pastinya mempunyai prosedur untuk mengantarkan barang tersebut hingga sampai ditempat tujuan. Seiring berjalannya waktu dan mulai diberlakukannya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada akhir tahun 2015, peluang untuk melayani lebih banyak konsumen dengan menggunakan jasa pengiriman barang akan semakin besar. Selain itu, ada tantangan baru bagi JNE karena banyak perusahaan seperti J&T yang berlomba-lomba menarik konsumen. J&T merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa pengiriman barang. Dengan lahirnya J&T, JNE merasa bersaing dengan J&T. Dengan persaingan tersebut JNE semakin meningkatkan kualitas pelayanan dan mengurangi keterlambatan produk sehingga tercipta kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti, terdapat beberapa hal yang membuat konsumen merasa tidak puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan antara lain tidak tepatnya waktu distribusi barang ke tempat konsumen dan sering kali barang tidak sampai di tangan konsumen, keadaan ini disebabkan oleh cuaca, kondisi lalu lintas dan masalah operasional di gudang. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya keluhan konsumen yang disampaikan lewat sosial media terutama facebook yang mengeluh akibat distribusi barang yang lama dan bahkan tidak sampai kepada konsumen. Selanjutnya permasalahan lain yang dapat dijelaskan pada penelitian ini yaitu kurir yang mengabaikan pengiriman barang kepada konsumen, dalam hal ini kurir tidak menyampaikan barang kepada konsumen, namun memberikan keterangan pada sistem yang ada bahwa konsumen tidak berada pada alamat yang dituju dan berbagai alasan lain. Selanjutnya pada situasi tertentu (hari besar) volume pengiriman bisa melonjak drastis yang dapat menyebabkan overload dan penundaan dalam pengiriman. Hal ini jelas menjadi permasalahan bagi perusahaan yang menawarkan jasa layanan logistik, yang mengakibatkan konsumen akan berpindah ke jasa

layanan logistik pesaing dan dipastikan merugikan perusahaan. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli".

## METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, berbagai metode dan proses digunakan untuk mencapai tujuan ilmiah dan mencari informasi yang akurat untuk memecahkan masalah" (Sugiyono 2017:12). Jenis penelitian biasanya dibedakan berdasarkan jenis data dan analisisnya. Menurut Sugiyono (2017:13), ada tiga jenis penelitian, yaitu:

1. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, yaitu tidak berupa angka-angka, melainkan hanya berupa pernyataan atau kalimat.
2. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data-data yang bersifat kuantitatif, yaitu berupa angka-angka atau bilangan .
3. Penelitian gabungan adalah penelitian yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan pendapat diatas, maka jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif karena berbentuk angka atau bilangan.

"Pada dasarnya variabel penelitian adalah kesimpulan yang diambil peneliti setelah menyelidiki dan memperoleh informasi tentang objek penelitian" (Sugiyono, 2019:38). "Variabel yang dimaksud bersifat bebas (independen) yang menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat yang terpengaruh dan merupakan akibat dari keberadaan variabel bebas tersebut" (Sugiyono, 2019:39). Oleh karena itu, variabel pengidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (X) yaitu Distribusi dengan indikator : Informasi, Promosi, Negosiasi, Pesanan, Pendanaan, Pengambilan resiko, Kepemilikan fisik, Pembayaran dan Kepemilikan.
2. Variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan dengan indikator :kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, ketersediaan merekomendasikan.

## Populasi

"Populasi adalah suatu subjek/objek yang ditetapkan oleh seorang peneliti yang mempunyai sifat untuk dipelajari dan sifat untuk menilai" (Sugiyono, 2019:80).Berdasarkan pendapat diatas, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Pegawai dengan jumlah 12 orang dan Konsumen JNE dengan rata-rata setiap bulan sebanyak 350 Orang sehingga total populasi sebanyak 362 orang

## Sampel

"Sampel merupakan bagian dari populasi dan karakteristiknya serta harus benar-benar mewakili karakteristik populasi yang ada" (Sugiyono, 2017: 81). Besar sampel adalah banyaknya sampel yang diambil dari suatu populasi. Selain itu apabila jumlah populasinya kurang dari 100 orang, menurut Arikunto (2017:104), maka besar sampelnya diambil secara keseluruhan, namun jika jumlah populasinya lebih dari 100 orang maka dapat diambil secara keseluruhan, namun apabila jumlah populasinya lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10 -15% atau 20-25% dari jumlah populasi.

