

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN JNE AGEN CIBATU KABUPATEN PURWAKARTA

Evi Syeftia Latifah¹, Widiya Avianti²

¹²Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wibawa Karta Raharja

¹email: wdythea@gmail.com

²email: widiya.stiewibawakartaraharja@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan agen jne cibatu kabupaten purwakarta. Sumber data pada penelitian ini didapat dari kuesioner (primer) yang disebar pada responden. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen Agen Jne Cibatu Purwakarta. Sampel penelitian berjumlah 84 orang. Metode analisis penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji f dan uji t. Temuan penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 64,2% Faktor yang paling dominan berpengaruh adalah kualitas pelayanan dilihat dari penghitungan uji t. Nilai t hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 12,327 dan variabel saluran distribusi sebesar 8,687. Hasil Uji F diperoleh Fhitung sebesar 75.359 dan nilai signifikan < 0,05.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

I. PENDAHULUAN

Keberadaan penyedia jasa kurir bisa membantu kelancaran kebutuhan dalam berbisnis, sebab mampu mengantarkan barang ke pelanggan baik yang dekat dengan tempat usaha juga jauh di luar area usaha perusahaan, yang memungkinkan mereka untuk memperluas jangkauan serta cakupan pasar, yang secara otomatis menaikkan laba perusahaan. Jasa merupakan semua kegiatan ataupun utilitas yang dibagikan oleh satu untuk ke pihak lain, intinya tidak terlihat dan juga tidak mempunyai apapun. Karena tingginya permintaan pengiriman barang di Indonesia, banyak perusahaan pengiriman jasa yang bersaing untuk membagikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya dan masing-masing penyedia jasa memiliki

strategi khusus untuk merebut pasar. Salah satu penyedia layanan pengiriman jasa ialah PT JNE.

Menurut penelitian yang dikemukakan oleh Prihandoyono (2019) PT JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) adalah penyedia layanan pengiriman yang paling terkenal, populer dan paling luas di Indonesia yang pusatnya berada di Jakarta serta memiliki cabang dan juga agen-agen di beberapa kota di Indonesia termasuk salah satunya di Purwakarta. PT JNE menyediakan layanan pengiriman Jasa berupa paket, dokumen, kendaraan serta lainnya. PT JNE akan memberikan pelayanan yang memuaskan menjadi penyedia jasa yang bertindak sebagai saluran perantara antara pihak-pihak yang mempercayakan pengiriman barang melalui perusahaan ini.

PT JNE menawarkan layanan pengiriman SS (super speed), YES (Yakin Esok Sampai), Reguler, OKE (Ongkos Kirim Ekonomis).

Sebagai perusahaan jasa, JNE berkewajiban dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Karena keputusan pelanggan menggunakan jasa ekspedisi akan muncul Ketika kualitas pelayanan sinkron dengan apa yg diharapkan oleh pelanggan. Kualitas layanan yang baik di perusahaan akan menghasilkan kepuasan bagi penggunanya. Seperti yang dijelaskan Pitaloka, Endang, Widiya Avianti. (2023: 7-11), dengan adanya perubahan lingkungan organisasi, yang dapat dilakukan adalah memastikan kompetensi karyawan dengan keterampilan yang diperlukan Jika konsumen puas dengan produk atau jasa yang mereka terima dan sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka konsumen juga akan membandingkan layanan yang diberikan oleh perusahaan dengan layanan perusahaan lainnya. Karena jika konsumen merasa benar-benar puas, maka mereka akan menjadi pengguna tetap dan tentunya merekomendasikan orang lain untuk menggunakan jasa pengiriman di tempat yang sama. Kondisi seperti ini akan berdampak pada kinerja perusahaan. Karena meningkatkan jumlah pengguna merupakan aset yang sangat berharga untuk perusahaan dalam meningkatkan keuntungan.

