

Management Perspective: Jurnal Penelitian Manajemen

Original Article

Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV. Lenta Lafau

Ifan Setiaman Tafonao*, Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, Martha Surya Dinata Mendrofa, Idarni Harefa

Author Affiliation

Department of Management
Universitas Nias

*Corresponding author e-mail:
ifansetiaman7@gmail.com

Article Information

Received: March 7, 2026
Revised: March 10, 2026
Accepted: March 10, 2026

Keywords

distribution, customer satisfaction,
marketing, distribution service,
marketing management

Abstract

This study aims to analyze the effect of distribution on customer satisfaction at CV. Lenta Lafau. The research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to the company's customers. The population consisted of 30 customers, and all were included as research samples using a total sampling technique. Data were analyzed using validity tests, reliability tests, correlation analysis, simple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing with the assistance of SPSS software. The results showed that distribution has a strong relationship with customer satisfaction, with a correlation coefficient of 0.708. The simple linear regression analysis indicates that distribution positively influences customer satisfaction with the regression equation $Y = 7.975 + 0.748X$. The coefficient of determination value of 0.501 indicates that distribution contributes 50.1% to customer satisfaction, while the remaining 49.9% is influenced by other factors outside the scope of this study. The hypothesis testing results show a significance value of 0.000 (<0.05), indicating that distribution has a positive and significant effect on customer satisfaction at CV. Lenta Lafau. These findings suggest that improving distribution quality can enhance customer satisfaction.

@ 2026 Authors | PT Delada Cahaya Masagro
This article is published under the [CC Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan perusahaan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 30 pelanggan dan seluruhnya dijadikan sampel menggunakan teknik *total sampling*. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,708. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan regresi $Y = 7,975 + 0,748X$. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,501 menunjukkan bahwa distribusi memberikan kontribusi sebesar 50,1% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas distribusi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: distribusi, kepuasan pelanggan, pemasaran, layanan distribusi, manajemen pemasaran

Pendahuluan

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan tidak cukup hanya menghasilkan produk yang dibutuhkan pasar, tetapi juga harus mampu memastikan bahwa produk tersebut tersedia bagi pelanggan secara tepat waktu, tepat jumlah, dan dalam kondisi yang baik. Dalam perspektif manajemen pemasaran, distribusi merupakan salah satu unsur penting bauran pemasaran karena berfungsi menghubungkan proses produksi dengan pasar sasaran. Melalui distribusi yang efektif, perusahaan dapat memperlancar aliran barang, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan nilai layanan yang dirasakan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang bahan bangunan, distribusi memiliki posisi yang sangat strategis. Produk seperti pasir dan batu memerlukan sistem pengiriman yang andal karena sifatnya berukuran besar, berat, dan sangat terkait dengan kebutuhan proyek yang biasanya terikat pada waktu pelaksanaan. Dalam kondisi demikian, keterlambatan pengiriman, ketidaktepatan jumlah, atau buruknya koordinasi distribusi dapat menghambat pekerjaan pelanggan dan pada akhirnya menurunkan penilaian mereka terhadap perusahaan. Studi Bienstock et al. (1997) menunjukkan bahwa kualitas distribusi fisik merupakan dimensi layanan yang relevan dalam membentuk evaluasi pelanggan, sedangkan Mentzer et al. (2001) menegaskan bahwa kualitas layanan logistik perlu dipahami dari sudut pandang pelanggan sebagai penerima layanan.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya muncul ketika pelanggan menilai bahwa kinerja yang mereka terima sesuai atau melebihi harapan mereka. Dalam kajian perilaku konsumen, evaluasi pascapembelian menjadi bagian penting dari proses keputusan konsumen karena pada tahap inilah pelanggan membandingkan pengalaman nyata dengan ekspektasi sebelumnya. Karena itu, distribusi tidak dapat dipandang semata-mata sebagai aktivitas operasional pemindahan barang, melainkan sebagai bagian dari pengalaman layanan yang secara langsung memengaruhi kepuasan pelanggan (Sumarwan, 2014).