Oleh karena populasi dalam penelitian ini terlalu banyak lebih dari 100 orang, maka mengingat tenaga, biaya serta waktu dalam melakukan penelitian, maka peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 10% dari total populasi. Jadi, jumlah sampelnya adalah 36 Orang (12 orang pegawai dan 24 orang konsumen).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dimulai dari statistik deskriptif yang berhubungan dengan data penelitian, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan terhadap uji hipotesis yang diuji secara statistik dengan menggunakan program pengolahan data SPSS Versi 24.

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner tertutup, maka diperoleh data terkait jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	17 orang	47,22 %
Perempuan	19 orang	52,78 %
Total	36 orang	100 %

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner tertutup, maka diperoleh data tentang tingkat pendidikan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase
SMA/ Sederajat	24	66,66 %

D3/ Sederajat	4	11,11 %
SI/ Sederajat	8	22,23 %
Total	36 orang	100 %

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner tertutup, maka diperoleh data umur responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3  
 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
20 - 29 tahun	16	44,45 %
30 - 39 tahun	11	30,55 %
40 - 49 tahun	6	16,66 %
50 - 59 tahun	3	8,34 %
Total	36 orang	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner tertutup, maka diperoleh data tentang pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4  
 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan/ Jabatan	Jumlah Responden	Presentase
Ka.Bagian	1	2,77 %
Pegawai/Staff	11	30,56 %
Konsumen	24	66,67 %
Total	36 orang	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

## Analisa Hasil Penelitian

### UJI VALIDITAS

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui dan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 24 ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.9  
 Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations											
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	Total X

X1	Pearson Correlation	1	.453**	.461**	.288	.230	.390*	.000	.180	.105	.000	.503**
	Sig. (2-tailed)		.006	.005	.089	.178	.019	1.000	.294	.542	1.000	.002
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X2	Pearson Correlation	.453**	1	.413*	.566**	.441**	.373*	.339*	.353*	.361*	.514**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.006		.012	.000	.007	.025	.043	.035	.031	.001	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X3	Pearson Correlation	.461**	.413*	1	.199	.138	.351*	.414*	.203	.293	.451**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.005	.012		.246	.422	.036	.012	.234	.083	.006	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X4	Pearson Correlation	.288	.566**	.199	1	.353*	.382*	.321	.513**	.470**	.286	.716**
	Sig. (2-tailed)	.089	.000	.246		.035	.022	.056	.001	.004	.091	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X5	Pearson Correlation	.230	.441**	.138	.353*	1	.364*	.317	-.008	.128	.253	.524**
	Sig. (2-tailed)	.178	.007	.422	.035		.029	.060	.963	.456	.136	.001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X6	Pearson Correlation	.390*	.373*	.351*	.382*	.364*	1	.364*	.037	.104	.272	.602**
	Sig. (2-tailed)	.019	.025	.036	.022	.029		.029	.832	.548	.109	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X7	Pearson Correlation	.000	.339*	.414*	.321	.317	.364*	1	.024	.159	.225	.518**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.043	.012	.056	.060	.029		.889	.356	.188	.001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X8	Pearson Correlation	.180	.353*	.203	.513**	-.008	.037	.024	1	.696**	.307	.545**
	Sig. (2-tailed)	.294	.035	.234	.001	.963	.832	.889		.000	.069	.001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
X9	Pearson Correlation	.105	.361*	.293	.470**	.128	.104	.159	.696**	1	.383*	.614**
	Sig. (2-tailed)	.542	.031	.083	.004	.456	.548	.356	.000		.021	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36

X10	Pearson Correlation	.000	.514**	.451**	.286	.253	.272	.225	.307	.383*	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.001	.006	.091	.136	.109	.188	.069	.021		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
TOT AL_X	Pearson Correlation	.503**	.786**	.650**	.716**	.524**	.602**	.518**	.545**	.614**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.001	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel X di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan angket didapatkan nilai *Sig.* < 0,05 sehingga dapat disimpulkan seluruh pernyataan angket pada variabel X dinyatakan valid. Selanjutnya dilakukan uji validitas pada variabel Y, sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y**