Menurut Pandeiro (2021) dalam penelitiannya mengatakan bahwa selain kualitas pelayanan yang baik, Perusahaan juga wajib memperhatikan dalam hal pendistribusian produk yang mempunyai peran yang bernilai untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Karena jika tidak ada

saluran distribusi maka produk tidak akan sampai ke tangan konsumen. Selain itu menurut koto (2019) menjelaskan dalam penelitiannya adalah persoalan yang paling utama ialah kelancaran penyampain dan pengalihan barang dan hak milik atas penguasaan produk, mulai dari grosir, pedagang menengah dan pengecer hingga akhirnya di tangan konsumen. Oleh karena itu pemilihan saluran distribusi yg tepat akan mempengaruhi kelancaran arus pergerakan produk dari pembuat sampai ke pelanggan.

Kualitas pelayanan dan saluran distribusi sama sma menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Menurut Kusdianto (2019) menyebutkan dalam penelitiannya ada berbagai macam factor-faktor dari dalam perusahaan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, anatara lain : Saluran Distribusi dan kontribusi terhadap kualitas layanan yang diberikan. Faktor-faktor ini mempunyai ikatan hubungan dan pengaruh yang kuat pada kepuasan pelanggan yang tidak konsisten.

Kelebihan JNE yaitu mempunyai jaringan pengiriman luas baik di dalam negeri maupun luar negeri sehingga dapat memudahkan anda untuk bisa mengirim barang kemanapun. Selain itu JNE juga memberikan kemudahan dengan cara menawarkan kemasan paket di setiap outletnya sehingga konsumen hanya perlu membawa barang saja. Tarif yang diberikan oleh JNE relatif murah untuk beberapa jenis layanan. Akan tetapi dibalik kemudahan yang sudah diberikan oleh penyedia jasa ekspedisi JNE, tidak bisa dipungkiri bahwa terdapat adanya kendala yang dialami selama proses pengiriman yang bisa menyebabkan komplain kepada

konsumen dan menimbulkan ketidakpuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Dalam pra survey, peneliti menemukan adanya permasalahan dalam soal pendistribusian dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh JNE Agen Cibatu yang mempunyai kendala tidak memiliki kurir akibatnya terjadi beberapa keluhan dari konsumen atas pelayan yang membuat ketidakpuasan konsumen, yaitu keluhan dalam hal pendistribusian paket yang tidak diantar oleh kurir ke rumah konsumen sehingga membuat konsumen harus mengambil paket sendiri ke JNE Agen Cibatu. Hal tersebut membuat beberapa konsumen Agen JNE Cibatu mengganti jasa pengiriman dikarenakan konsumen merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 berkenaan dengan perlindungan Konsumen bahwasannya konsumen mempunyai hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa dan hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan. (BPK, 2023) Maka perusahaan harus melakukan upaya untuk menciptakan kepuasan yang baik bagi pelanggan yaitu dengan cara menciptakan pelayanan dan proses distribusi yang baik dan tepat supaya pelanggan bisa setia dan tidak berpindah ke perusahaan jasa pelayanan lainnya, serta dengan kualitas pelayanan yang baik dan juga tepat maka akan memberikan kepuasan kepada konsumen begitu pula yang diharapkan konsumen pada perusahaan jasa terutama JNE Agen Cibatu Purwakarta. Dewantoro (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa Kualitas

pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE. Yang berarti semakin baik kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan bagi pelanggan.

Proses pendistribusian dan kualitas pelayanan adalah salah satu diantara beberapa penyebab kepuasan pelanggan maka dari itu berdasarkan uraian dan paparan permasalahan yang terjadi, penulis tertarik untuk meneliti “ Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta “.

Tujuan Penelitian

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Saluran Distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta.

Tinjauan Pustaka

Manajemen

Rohman (2017) dalam penelitiannya menjelaskan definisi manajemen menurut para ahli. Adapun menurut Terry (1964) manajemen ialah proses khusus yang menyertakan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian yang dilakukan untuk memperoleh tujuan organisasi dengan penggunaan sumber daya manusia dan

lainnya. Sedangkan menurut Tead (1951) Manajemen merupakan suatu proses, memandu kegiatan dalam suatu organisasi dan perangkat menggerakkan untuk sebuah mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya. Yang dimaksud “perangkat” pada perspektif ini artinya pimpinan organisasi.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran ialah seperangkat perancangan, proses penerapan, pengawasan serta aktivitas penanganan pemasaran produk untuk membantu perusahaan dalam menggapai tujuan yang efektif dan efisien. Manajemen pemasaran biasanya dilakukan untuk menciptakan sistem, membangun dan menanggung peralihan sehingga produsen dan konsumen dapat mendapatkan keuntungan bersama (Satriadi, 2021).