Penelitian terdahulu juga memperlihatkan bahwa kualitas layanan logistik berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Konsep *logistics*

service quality yang dikembangkan dalam literatur pemasaran menjelaskan bahwa aspek seperti ketepatan waktu, akurasi pesanan, keandalan pengiriman, dan kualitas penanganan produk merupakan bagian penting dalam penilaian pelanggan terhadap perusahaan. Dengan demikian, semakin baik sistem distribusi yang dijalankan perusahaan, semakin besar pula peluang terciptanya kepuasan pelanggan (Mentzer et al., 2001).

CV. Lenta Lafau merupakan perusahaan yang bergerak dalam penyediaan bahan bangunan di Desa Dahana, Kecamatan Bawalato, Kabupaten Nias, khususnya pada distribusi pasir dan batu. Dalam operasionalnya, perusahaan ini melayani kebutuhan pelanggan perorangan, kontraktor, maupun instansi yang membutuhkan material konstruksi. Namun, berdasarkan pengamatan awal peneliti, masih ditemukan beberapa gejala yang menunjukkan belum optimalnya distribusi, seperti keterlambatan pengiriman, keterbatasan armada angkutan, rute distribusi yang belum efisien, serta belum sinkronnya koordinasi antara kesiapan barang dan kesiapan pengiriman. Temuan awal ini penting karena dalam usaha distribusi bahan bangunan, ketepatan layanan sangat menentukan persepsi pelanggan terhadap kualitas perusahaan. Argumen ini sejalan dengan literatur bahwa layanan distribusi fisik dan logistik merupakan faktor yang memengaruhi penilaian pelanggan terhadap kinerja Perusahaan (Bienstock et al., 1997; Mentzer et al., 2001).

Selain itu, indikasi awal di lapangan juga menunjukkan adanya keluhan pelanggan terkait kepastian waktu pengiriman dan kesesuaian layanan dengan harapan mereka. Situasi ini menegaskan bahwa persoalan distribusi pada CV. Lenta Lafau bukan hanya masalah teknis operasional, melainkan juga masalah pelayanan yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, penelitian mengenai pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan ini menjadi relevan untuk dilakukan, baik sebagai upaya memberikan masukan praktis bagi perusahaan maupun sebagai kontribusi empiris pada kajian pemasaran dan layanan distribusi dalam konteks usaha local (Bienstock et al., 1997; Mentzer et al., 2001).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta

Lafau. Penelitian ini penting dilakukan karena permasalahan utama yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan belum optimalnya proses distribusi, yang diduga berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab apakah distribusi benar-benar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau serta seberapa besar pengaruh tersebut dalam konteks usaha distribusi bahan bangunan di Kabupaten Nias. Sejalan dengan hal itu, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan dan mengetahui besarnya pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau.

Tinjauan Pustaka

Distribusi merupakan salah satu elemen penting dalam kegiatan pemasaran yang berfungsi menyalurkan produk dari produsen kepada konsumen. Dalam perspektif pemasaran modern, distribusi tidak hanya berkaitan dengan proses fisik pengiriman barang, tetapi juga mencakup pengelolaan saluran distribusi, sistem logistik, serta koordinasi berbagai aktivitas yang memastikan produk tersedia bagi konsumen secara tepat waktu, tepat tempat, dan dalam kondisi yang baik. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa distribusi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang berperan dalam menyampaikan nilai produk kepada pelanggan melalui sistem penyaluran yang efektif dan efisien.

Dalam kajian logistik dan manajemen rantai pasok, distribusi sering dikaitkan dengan konsep *physical distribution*, yaitu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran barang dari titik produksi ke titik konsumsi. Bowersox et al. (2013) menjelaskan bahwa aktivitas distribusi meliputi transportasi, pergudangan, manajemen persediaan, serta penanganan barang. Pengelolaan distribusi yang baik tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional perusahaan tetapi juga mampu menciptakan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis.