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.440**	.144	.268	.414*	.400*	.151	.344*	.307	.090	.533**
	Sig. (2-tailed)		.007	.401	.114	.012	.016	.381	.040	.069	.601	.001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y2	Pearson Correlation	.440**	1	.420*	.226	.457**	.444**	.305	.091	.331*	.161	.592**
	Sig. (2-tailed)	.007		.011	.186	.005	.007	.071	.597	.048	.347	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y3	Pearson Correlation	.144	.420*	1	.297	.487**	.372*	.422*	.269	.424**	.345*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.401	.011		.078	.003	.026	.010	.113	.010	.039	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y4	Pearson Correlation	.268	.226	.297	1	.355*	.430**	.512**	.303	.410*	.488**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.114	.186	.078		.033	.009	.001	.073	.013	.003	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y5	Pearson Correlation	.414*	.457**	.487**	.355*	1	.299	.439**	.318	.280	.330*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.012	.005	.003	.033		.076	.007	.059	.098	.050	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y6	Pearson Correlation	.400*	.444**	.372*	.430**	.299	1	.385*	.534**	.431**	.440**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.016	.004	.011	.004	.076		.038	.000	.000	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36



	Sig. (2-tailed)	.016	.007	.026	.009	.076		.020	.001	.009	.007	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y7	Pearson Correlation	.151	.305	.422*	.512**	.439**	.385*	1	.394*	.255	.438**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.381	.071	.010	.001	.007	.020		.017	.133	.008	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y8	Pearson Correlation	.344*	.091	.269	.303	.318	.534**	.394*	1	.146	.552**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.040	.597	.113	.073	.059	.001	.017		.395	.000	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y9	Pearson Correlation	.307	.331*	.424**	.410*	.280	.431**	.255	.146	1	.424**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.069	.048	.010	.013	.098	.009	.133	.395		.010	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
Y10	Pearson Correlation	.090	.161	.345*	.488**	.330*	.440**	.438**	.552**	.424**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.601	.347	.039	.003	.050	.007	.008	.000	.010		.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.533**	.592**	.662**	.662**	.690**	.713**	.669**	.611**	.631**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36	36
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas variabel Y di atas menunjukkan bahwa seluruh pernyataan angket didapatkan nilai  $Sig < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan seluruh pernyataan angket pada variabel Y dinyatakan valid.

## UJI RELIABILITAS

Dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan tujuan untuk mengukur konsisten atau tidak konsisten kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel X dengan Variabel Y. Variabel dalam penelitian akan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan kuesioner menunjukkan nilai konsisten atau stabil yang terukur secara periodik. Suatu instrument dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* diatas nilai 0,6. Hasil uji reliabilitas ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.11  
 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.809	10
------	----

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X (Distribusi) adalah sebesar 0,809. Maka variabel X dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk variabel Y, sebagai berikut:

Tabel 4.12  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	10

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas, bahwa hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel Y (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 0,840. Maka variabel Y dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

## UJI ASUMSI KLASIK

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapat memiliki ketetapan dan konsisten. Adapun uji asumsi klasik ini dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas.

## UJI NORMALITAS DATA

Menurut Ghozali (2021:149) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam pengertian bahwa, uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian ini salng berdistribusi normal. Maka dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat nilai residual pada skor atau total akumulasi alternatif jawaban. Maka berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dilakuakn dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.13 berikut ini:

Tabel 4.13  
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.42787666
Most Extreme Differences	Absolute	.116
	Positive	.098
	Negative	-.116
Test Statistic		.116
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 4.13 Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov* di atas, menunjukkan bahwa penelitian ini memiliki nilai Asymp.Sig. (2 tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari ketentuan 0,05, yang mana dapat disimpulkan bahwa distribusi data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

## UJI AUTOKORELASI

Suatu model regresi dapat dikatakan baik ketika terbebas dari autokorelasi. Menurut Ghazali (2021: 162), tujuandari uji autokorelasi adalah untuk mengetahui atau menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan Run Test. Tabel berikut menunjukkan hasil uji autokorelasi yang dihasilkan melalui SPSS 24:

**Tabel 4.14**  
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.11311
Cases < Test Value	17
Cases >= Test Value	19
Total Cases	36
Number of Runs	18

Z	-.151
Asymp. Sig. (2-tailed)	.880
a. Median	

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

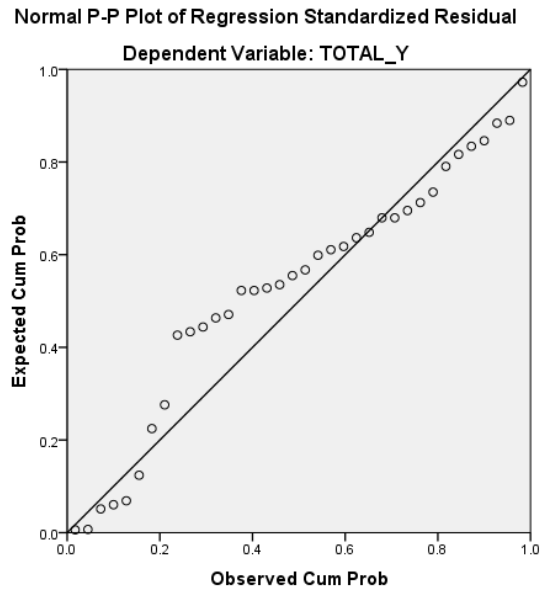
Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas menunjukkan bahwa nilai *Sign.* > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

## UJI HETEROKEDASTISITAS

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghazali (2021) model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas yaitu dengan menggunakan *Scatter Plot*.

Melalui gambar grafik *scatter plot*, terdapat atau tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat melalui pola yang ditunjukkan dalam gambar. Apabila tidak terjadi heterokedastisitas, akan menunjukkan pola acak atau tidak beraturan. Sedangkan jika terjadi heterokedastisitas pada grafik *scatter plot* akan menunjukkan titik-titik yang berpola teratur seperti gelombang atau menyempit.

Hasil pengujian heterokedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.1. Melalui gambar tersebut dapat dilihat bahwa pola titik-titiknya menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.1  
 Hasil Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan uji heterokedastisitas di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas karena titik-titik yang terdapat pada gambar menyebar di atas dan di bawah garis diagonal.

### UJI KORELASI (R)

Untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis tentang hubungan dua variabel apabila kedua variabel tersebut berbentuk interval atau rasio. Apabila angka koefisien korelasinya memberikan nilai positif, maka kedua variabel mempunyai hubungan yang searah atau disebut korelasi positif, maka variabel bebasnya meningkat dan variabel terikatnya juga meningkat. Hasil uji koefisien korelasi dapat dilihat dari hasil penghitungan melalui SPSS 24, sebagai berikut:

Tabel 4.15  
 Hasil Uji Korelasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.654	3.478
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)  
 Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa Variabel Distribusi (X) berkorelasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sangat kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai  $R = 0,815 > 0,05$ .

### KOEFISIEN DETERMINAN (R SQUARE)

Koefisien determinasi (*R Square*) dilakukan untuk mengukur seberapa besar variable independen (variable x) dapat menjelaskan variable dependen (variabel Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 <sup>a</sup>	.664	.654	3.478
a. Predictors: (Constant), TOTAL_X				
b. Dependent Variable: TOTAL_Y				

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi melalui SPSS 24 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,664 artinya bahwa variabel X (distribusi) memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 66% yang dapat di jelaskan, sedangkan sisanya sebesar 34% tidak dapat dijelaskan.

### UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

Uji ini dilakukan untuk mengetahui bentuk hubungan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), peneliti menggunakan SPSS versi 24.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Regresi Linear**

Coefficients <sup>a</sup>
---------------------------

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.683	3.175		1.475	.149		
	TOTAL_X	.819	.100	.815	8.191	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan tabel di atas menggambarkan :

- Persamaan regresi yang diperoleh adalah :  

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 4,683 + 0,819 \text{ Distribusi}$$
- Konstanta sebesar 4,638 menyatakan bahwa jika distribusi tidak berjalan dengan baik maka kepuasan pelanggan sebesar 4,638.
- Koefisien regresi sebesar 0,819 menunjukkan bahwa setiap distribsi bertambah +1 poin, maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,819.