Manajemen pemasaran ialah serangkaian proses untuk menilai, merancang, melakukan, memantau, serta pengendalian aktivitas pemasaran dalam mencapai visi perusahaan agar efektif dan juga efisien. Maka bisa dipahami sebagai cara menelaah, merencanakan, mengimplementasikan, serta memantau agenda dalam organisasi yang bentuk untuk membuat dan mempertahankan peluang pertukaran yang akan menghasilkan pendapatan. Laba ini dipakai sebagai sarana dalam mencapai visi utama perusahaan (Indrasari, 2019).

Saluran Distribusi

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Buntu (2019) saluran distribusi bisa diartikan sebagai sekelompok perusahaan ataupun Orang yang menggantikan hak atau

mendukung mentransfer hak mengenai barang ataupun jasa beralih dari produsen menuju tangan konsumen. Sedangkan menurut Gitosudarmo (2014) Saluran distribusi ialah sekumpulan individu atau lembaga yang memiliki produk atau layanan yang mereka jual dan membantu mengalihkan kepemilikan dari produsen menuju ke konsumen. Adapun menurut Tjiptono (2008:185) dalam (Buntu, 2019) mengemukakan bahwasannya Saluran distribusi ialah aktivitas pemasaran yang bertujuan dalam menyediakan, memudahkan dan memperlancar pasokan barang maupun jasa dari produsen ke konsumen, sehingga menghasilkan pengaplikasian yang sesuai dengan yang diperlukan.

Kualitas Pelayanan

Rohaeni (2018) dalam penelitian mengemukakan kualitas pelayanan adalah Untuk memenuhi kebutuhan konsumen berdasarkan tingkat tertinggi produk dan layanan yang memenuhi keinginan konsumen berdasarkan keinginan mereka. Sukaesih (2020) menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan adalah perbedaan antara layanan yang dinikmati (dipersepsikan) oleh pelanggan dengan harapan mutu layanan yang dan manajemen yang prima untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Adapun menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157), dalam Widiyaningrum (2020) berpendapat bahwa Kualitas pelayanan ialah perbandingan seberapa baiknya tingkat layanan yang diberikan tersebut bisa direalisasikan sesuai yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tanggapan

tentang suatu layanan maupun produk serta harapan pelanggan kepada layanan maupun produk tersebut. Pelanggan memiliki harapan, persepsi sendiri atau kepercayaan mengenai dengan apa yang akan mereka terima nanti ketika pelanggan mendapatkan atau menggunakan produk dan layanan tersebut (Hastono, 2019). Kepuasan pelanggan ialah rasa senang ataupun kecewa yang dirasakan pelanggan ketika menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan dengan persepsi harapan mereka yang dibutuhkan dan diinginkan mereka bisa terpenuhi (Anshar, 2019). Adapun menurut (Tjiptono, 2012), dalam (Sumarsid, 2022) Kepuasan pelanggan yaitu rasa kecewa ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan suatu produk dengan harapannya.

Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara mengenai apa masalah penelitian yang harus diuji kebenarannya, dan hipotesis disusun sesuai dengan kerangka teori yang dikembangkan dalam penelitian. Berikut asumsi hipotesis dalam penelitian ini :

1. Ho1 : Saluran distribusi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
Ha1 : Saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ho2 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
Ha2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
3. Ho3 : Saluran distribusi dan Kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif

terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 : Saluran distribusi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis memakai pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) Metode kuantitatif disebut metode tradisional karena telah digunakan pada dahulu dan telah menjadi tradisi penelitian. Pendekatan ini dikenal sebagai kuantitatif karena fakta-fakta studi dalam bentuk angka dan analisis menggunakan catatan.

Objek dan Subjek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu saluran distribusi, kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan JNE agen cibatu kabupaten purwakarta. Untuk subjek pada penelitian ini yaitu konsumen/pelanggan JNE agen cibatu kabupaten purwakarta.