Kualitas distribusi dalam praktik bisnis umumnya diukur melalui beberapa indikator penting seperti ketepatan waktu pengiriman, ketepatan jumlah barang, kondisi produk saat diterima pelanggan, serta keandalan layanan pengiriman. Indikator-indikator tersebut

menunjukkan bahwa distribusi tidak hanya merupakan aktivitas operasional, tetapi juga bagian dari kualitas layanan perusahaan kepada pelanggan.

Dalam usaha distribusi bahan bangunan seperti pasir dan batu, sistem distribusi memiliki peran yang sangat penting karena karakteristik produknya yang memiliki volume besar dan membutuhkan sistem transportasi yang andal. Oleh karena itu, keberhasilan distribusi sangat bergantung pada ketersediaan armada pengangkutan, perencanaan rute pengiriman, serta koordinasi yang baik antara bagian produksi dan bagian distribusi.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya. Kotler & Keller (2016) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Apabila kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja tersebut berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas.

Dalam kajian perilaku konsumen, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai hasil evaluasi setelah konsumen menggunakan produk atau jasa tertentu. Sumarwan (2014) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional yang muncul setelah konsumen membandingkan manfaat yang diperoleh dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Kepuasan pelanggan memiliki implikasi yang penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan serta keputusan pembelian ulang di masa mendatang.

Kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kualitas layanan yang diberikan perusahaan. Pelanggan cenderung menilai perusahaan secara keseluruhan berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan selama proses pembelian, termasuk kemudahan memperoleh produk, kecepatan pelayanan, serta keandalan distribusi.

Distribusi memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan terhadap suatu perusahaan. Ketepatan waktu pengiriman, keandalan transportasi, serta kondisi barang saat diterima pelanggan merupakan bagian dari

kualitas layanan yang dirasakan pelanggan. Apabila distribusi berjalan dengan baik, pelanggan akan merasakan kemudahan dan kenyamanan dalam memperoleh produk yang mereka butuhkan sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

Dalam literatur pemasaran dan logistik, hubungan antara distribusi dan kepuasan pelanggan sering dijelaskan melalui konsep *logistics service quality*. Mentzer et al. (2001) menjelaskan bahwa kualitas layanan logistik mencakup beberapa dimensi penting seperti ketepatan waktu pengiriman, akurasi pesanan, ketersediaan produk, serta kualitas penanganan barang. Dimensi-dimensi tersebut merupakan faktor yang sangat mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap layanan perusahaan.

Penelitian Bienstock et al. (1997) juga menunjukkan bahwa kualitas distribusi fisik memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan karena pelanggan menilai perusahaan tidak hanya dari kualitas produk, tetapi juga dari kualitas layanan distribusi yang mereka terima. Ketika perusahaan mampu menyediakan sistem distribusi yang andal, pelanggan akan merasa lebih percaya dan puas terhadap layanan perusahaan.

Dalam konteks usaha distribusi bahan bangunan, sistem distribusi yang efektif sangat penting untuk memastikan bahwa material konstruksi dapat diterima pelanggan sesuai dengan waktu yang dibutuhkan. Keterlambatan pengiriman atau ketidaktepatan jumlah barang dapat menghambat proses pembangunan dan menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola distribusi secara efektif agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara distribusi dan kepuasan pelanggan dalam berbagai konteks bisnis. Bienstock et al. (1997) menemukan bahwa kualitas distribusi fisik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggan menilai kualitas perusahaan tidak hanya dari produk yang diterima tetapi juga dari kualitas layanan distribusi yang diberikan.

Mentzer et al. (2001) juga menjelaskan bahwa kualitas layanan logistik merupakan faktor penting yang memengaruhi persepsi pelanggan

terhadap layanan perusahaan. Dimensi seperti ketepatan waktu pengiriman, keandalan layanan, serta akurasi pesanan menjadi indikator utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pada konteks Indonesia, beberapa penelitian nasional juga menunjukkan temuan yang sejalan. Susnita (2020) dalam penelitiannya pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka menemukan bahwa distribusi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sistem distribusi yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan karena produk dapat diterima secara tepat waktu dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Penelitian Pandeiro et al. (2021) pada PT Unilever Tbk Cabang Amurang juga menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas penyaluran produk kepada pelanggan tetap menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, bahkan dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompleks.