### UJI HIPOTESIS (UJI T)

Uji t (parsial) bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel X atau independen (Distribusi) secara parsial mempengaruhi variabel Y atau dependen (Kepuasan Pelanggan). Dengan ketentuan seperti berikut (Ghozali,2021):

- Jika nilai signifikansi uji t > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikansi uji t < 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uji signifikansi melalui SPSS 24 maka diperoleh hasil uji koefisiensi seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.683	3.175		1.475	.149		

TOTAL X	.819	.100	.815	8.191	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: TOTAL_Y							

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Dengan berpedoman pada ketentuan nilai uji signifikansi bahwa  $sig. < 0,05$  maka berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji t pada table 4.16 nilai signifikansi menunjukkan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi atau hubungan yang positif dan signifikan antara distribusi (variabel x) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.

## HASIL PENELITIAN

1. Hasil perhitungan Uji Validitas butir item angket variabel X (Distribusi) dan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) memiliki nilai  $Sig. < 0,05$  sehingga dapat dinyatakan valid.
2. Hasil perhitungan Uji Reliabilitas Variabel X adalah  $0,809 > 0,60$  dan Variabel Y sebesar  $0,840 > 0,60$  sehingga dapat dinyatakan reliable.
3. Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* pada penelitian ini menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu  $0,200 < 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terdistribusi normal, Dimana asumsi dan persyaratan normalitas dalam model regresi terpenuhi.
4. Hasil uji Auto Korelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan *Runs Test* dan diperoleh hasil  $0,880 > 0,05$  dan dapat dinyatakan bahwa melalui uji ini terjadi autokorelasi dalam penelitian ini.
5. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis *scatter plot*, yaitu dengan melihat pola pada grafik apakah menyebar atau membentuk pola tertentu. Hasil menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heterokedastisitas, karena pola titik-titik pada grafik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.
6. Hasil uji korelasi nilai R menunjukkan bahwa Variabel Distribusi (X) berkorelasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sangat kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai  $R = 0,815 > 0,05$ .
7. Uji Koefisien Determinan (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,664, yang berarti bahwa nilai determinasi apabila di persenkan berada pada nilai 66% nilai variabel distribusi terhadap variabel kepuasan pelanggan yang dapat dijelaskan sedangkan sisanya tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.
8. Persamaan regresi yang diperoleh adalah :



Kepuasan Pelanggan = 4,683 + 0,819 Distribusi

9. Pada pengujian hipotesis, dilakukan uji t (parsial) dengan ketentuan nilai  $sig < 0,05$ . Berdasarkan pengolahan data melalui SPSS 24 diperoleh nilai signifikansi variabel X (distribusi) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) yaitu  $0,000 < 0,005$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat dikatakan bahwa Variabel X secara parsial memiliki (ada) pengaruh terhadap Variabel Y.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 2 variabel, dimana variabel distribusi (X) sebagai variabel bebas dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 36 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada penelitian antara distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli diperoleh hasil uji t dengan nilai  $sig$  sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli. Dengan demikian informasi, promosi, negosiasi, pesanan, pendanaan, pengambilan resiko, kepemilikan fisik, pembayaran dan kepemilikan merupakan faktor penting bagi jasa logistic untuk meningkatkan kepuasan pelanggan juga kemudahan saat distribusi merupakan faktor yang perlu diperhatikan untuk kelangsungan hidup sebuah usaha jasa logistik.

Dalam sebuah usaha jasa terdapat banyak pengaruh yang mendasari seseorang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Pada kebanyakan konsumen seringkali dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan oleh pegawai atau karyawan dalam sebuah usaha sehingga konsumen merasa dihargai dan tetap loyal menggunakan jasa yang ditawarkan.

Selain kualitas layanan, arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen juga merupakan unsure penting yang harus diperhatikan dalam usaha jasa logistik, dengan memilih saluran distribusi yang tepat dan juga kemudahan-kemudahan lain yang memudahkan konsumen atas jasa yang ditawarkan.