Populasi

Populasi ialah situs generalisasi meliputi: objek maupun topik dengan jumlah, kapasitas serta karakteristik tertentu yang sudah peneliti tetapkan untuk melihat dan disimpulkan. (Sugiyono, 2015) dalam penelitian ini populasinya ialah konsumen JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta.

Menurut data konsumen JNE Agen Cibatu Purwakarta bulan September 2022 – Februari 2023 adalah 501 orang. Jadi, populasi dalam penelitian ini berjumlah 501 orang.

Sampel

Sampel yaitu unsur karakteristik dan kuantitas populasi. (Sugiyono, 2015) Sampel diambil karena peneliti mempunyai keterbatasan ketika melaksanakan penelitian dalam hal dana, waktu, dan serta tenaga karena populasi yang sangat besar. Dalam penelitian ini, sampel diambil dari populasi dengan memakai rumus Slovin.

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kepercayaan 90% atau e = 10%

Maka jumlah sample (n) dihitung berdasarkan tingkat kesalahan (e) = 10%, adalah sebagai berikut

$$\text{Jadi : } n = \frac{501}{1 + N(e)^2} = \frac{501}{1 + 501 (10\%)^2} \\ = 83,361 \text{ orang --- } 84 \text{ orang (Jumlah sample minimum)}$$

Teknik Penarikan Sempel

Metode pengambilan sampel yang dipakai oleh penelitian ini ialah *sampling incidental* yang berarti teknik yang menentukan sampel berlandaskan dengan kebetulan, yang artinya Siapa pun yang bertemu dengan peneliti secara acak atau isedental dapat digunakan untuk sampel. Jika seseorang yang tidak sengaja muncul memenuhi syarat untuk sumber informasi yang kita butuhkan. peneliti mempunyai alasan mengapa mengambil Teknik *sampling incidental* dikarenakan tidak diketahui secara pasti jumlah dari populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah motode yang sistematis dan wajar dalam mendapatkan data yang Anda butuhkan. Mesti diuraikan bahwasannya pengumpulan data bisa didasarkan pada observasi.

Peneliti melakukan pengumpulan data dengan teknik wawancara dan menyebarkan kuesioner,

Definisi Operasional Varibel Penelitian

Tabel 2.1 Definisi Operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Saluran Distribusi (X1)	Saluran distribusi adalah sekumpulan individu atau organisasi yang memiliki produk atau layanan jasa yang mereka jual untuk membantu menyalurkan kepemilikan dari produsen ke konsumen. (	Ketersediaan produk, jangkauan distribusi dan tingkat kemudahan
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2016:157), dalam (Widyaningrum, 2020) adalah perbandingan seberapa baiknya tingkat layanan yang diberikan agar terwujud dengan apa yang sudah diharapkan oleh pelanggan.	Bukti fisik, keandalan, daya tangkap dan jaminan serta empati
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono, 2012), dalam Sumarsid (2022) adalah rasa kecewa ataupun kecewa yang timbul setelah membandingkan suatu produk dengan harapannya.	Kesesuaian harapan dan minat berkunjung

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dipakai dalam menimbang keefektifan kuesioner. Karena kuesioner bisa disebut valid ketika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut bisa mengatakan sesuatu yang ingin diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah cara yang mengukur suatu kuesioner yang menjadi indikator variabel atau susunan, bisa sebut dapat dipertanggungjawabkan sementara respons pada pernyataan kadang-kadang konstan ataupun stabil. Pengukuran reliabilitas dilakukan sebagai pengukuran satu kali atau satu kali penggunaan statistik Cronbach Alpha (α) SPSS. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan dapat diandalkan apabila memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. (Ghozali, 2013)

Uji Normalitas

Ghozali (2018:160) dalam Pandeiro (2021) Uji normalitas tujuannya yaitu mengetahui variabel dependen dan independen berkontribusi dalam model regresi. Distribusi data yang normal atau mendekati normal dan mendeteksi normalitas bisa diselesaikan juga mengamati distribusi data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik maka disebut dengan model regresi yang baik.