Penelitian lain yang relevan dilakukan oleh Septia (2023) pada Toko Bahan Bangunan Sikumbang Karya Kota Padang. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sistem saluran distribusi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas sistem distribusi menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha bahan bangunan.

Selain itu, penelitian Zebua et al. (2024) pada PT JNE Express Kota Gunungsitoli juga menemukan bahwa distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas distribusi atau layanan pengiriman memiliki kontribusi yang besar dalam menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa distribusi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau menjadi relevan untuk dilakukan guna memberikan bukti empiris tambahan dalam konteks usaha distribusi bahan bangunan di Kabupaten Nias.

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, distribusi dipandang sebagai faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Distribusi yang efektif akan memastikan produk tersedia bagi pelanggan secara tepat waktu, tepat jumlah, dan dalam kondisi yang baik sehingga dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dalam memperoleh produk yang mereka butuhkan.

Sebaliknya, apabila distribusi tidak berjalan dengan optimal, seperti keterlambatan pengiriman atau ketidaksesuaian jumlah barang, maka pelanggan cenderung mengalami ketidakpuasan terhadap layanan perusahaan. Oleh karena itu, distribusi memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini digunakan satu variabel bebas yaitu Distribusi (X) dan satu variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Model hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut, Distribusi (X) → Kepuasan Pelanggan (Y). Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan adanya hubungan antara distribusi dan kepuasan pelanggan, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah H1: Distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena penelitian bertujuan menguji pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan secara terukur melalui pengolahan data numerik dan analisis statistik. Pendekatan ini sesuai untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sudaryono, 2019). Penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu distribusi (X) sebagai variabel independen dan kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen. Variabel penelitian merupakan atribut atau karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel distribusi diukur melalui indikator waktu pengiriman, keandalan pengiriman, biaya pengiriman, kualitas layanan, dan kemampuan adaptasi. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Sinambela & Sinambela, 2021).

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Lenta Lafau, Desa Dahana, Kecamatan Bawalato,

Kabupaten Nias. Lokasi ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian, yaitu menganalisis pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut. Penelitian dilaksanakan pada periode Januari sampai Agustus 2025, yang meliputi tahap persiapan, pengumpulan data, pengolahan data, dan penyusunan laporan penelitian. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pelanggan CV. Lenta Lafau yang berjumlah 30 orang. Karena jumlah populasi hanya 30 orang, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling atau sensus, sehingga seluruh populasi dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2019).

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert dengan empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Setuju (3), dan Sangat Setuju (4). Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur gejala sosial secara sistematis sesuai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2018). Data dikumpulkan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran awal tentang kondisi distribusi pada objek penelitian. Kuesioner digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh data dari responden, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui arsip atau dokumen yang relevan (Sudaryono, 2019). Data dianalisis secara kuantitatif dengan bantuan SPSS. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t). Uji validitas digunakan untuk menilai kelayakan butir instrumen, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi instrumen. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan dengan persamaan $Y = a + bX$. Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya kontribusi variabel distribusi terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Objek Penelitian

CV. Lenta Lafau merupakan usaha yang bergerak di bidang penyediaan material bangunan, khususnya pasir dan batu, yang berlokasi di Desa Dahana, Kecamatan Bawalato, Kabupaten Nias. Usaha ini didirikan pada tahun 2015 dan pada awalnya melayani kebutuhan pasir untuk pembangunan rumah sederhana di sekitar wilayah Dahana. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan material konstruksi, perusahaan ini kemudian memperluas cakupan usahanya dengan menyediakan jenis agregat lainnya. Pada tahun 2018, CV. Lenta Lafau mulai memperkuat sistem distribusi melalui pengadaan sarana transportasi sendiri untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan pengiriman kepada pelanggan. Hingga saat ini, perusahaan tetap berupaya menjaga komitmennya dalam memenuhi kebutuhan material bangunan secara tepat waktu.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 orang yang merupakan pelanggan CV. Lenta Lafau. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil pelanggan yang menjadi subjek penelitian.

Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok umur 31–35 tahun sebanyak 11 orang atau 36,7%, disusul kelompok umur 20–30 tahun sebanyak 10 orang atau 33,3%, dan kelompok umur 36–45 tahun sebanyak 9 orang atau 30,0%. Distribusi ini menunjukkan bahwa pelanggan CV. Lenta Lafau didominasi oleh kelompok usia produktif yang masih aktif dalam berbagai kegiatan ekonomi dan pembangunan.

Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan berjumlah 19 orang atau 63,3%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 11 orang atau 36,7%. Data ini menunjukkan bahwa pelanggan CV. Lenta Lafau dalam penelitian ini lebih banyak berasal dari kelompok perempuan, meskipun secara umum kebutuhan terhadap bahan bangunan tetap melibatkan pelanggan dari kedua kelompok gender.

Berdasarkan pekerjaan, responden dengan pekerjaan wiraswasta merupakan kelompok terbesar, yaitu 12 orang atau 40,0%. Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai petani

berjumlah 8 orang atau 26,7%, ibu rumah tangga sebanyak 6 orang atau 20,0%, dan PNS sebanyak 4 orang atau 13,3%. Komposisi ini menunjukkan bahwa pelanggan CV. Lenta Lafau berasal dari latar belakang pekerjaan yang beragam, dengan dominasi pada kelompok wiraswasta.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap item dengan r tabel sebesar 0,463. Item dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi (X)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,502	0,463	Valid
2	0,618	0,463	Valid
3	0,738	0,463	Valid
4	0,733	0,463	Valid
5	0,628	0,463	Valid
6	0,715	0,463	Valid
7	0,872	0,463	Valid
8	0,745	0,463	Valid
9	0,751	0,463	Valid
10	0,626	0,463	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 1, seluruh item pada variabel distribusi dinyatakan valid karena seluruh nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

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

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,773	0,463	Valid
2	0,844	0,463	Valid
3	0,813	0,463	Valid
4	0,844	0,463	Valid
5	0,645	0,463	Valid
6	0,701	0,463	Valid
7	0,631	0,463	Valid
8	0,567	0,463	Valid
9	0,683	0,463	Valid
10	0,482	0,463	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pada variabel kepuasan pelanggan juga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item	Keterangan
Distribusi (X)	0,873	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,881	10	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3, kedua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Correlations		DISTRIBUSI	KEPUASAN PELANGGAN
DISTRIBUSI	Pearson Correlation	1	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

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

Berdasarkan Tabel 4, nilai korelasi Pearson sebesar 0,708 dengan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi memiliki hubungan positif dan kuat dengan kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Korelasi

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.975	4.592		1.737	.003
	DISTRIBUSI	.748	.141	.708	5.304	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan Tabel 8, persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 7,975 + 0,748X$. Persamaan tersebut menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Setiap kenaikan satu satuan distribusi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,748 satuan.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.501	.483	5.21208

a. Predictors: (Constant), DISTRIBUSI

Berdasarkan Tabel 6, nilai **R Square = 0,501**. Artinya, distribusi mampu menjelaskan 50,1% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 49,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.975	4.592		1.737	.003
	DISTRIBUSI	.748	.141	.708	5.304	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan Tabel 7, nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yang berarti distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Temuan ini terlihat dari nilai korelasi sebesar 0,708 yang menunjukkan hubungan kuat, koefisien regresi sebesar 0,748 yang menunjukkan arah pengaruh positif, serta nilai signifikansi 0,000 pada uji t yang menegaskan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik. Secara substantif, temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik distribusi yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan. Distribusi dalam konteks ini tidak hanya dipahami sebagai penyaluran barang, tetapi juga sebagai bagian dari proses penyampaian nilai kepada pelanggan melalui ketepatan waktu, keandalan, dan kualitas pelayanan. Pandangan ini sejalan dengan konsep distribusi dalam manajemen pemasaran yang menempatkan distribusi sebagai bagian penting dalam penyampaian nilai kepada konsumen, serta

dengan konsep kepuasan pelanggan sebagai hasil perbandingan antara harapan pelanggan dan kinerja yang mereka rasakan (Kotler & Keller, 2016).