Distribusi adalah proses yang menghubungkan produsen dengan konsumen untuk memberikan kepuasan melalui produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, saluran distribusi harus dikelola dengan efisien. Saluran distribusi, yang kadang disebut juga sebagai saluran perdagangan atau saluran pemasaran, dapat didefinisikan dalam beberapa cara. Pada umumnya, definisi tersebut

menggambarkan saluran pemasaran sebagai rute atau jalur yang dilalui produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen.

Menurut Chopra dan Meindl dalam Taufik (2023) distribusi didefinisikan sebagai langkah-langkah yang diambil perusahaan dalam memindahkan dan menyimpan bahan baku dan komponen dari pemasok ke perusahaan serta barang jadi dari produsen ke konsumen. Selanjutnya Safitri (2023) mengemukakan hal serupa bahwa distribusi adalah kegiatan penyaluran hasil produksi berupa barang dan jasa dari produsen ke konsumen guna memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan distribusi ini memainkan peran penting dalam memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh produsen dapat sampai ke tangan konsumen dengan efisien dan tepat waktu.

Untuk mengevaluasi pengaruh dan seberapa besar pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT JNE Express di Kota Gunungsitoli, penting untuk mengidentifikasi beberapa keterbatasan masalah yang dapat mempengaruhi hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Keterbatasan Data:
  1. Keterbatasan Data Internal: Data yang tersedia dari PT JNE Express mungkin tidak lengkap atau tidak mencakup semua aspek distribusi. Data internal seperti catatan pengiriman dan laporan operasional mungkin terbatas atau tidak terstruktur dengan baik.
  2. Data Pelanggan: Data yang diperoleh dari pelanggan bisa jadi tidak representatif jika hanya mencakup segmen tertentu atau jika jumlah responden terlalu kecil.
- b. Variabel Lain yang Mempengaruhi Kepuasan
  1. Faktor Non-Distribusi: Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti harga, layanan pelanggan, kecepatan respons, dan kualitas barang yang dikirim. Mengisolasi pengaruh distribusi dari faktor-faktor lain bisa menjadi tantangan.
  2. Variasi Individu: Preferensi dan ekspektasi pelanggan berbeda-beda, sehingga apa yang mempengaruhi kepuasan satu pelanggan mungkin berbeda dengan pelanggan lainnya.
- c. Keterbatasan Geografis dan Demografis
  1. Lokasi dan Infrastruktur: Kota Gunungsitoli mungkin memiliki infrastruktur yang berbeda dibandingkan dengan kota besar lainnya, yang bisa mempengaruhi kecepatan dan efektivitas distribusi.

2. Karakteristik Demografis: Perbedaan dalam demografi pelanggan di Gunungsitoli dibandingkan dengan lokasi lain bisa mempengaruhi persepsi dan kepuasan mereka terhadap layanan distribusi.
- d. Metode Pengumpulan Data: Penyebaran kuesioner atau angket untuk basis pelanggan, terutama jika ada keterbatasan dalam metode pengambilan sampel dan memilih populasi yang tepat.
- e. Masalah Operasional:
  1. Kemampuan Infrastruktur: Kapasitas dan efisiensi infrastruktur distribusi PT JNE di Kota Gunungsitoli mungkin berbeda dari lokasi lain. Faktor seperti kepadatan lalu lintas atau kualitas jalan dapat mempengaruhi distribusi.
  2. Ketersediaan Sumber Daya: Keterbatasan dalam sumber daya seperti armada pengiriman atau tenaga kerja juga dapat mempengaruhi kecepatan dan kualitas layanan distribusi.
  3. Perubahan Lingkungan Eksternal: Kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, atau situasi darurat (seperti bencana alam atau pandemi) dapat mempengaruhi distribusi dan kepuasan pelanggan secara tidak terduga.

Kepuasan pengguna jasa atau pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan. Menurut Danang Sunyoto (2015: 140) kepuasan pelanggan merupakan salah satu alasan dimana pelanggan memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila pelanggan merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut.

Hasil penelitian yang telah dikemukakan dalam penelitian ini, sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Batubara (2019) dalam skripsinya dengan judul Pengaruh Distribusi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Garuda Food pada Toko Pengecer di Kota Medan (Studi Kasus di Kecamatan Medan Tembung) yang menyimpulkan bahwa hasil pengujian secara parsial pengaruh antara distribusi terhadap keputusan pembelian memperoleh hasil yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hal ini berarti sistem pengiriman, kesediaan barang pada saat distribusi juga

merupakan faktor penting bagi pengecer untuk memutuskan keputusan pembelian mereka. Karena kemudahan saat distribusi merupakan faktor penting untuk kelangsungan toko.