Uji Koefisien Korelasi

Pengujian ini dilakukan agar mengetahui apakah lemah atau kuatnya hubungan antara variabel X terhadap variabel Y. Petunjuk

arahan dalam memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2

Interpretasi Nilai r

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,00	Sangat Kuat

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini mempunyai tujuan agar mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu Saluran Distribusi (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah kuadrat dari koefisien korelasi (R) atau bisa disebut dengan R-Square. Fungsi dari koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam bentuk persentase.

Uji T (Parsial)

Uji t dipakai agar tahu mungkinkah variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan mencontoh fungsi t dengan $n-2$ derajat kebebasan. Menurut (Sugiyono, 2015) rumus yang digunakan adalah :Tingkat signifikansi memakai alpha 5 % (signifikansi 5 % atau 0,05 ialah tingkatan patokan yang sering dipakai dalam penelitian.

Kriteria pengujian :

1. jika $\text{sig} < \alpha = 0.05$ atau 5% , H_0 diterima,

Ha ditolak maka terdapat pengaruh yang signifikan.

2. Jika $\text{sig} > \alpha = 0.05$ atau 5% , Ho ditolak, Ha diterima yang artinya tidak adanya pengaruh yang signifikan. (Sukaesih, 2020)

Uji F (Simultan)

Pada dasarnya Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2015). antara lain sebagai berikut :

Terdapat standart pengujian

1. Jika $\text{sig} < \alpha = 0.05$ atau 5% , Ho diterima, Ha ditolak, maka terdapat pengaruh yang signifikan
2. Jika $\text{sig} > \alpha = 0.05$ atau 5% , Ho ditolak, Ha diterima maka tidak ada pengaruh yang signifikan (Sukaesih, 2020).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Perolehan dari hasil uji instrumen untuk Saluran Distribusi (X1) bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Hasil Uji validitas Saluran Distribusi

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Saluran Distribusi (X1)	1	0,773	0,214	Valid
	2	0,818	0,214	Valid
	3	0,345	0,214	Valid
	4	0,797	0,214	Valid
	5	0,838	0,214	Valid
	6	0,269	0,214	Valid
	7	0,829	0,214	Valid
	8	0,815	0,214	Valid
	9	0,305	0,214	Valid

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, menunjukan bahwasannya semua pernyataan pada variabel Saluran Distribusi (X1) adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu $r > 0.214$.

Perolehan dari hasil uji instrumen untuk Kualitas Pelayanan (X2) yang diuji validitas mempunyai pernyataan, untuk perolehan hasil lengkapnya bisa dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.2 Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,793	0,214	Valid
	2	0,877	0,214	Valid
	3	0,432	0,214	Valid
	4	0,707	0,214	Valid
	5	0,864	0,214	Valid
	6	0,338	0,214	Valid

Sumber : output spss versi 27.0

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, menunjukan bahwasannya dari seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu $r > 0.214$.

Perolehan dari hasil uji instrumen untuk Kepuasan Pelanggan (Y) yang diuji validitas memiliki pernyataan, untuk perolehan hasil lengkapnya dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 3.3 Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan

Variable	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,793	0,214	Valid
	2	0,877	0,214	Valid
	3	0,432	0,214	Valid
	4	0,707	0,214	Valid
	5	0,864	0,214	Valid
	6	0,338	0,214	Valid

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwasannya dari seluruh pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel yaitu $r > 0.214$.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan program SPSS 27.0 dan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.4 Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Saluran Distribusi (X1)	0,847	0,6	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,87	0,6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,764	0,6	Reliabel

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, menunjukan bahwasannya perolehan hasil dari nilai cronbach's alpha (α) variabel X1, X2, dan Y $> 0,60$ sehingga kuesioner dari ketiga variabel tersebut disimpulkan reliabel atau layak dan dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Normalitas

Metode yang digunakan yaitu uji statistic Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 3.5 Hasil Uji validitas Kualitas Pelayanan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.84584303
Most Extreme Differences	Absolute		.073
	Positive		.073
	Negative		-.044
Test Statistic			.073
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.326
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.314
		Upper Bound	.338

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan tabel di atas, menghasilkan nilai signifikansi di atas 0,05 sebesar 0,200. Yang artinya dapat disimpulkan bahwasannya terdistribusi secara normal data residual tersebut.

.0

Uji Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui hasil koefisien korelasi hubungan antara variable X terhadap variable Y terdapat hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 27.0 berikut tabel hasil dari koefisien korelasi person.