Temuan penelitian ini juga didukung oleh literatur layanan logistik. Bienstock, Mentzer, dan Bird menjelaskan bahwa *physical distribution service quality* merupakan komponen penting dalam evaluasi pelanggan terhadap pemasok, sedangkan Mentzer, Flint, dan Hult menunjukkan bahwa *logistics service quality* mencakup dimensi-dimensi seperti ketepatan waktu pengiriman, akurasi pesanan, dan kualitas penanganan barang. Dalam penelitian ini, indikator distribusi yang digunakan seperti waktu pengiriman, keandalan pengiriman, biaya pengiriman, kualitas layanan, dan kemampuan adaptasi memperlihatkan bahwa kualitas distribusi memang menjadi bagian penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hasil empiris pada CV. Lenta Lafau memperkuat argumentasi bahwa kualitas distribusi yang baik akan meningkatkan penilaian pelanggan terhadap Perusahaan (Bienstock et al., 1997).

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan beberapa penelitian nasional. Susnita (2020) menemukan bahwa distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka, dengan kontribusi pengaruh sebesar 62,74%. Penelitian Pandeiro et al. (2021) juga menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Unilever Cabang Amurang. Selain itu, Zebua et al. (2024) pada PT JNE Express Kota Gunungsitoli menyimpulkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,000 dan kontribusi sebesar 66%. Kesamaan arah hasil tersebut menunjukkan bahwa, dalam berbagai konteks usaha, distribusi merupakan determinan penting dari kepuasan pelanggan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 50,1% menunjukkan bahwa distribusi memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Walaupun demikian, masih terdapat 49,9% variasi kepuasan pelanggan yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bersifat multidimensional. Literatur pemasaran

menegaskan bahwa selain distribusi, kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Oleh sebab itu, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa distribusi merupakan faktor penting, tetapi bukan satu-satunya faktor yang membentuk kepuasan pelanggan (Kotler & Keller, 2016).

Secara praktis, temuan ini mengandung implikasi bahwa CV. Lenta Lafau perlu terus memperkuat sistem distribusinya, terutama pada aspek ketepatan waktu pengiriman, keandalan armada, ketepatan jumlah material, dan kualitas interaksi pelayanan dengan pelanggan. Upaya perbaikan pada aspek-aspek tersebut akan memperbesar peluang meningkatnya kepuasan pelanggan, sekaligus mendukung keberlanjutan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Dengan kata lain, distribusi tidak hanya berfungsi sebagai aktivitas operasional, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk membangun kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi usaha di pasar lokal. Temuan ini selaras dengan studi-studi tentang kualitas layanan distribusi fisik dan kualitas layanan logistik yang menempatkan keandalan distribusi sebagai sumber diferensiasi kompetitif dan kepuasan pelanggan (Bienstock et al., 1997).

Implikasi Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Implikasi utama dari hasil ini adalah bahwa distribusi tidak dapat dipandang hanya sebagai kegiatan operasional penyaluran barang, tetapi harus ditempatkan sebagai bagian strategis dalam membangun kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa distribusi merupakan bagian penting dari penyampaian nilai kepada pelanggan, sedangkan kualitas layanan logistik dan distribusi fisik berkontribusi terhadap evaluasi pelanggan atas perusahaan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberi implikasi bahwa CV. Lenta Lafau perlu memprioritaskan perbaikan pada aspek-aspek distribusi yang secara langsung dirasakan pelanggan, terutama ketepatan waktu pengiriman, keandalan armada, ketepatan jumlah material yang dikirim, serta kualitas interaksi pelayanan selama proses distribusi. Dalam usaha bahan bangunan, keterlambatan distribusi dapat

memengaruhi kelancaran pekerjaan pelanggan, sehingga perbaikan pada sistem distribusi akan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan dan kepercayaan terhadap perusahaan.