Selanjutnya hasil penelitian yang sama juga disampaikan oleh Nafisah (2020) dalam Skripsinya yang berjudul Pengaruh Promosi dan Dsitribusi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh Minat Beli pada Konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja, menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Distribusi terhadap Minat Beli pelanggan Bakpia Kukus Tugu Jogja Malioboro Mall.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Express Kota Gunungsitoli memperoleh hasil yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut, hal ini dapat dilihat dari nilai hasil Uji t yang menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Distribusi yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Untuk koefisien determinasi nilai R Square menunjukkan nilai sebesar 0,664. Hal ini berarti nilai determinasi apabila dipersenkan berada pada nilai 66% yang merupakan nilai distribusi yang dapat dijelaskan. Sedangkan sisanya sebesar 33% tidak dapat dijelaskan atau tidak termasuk dalam pembahasan ini.

Sehingga dari beberapa hasil kesimpulan dalam penelitian ini penulis menyarankan

1. Dalam menjalankan usahanya PT. JNE Express Kota Gunungsitoli, perlu perbaikan dalam peningkatan layanan distribusi yang diberikan kepada konsumen terutama dalam pendistribusian barang, karena berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara distribusi dan kepuasan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, PT. JNE Express Kota Gunungsitoli perlu pengawasan yang ketat terhadap kurir yang mengantar barang dari perusahaan ke konsumen, masih terdapat banyak kurir yang menunda pengiriman barang serta tidak menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen sehingga terdapat banyak keluhan konsumen atas layanan yang diberikan.
3. Untuk Distribusi: Tentukan aspek spesifik dari distribusi yang akan diteliti, seperti waktu pengiriman, akurasi pengiriman, pengemasan, dan layanan pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Buku Gramedia Pandanaran Semarang. *Ilmu Komunikasi*, 8.5.2017, 2003–2005.
- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arslan, R. (2021). *Lamongan (Studi Kasus Pt. Trimitra Tunas Sakti) Lamongan (Studi Kasus Pt. Trimitra Tunas Sakti)*.
- Batubara, R. S. (2019). Garudafood Pada Toko Pengecer Di Kota Medan ( Study Kasus Di Kecamatan Medan Tembung ). *Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garudafood Pada Toko Pengecer Di Kota Medan (Study Kasus Di Kecamatan Medan Tembung)*.
- Darsono. (2020). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pt Mulia Makmur Lestari. *Manajemen*.
- Eliyana, E. Dkk. (2022). *Dasar-Dasar Pemasaran Ela Eliyana Lidiana Tri Siwi Agustina Yeni Sedyoningsih Habibie Kadir Abdurahim Bayu Imanuddin E. Elia Ardyan Yuliani Lili Marlinah H. Mohdari H. Gazali Febrisi Dwita Siswati Rachman Nia Kurniati Bachtiar Penerbit: Ahlimedia Press (Vol. 1). Www.Ahlimediapress.Com*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Spss 25 (9th Ed)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26* Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indriyani, S. (2019). Pengaruh Distribusi, Kemasan, Keragaman Produk Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Nippon Indosari Corpindo Tbk). *Estuarine, Coastal And Shelf Science*, 2020(1), 473–484.
- Moloeng, L.J. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pt. Remaja Rosdakarya
- Nafisah, H. D. (2020). Pagaruh Promosi Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Bakpia Kukus Tugu Jogja. *Skripsi*, 144.
- Rifa'i, K. (2020). Kepuasan Konsumen. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [Http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/2870/5/Bab li.Pdf](http://Repo.Darmajaya.Ac.Id/2870/5/Bab%20li.Pdf)
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- (2018). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supangat, S. Th. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, Dan Nonparametik*. Bandung: Kencana Penada Media Group.
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv Maja Menjangan Kabupaten Majalengka. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(4), 200. <https://doi.org/10.36418/Syntax-Literate.V5i4.1084>