Tabel 3.6 Hasil Koefisien Korelasi Person X1 Terhadap Y

Correlations			
		Saluran Distribusi	Kepuasan Pelanggan
Saluran Distribusi	Pearson Correlation	1	.692**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.692**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel 3.7 Hasil Uji Korelasi Person X2 Terhadap Y

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.806**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 4.20 pengaruh Saluran Distribusi (X1) terhadap kepuasan Pelanggan (Y) nilai r yaitu 0,692 berada pada rentang 0,60 – 0,799 yang mempunyai arti bahwasannya hal ini menunjukkan tingkat hubungan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang kuat. Sedangkan pada table 4.21 pengaruh kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) nilai r yaitu 0,806 berada pada rentang 0,80 – 1,00 yang artinya bahwa hal ini menunjukkan tingkat hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Analisis Regresi berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini mempunyai tujuan agar mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu Saluran Distribusi (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Berikut hasil dari analisis regresi berganda.

Tabel 3.8 Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.023	1.560	1.938	.056
	Saluran Distribusi	.034	.073	.056	.645
	Kualitas Pelayanan	.322	.051	.759	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : output spss versi 27.0

Berdasarkan tabel 3.8 dapat diketahui persamaan regresi linier berganda $Y = a + b_1.x_1 + b_2.X_2$
 $= 3.023 + 0,034 + 0,322$

Berdasarkan dengan koefisien regresi dari masing-masing variabel tersebut bisa dijelaskan bahwa :

1. Nilai a sebesar 3.023 adalah konstanta ataupun keadaan saat variabel Kepuasan Pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel saluran distribusi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel kepuasan pelanggan sebesar 3.023
2. B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,034 memperlihatkan bahwasannya variabel saluran distribusi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang artinya setiap kenaikan 1 satuan variabel saluran distribusi maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,034 dengan anggapan bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. B2 (nilai koefisien regresi x2) sebesar 0,322 mmperlihatkan bahwasannya

variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan yang artinya setiap kenaikan satuan variabel kualitas pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,322 dengan anggapan bahwa terdapat variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil koefisien determinasi yang bisa dilihat pada tabel output sebagai berikut.

Tabel 3.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.642	1.86849
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi				

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwasannya koefisien determinasi (*adjusted R Square*) yang didapatkan hasil sebesar 0,642 atau 64,2% kepuasan pelanggan yang dipengaruhi oleh variabel saluran distribusi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sedangkan sisanya 35,8% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji T

Berikut hasil Uji T Saluran Distribusi yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.10 Hasil Uji T (Saluran Distribusi)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.989	1.633		.000
	Saluran Distribusi	.420	.048	.692	8.687
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Berdasarkan pada data yang diperoleh pada tabel diatas menunjukan t-hitung sebesar 8,687 pada tingkat sig sebesar 0,000 hal ini berarti t hitung sebesar 8,687 pada level probabilitas (kepercayaan) 0,05 (95%) diperoleh t-tabel sebesar 1,990. Kriteria diterimanya hipotesis yaitu apabila t-hitung > t-tabel dan sig < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. - Jika t-hitung < t-tabel, dan sig > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 8,687 > t-tabel (8,687 > 1,990) dan sig < 0,05 (0,000 < 0,05) hal ini berarti H0 ditolak dan H1 diterima. Maka ditarik kesimpulan yaitu saluran distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Berikut hasil Uji T Saluran Distribusi yang bisa dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.11 Hasil Uji T (Kualitas Pelayanan)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.053	1.551		.052
	Kualitas Pelayanan	.342	.028	.806	12.327
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Berdasarkan pada data tabel 4.26 diatas hasil t-hitung sebesar 12.327 pada tingkat sig sebesar 0,000 hal ini berarti t hitung sebesar 12.327 pada level probabilitas (kepercayaan) 0,05 (95%) diperoleh t-tabel sebesar 1,990. Kriteria diterimanya hipotesis yaitu apabila t-hitung > t-tabel dan sig < 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima. - Jika t-hitung < t-tabel, dan sig > 0,05 maka H0 diterima dan H1 ditolak. Dari hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar 12,327 > t-tabel (12,327 > 1,990) dan sig < 0,05