Hal ini konsisten dengan temuan bahwa dimensi seperti ketepatan waktu, akurasi pesanan, dan kualitas penanganan barang merupakan komponen penting dari *logistics service quality*. Implikasi manajerial lainnya adalah perlunya perusahaan membangun sistem distribusi yang lebih terencana dan responsif. Perusahaan dapat melakukan penjadwalan pengiriman yang lebih tertib, pemeliharaan armada secara berkala, penguatan koordinasi antara ketersediaan material dan kesiapan pengiriman, serta peningkatan komunikasi dengan pelanggan terkait waktu dan status pengiriman. Langkah-langkah ini penting karena distribusi yang andal bukan hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam persaingan usaha. Literatur pemasaran dan logistik menunjukkan bahwa kualitas distribusi yang baik dapat memperkuat pengalaman pelanggan dan meningkatkan penilaian positif terhadap perusahaan.

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima selama proses pembelian, termasuk dalam aspek distribusi. Dengan demikian, hasil penelitian ini menambah bukti empiris bahwa distribusi merupakan salah satu determinan penting kepuasan pelanggan, khususnya pada usaha distribusi bahan bangunan dalam konteks lokal. Temuan ini juga memperluas relevansi hasil-hasil penelitian sebelumnya, baik pada konteks distribusi umum maupun jasa pengiriman, yang sama-sama menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Selain itu, nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa distribusi menjelaskan sebagian variasi kepuasan pelanggan juga mengandung implikasi bahwa perusahaan tidak cukup hanya memperbaiki distribusi, tetapi juga perlu memperhatikan faktor-faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan. Dengan kata lain, distribusi merupakan faktor penting, namun peningkatan kepuasan pelanggan yang lebih optimal memerlukan pendekatan yang lebih terpadu dalam pengelolaan pemasaran dan

pelayanan perusahaan. Pandangan ini sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan yang menempatkan kepuasan sebagai hasil evaluasi atas keseluruhan pengalaman pelanggan terhadap produk dan layanan yang diterima.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Lenta Lafau. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai korelasi sebesar 0,708 menandakan adanya hubungan yang kuat antara distribusi dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, hasil regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 7,975 + 0,748X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan distribusi akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis juga memperlihatkan nilai signifikansi sebesar 0,000, sehingga hipotesis penelitian diterima.

Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 0,501 menunjukkan bahwa distribusi memberikan kontribusi sebesar 50,1% terhadap variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 49,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa distribusi merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, khususnya pada usaha penyediaan bahan bangunan seperti CV. Lenta Lafau.

Dengan demikian, semakin baik sistem distribusi yang diterapkan, baik dari aspek ketepatan waktu pengiriman, keandalan, biaya, kualitas layanan, maupun kemampuan adaptasi, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, distribusi dapat dipandang bukan hanya sebagai kegiatan operasional, tetapi juga sebagai faktor strategis dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan pelanggan.

Referensi

- Bienstock, C. C., Mentzer, J. T., & Bird, M. M. (1997). Measuring physical distribution service quality. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(1), 31–44. <https://doi.org/10.1007/BF02894507>
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply Chain Logistics Management*. McGraw-Hill.

- Ester Seniwati Zebua, Nov Elhan Gea, Maria M. Bate'e, & Otanius Laia. (2024). Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli. *Visi Sosial Humaniora*, 5(2), 322–342. <https://doi.org/10.51622/vsh.v5i2.2666>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Kotler, P. T., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics Service Quality as a Segment-Customized Process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82–104. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.4.82.18390>
- Pandeiro, A. A., Soegoto, A. S., & Kawet, R. Ch. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. UNILEVER, TBK CABANG AMURANG DIMASA PANDEMI COVID-19. *EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4).
- Septia, V. M. (2023). Pengaruh Sistem Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sikumbang Karya Kota Padang. *JLABIS*, 1(3).
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF: Teoretik dan Praktik*. Raiawali Pers.
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- 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>