($0,000 < 0,05$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka ditarik kesimpulan yaitu kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)

Dengan bantuan tabel Anova hasil dari pengolahan data menggunakan program SPSS ver 27 didapatkan hasil sebagai berikut. Tabel 3.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	526.196	2	263.098	75.359	.000
	Residual	282.792	81	3.491		
	Total	808.988	83			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi

Sumber : output spss versi 27.0

Kriteria pengujian nilai F-hitung terhadap F-tabel yaitu jika nilai F-hitung $<$ F-tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jika nilai F-hitung $>$ F-tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan perolehan tabel 4.28 di atas, F-hitung sebesar 75.359 dan sig 0,000. F-tabel pada taraf $\alpha = 0.05$, df 1 = (jumlah variabel independen = 2) dan df2 ($n - k - 1 = 84 - 2 - 1 = 81$), maka nilai Ftabel = 3,11. Hal ini berarti F-hitung $>$ F-tabel ($75.359 > 3,11$) dan sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis dapat diterima. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa variabel saluran distribusi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kedua variabel independen tersebut dapat digunakan untuk mengestimasi atau memprediksi variabel kepuasan pelanggan.

Berdasarkan dengan perolehan hasil analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka dari itu akan dijelaskan pembahasan

informasi secara rinci serta pengaruh dari masing-masing variabel terhadap variabel lainnya. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu Saluran Distribusi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) sedangkan variabel dependennya adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Berikut pembahasan terhadap masing-masing hipotesis.

Pengaruh Saluran Distribusi (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan dari hasil analisis Uji T membuktikan bahwa variabel Saluran Distribusi (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dimana dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar $8,687 >$ t-tabel ($8,687 > 1,990$) dan sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dari itu dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian koefisien korelasi juga membuktikan bahwasannya saluran distribusi ialah salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Dibuktikan dengan hasil pengujian koefien korelasi dimana Pengaruh Saluran Distribusi (X_1) terhadap kepuasan Pelanggan (Y) menghasilkan nilai r yaitu 0,692 yang dimana nilai tersebut berada pada rentang 0,60 – 0,799 yang mempunyai arti bahwa hal ini menunjukkan tingkat hubungan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

Penelitian ini juga dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hastono (2019) bahwa adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh

saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan yang artinya apabila saluran distribusi dilaksanakan secara tepat maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan, begitu pula sebaliknya. Adapun menurut Tanjaya (2019) dalam penelitiannya menghasilkan bahwasannya secara parsial variabel saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil analisis Uji T membuktikan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan dimana dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai t-hitung sebesar $12,327 > t\text{-tabel}$ ($12,327 > 1,990$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian koefisien korelasi juga membuktikan bahwasannya Kualitas Pelayanan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Dibuktikan dengan hasil pengujian koefien korelasi dimana pengaruh kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) nilai r yaitu 0,806 berada pada rentang 0,80 – 1,00 yang mempunyai arti bahwa hal ini menunjukkan tingkat hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan termasuk pada tingkat hubungan yang sangat kuat.

Penelitian ini juga dikuatkan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ahmad (2021) bahwa kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen. Adapun menurut Paputungan (2021) dalam penelitiannya diperoleh adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan maka perusahaan harus memberikan pelayanan yang maksimal karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengaruh Saluran Distribusi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan dengan hasil uji hipotesis secara simultan saluran distribusi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti dari hasil output spss diperoleh F-hitung sebesar 75.359 dan $\text{sig} 0,000$. F-tabel pada taraf $\alpha = 0.05$, $df_1 = (\text{jumlah variabel independen} = 2)$ dan $df_2 (n - k - 1 = 84 - 2 - 1 = 81)$, maka nilai Ftabel = 3,11. Hal ini berarti F-hitung $> F\text{-tabel}$ ($75.359 > 3,11$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis dapat diterima. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwasannya variabel saluran distribusi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan, maka kedua variabel independen tersebut bisa digunakan dalam mengestimasi atau memprediksi variabel kepuasan pelanggan. Serta berdasarkan perhitungan sumbangan efektif disimpulkan bahwasannya secara bersama-sama variabel Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan memberikan sumbangan efektif sebesar 65 % terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian ini juga dikuatkan dengan

penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Koto (2019) bahwa secara bersama-sama variabel Saluran Distribusi (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) berpengaruh signifikan. Adapun Kusdianto (2019) mengemukakan bahwa Terdapat kontribusi antara kualitas pelayanan dan distribusi secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Saluran distribusi dan kualitas pelayanan mempunyai ikatan serta pengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang tidak konsisten, Keberhasilan dan juga kesuksesan perusahaan tergantung dengan kesanggupan dan kemahiran pengusaha dalam menggabungkan fungsi faktor-faktor tersebut supaya usaha didalam perusahaan tersebut bisa berlangsung dengan lancar sesuai dengan tujuan perusahaan.

IV. KESIMPULAN

Dari perolehan hasil penelitian mengenai Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Agen Cibatu Kabupaten Purwakarta, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Saluran Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka dari itu pemilihan saluran distribusi yang baik serta tepat akan berpengaruh atas kelancaran arus perpindahan produk dari produsen hingga ke konsumen, dikarenakan saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan kepuasan pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan. Maka dari Perusahaan harus

memberikan pelayanan yang maksimal, karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dikarenakan Kualitas Pelayanan merupakan factor lain yang berperan penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan secara simultan bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap Kepuasan Pelanggan, maka kedua variabel independen tersebut bisa digunakan dalam mengestimasi atau memprediksi variabel kepuasan pelanggan. Maka dari itu perusahaan harus bisa memberikan pemilihan saluran distribusi yang tepat dan juga pelayanan yang baik kepada pelanggan agar bisa terciptanya kepuasan pelanggan karena jika kedua faktor tersebut dikombinasikan dengan tepat maka perusahaan dan pelanggan akan sama-sama merasakan keuntungan.

IV. REFERENSI

- Ahmad., dan Karti Aprianti (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Kabupaten Bima. *Jurnal Bina Manajemen*, 226-227.
- Anisa, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Agen Sancu. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 767.
- Anshar, A. (2019). Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap

- Kepuasan Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Gunung Anyar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3-4.
- BPK.(2023).<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>. Jakarta. (Diakses tanggal 07 Februari 2023)
- Chandra, Y. K., Muhammad B., dan Widi. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Online Dan Promosi Online Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Pada Chandra Supermarket Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 39.
- Dewantoro, D., Lina A., dan Faisal. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Tracking Sistem Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 278-293.
- Dionbarus.(2023).<https://dionbarus.com/info-lengkap-proses-pengiriman-barang-jne/>. (Diakses tanggal 23 Februari 2023)
- Ghozali, dan Imam (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran* . Yogyakarta: BPFE.
- Gramedia.(2023).<https://www.gramedia.com/literasi/manajemen-pemasaran/>. (Diakses tanggal 02 Februari 2023)
- Hastono. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Frisian Flag Indonesia. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 58.
- Indrasari, dan Meita (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, dan Armstrong (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Koto, D. I. (2019). Strategi Pemasaran Produk Kemasan Melalui Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada PT. Indogravure di Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 29.
- Kusdianto, E. H. (2019). Kontribusi Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 138.
- Pandeiro, Alicia Aprilia., Agus Soepandi S., dan Raymon C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Unilever, Tbk Cabang Amurang Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 1307.
- Paputungan, T. L. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Productivity*, 401.
- Pitaloka, Endang, and Widiya Avianti. "Customer Satisfaction Surveys On Organization Of Indonesian Food and Drug Authority." *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 16.1 (2023): 7-11.
- Prihandoyono. C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan.

- Jurnal GeoEkonomiISSN-Elektronik*, 119.
- Rohaeni, H. N. M. (2018). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan . *Jurnal Ecodemica*, 314.
- Rohman, A. (2017). *Dasar-Dasar Manajemen*. malang: Inteligencia Media.
- Satriadi, W. E. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabetha.
- Sukaesih, D. A. M. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. TIKI JNE Sub Agen Kayuagung. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 20.
- Sumarsid, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 77.
- Tanjaya, V. W. W. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Bilah Raja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen*, 2-3.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip,Penerapan,dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.