

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Kepuasan Pelanggan**

###### **2.1.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan**

Menurut Daga (2018:81), “Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.”

Menurut Assauri (2018:176), kepuasan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk. Mengukur kepuasan konsumen merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan memerlukan kriteria tertentu.

Menurut Sangadji dan Sopiha (2016:180), mengemukakan definisi “Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan.”

Menurut Indrasari (2019:84), “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan seseorang memnuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas.”

Menurut Surjaweni (2019:150), “Kepuasan pelanggan merupakan upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Pada dasarnya kepuasan pelanggan itu suatu keadaan di mana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen, dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.”

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting Kepuasan Pelanggan merupakan perbandingan atau ukuran perasaan dari pelanggan setelah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

### **2.1.1.2 Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan**

Menurut Indrasari (2019:84), aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan secara efektif, yaitu::

1. *Warranty costs.*

Beberapa perusahaan dalam menangani *warranty costs* produk atau jasa mereka dilakukan melalui persentase penjualan.

2. Penanganan terhadap komplain dari pelanggan

Secara statistik hal ini penting untuk diperhatikan, namun seringkali terlambat bagi perusahaan untuk menyadarinya. Bila komplain atau klaim dari pelanggan tidak secepatnya di atasi, maka *customer defections* tidak dapat dicegah.

3. *Market share*

Merupakan hal yang harus diukur dan berkaitan dengan kinerja perusahaan.

### **2.1.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Daga (2018:81), variabel yang diukur dalam kepuasan konsumen yaitu :

1. *Re-purchasing*

membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada

perusahaan untuk mencari barang atau jasa.

2. Menciptakan *word of mouth*

Dalam hal ini pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain.

3. Menciptakan citra merek

Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.

4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

## 2.1.2 Saluran Distribusi

### 2.1.2.1 Definisi Saluran Distribusi

Menurut Radianto, dkk (2018:131), “Saluran Distribusi adalah mata rantai atau jaringan yang menghubungkan produsen dengan pelanggan dalam hal pemasaran produk barang dan jasa”.

Menurut Sitanggang (2020:191), “Saluran Distribusi adalah suatu proses penyempaan barang atau jasa dari produsen ke pelanggan baik secara langsung maupun perantara, dengan waktu serta kualitas fisik barang atau jasa sebagaimana ekspektasi konsumen”.

Menurut Bararuallo (2019:49), “Saluran Distribusi adalah tata cara penyampaian produk tertentu kepada konsumennya melalui berbagai tahap sesuai dengan jenis dan sifat produknya”.

Menurut Warnadi (2019:74), “Saluran Distribusi merupakan suatu

kesatuan dan melaksanakan sistem kegiatan yang lengkap dalam menyelurkan produk”.

Menurut Noordiana dan Rupilu (2019:64), “Saluran Distribusi adalah saluran yang dipakai produsen untuk menyalurkan barang hasil produksinya kepada konsumen”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Saluran Distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih untuk mengalihkan kepemilikan produk baik secara langsung maupun tidak langsung dari produsen ke konsumen.

#### **2.1.2.2 Struktur Saluran Distribusi**

Menurut Tegar (2020:4), secara sederhana, distribusi mempunyai tujuan, antara lain:

1. Menyalurkan barang dari produsen kepada pelanggan  
Pendistribusi memiliki tujuan utama, yaitu mengantarkan barang maupun jasa dari produsen ke pelanggan.
2. Mempertahankan dan mengembangkan kualitas produksi  
Proses pendistribusian memberikan produsen waktu untuk lebih fokus pada kegiatan produksi.
3. Menjaga stabilitas perusahaan  
Selain membuat produsen dapat lebih fokus, aktivitas pendistribusian juga mampu mengembangkan saluran baru dan kesempatan bagi banyak orang.
4. Sebagian pemerataan produk di setiap wilayah

Semakin banyak distributor di berbagai daerah, maka akan semakin banyak pula konsumen yang memperoleh produk.

5. Peningkatan nilai barang dan jasa  
Melalui kegiatan distribusi, akan ada peningkatan nilai suatu produk.
6. Supaya proses produksi merata  
Kegiatan produksi dapat dilakukan secara merata, bila proses pendistribusian berjalan baik.
7. Mempertahankan kontinuitas proses produksi  
Adanya distributor aktif menandakan adanya permintaan terhadap produk.
8. Menjaga stabilitas harga barang dan jasa  
Dengan proses pendistribusian melalui distributor, harga produk di pasaran akan stabil.

### **2.1.2.3 Indikator Saluran Distribusi**

Menurut Radianto, dkk (2018:136), indikator pengukuran saluran distribusi adalah:

1. Ukuran Lot  
Jumlah unit yang diizinkan saluran untuk dibeli oleh pelanggan umum dalam satu peristiwa.
2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman  
Rata-rata waktu tunggu pelanggan saluran untuk menerima barang. Pelanggan semakin menyukai saluran dengan pengiriman yang cepat.
3. Kenyamanan spesial  
Tingkat dimana saluran pemasaran membuat konsumen lebih mudah

membeli produk.

4. Keragaman produk

Rentang pilihan yang disediakan oleh saluran pemasaran. Biasanya, pelanggan lebih menyukai pilihan yang banyak karena semakin banyak pilihan semakin besar peluang untuk menemukan apa yang mereka butuhkan.

5. Dukungan layanan

Jasa tambah, seperti; kredit, pengiriman, instalasi, perbaikan produk yang disediakan oleh saluran. Semakin besar dukungan jasa, semakin besar pekerjaan yang disediakan oleh saluran tersebut.

### **2.1.3 Persediaan Barang**

#### **2.1.3.1 Definisi Persediaan Barang**

Menurut Schlaansky (2018:55), “Persediaan adalah sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha yang normal atau persediaan barang-barang masih dalam pengerjaan atau proses produk atauoun persediaan barang baku yang menunggu penggunaannya dalam suatu proses produksi.”

Menurut Arifin (2018:37), “Persediaan merupakan pembentuk hubungan antara produksi dan penjualan produk.”.

Menurut Saleh (2019:200), “Persediaan (*inventory*) adalah harta perusahaan yang termasuk penting karena banyak dan ayang tertanam di dalamnya. Persediaan peranannya cukup besar dalam suatu usaha”.

Menurut Walujo (2020:151), “Persediaan merupakan unsur penting dalam operasi perusahaan manufaktur yang secara kontinyu bekerja untuk memperoleh dan menyediakan bahan mentah yang akan diubah menjadi bentuk lain dan kemudian dijual kembali”.

Menurut Musthafa (2017:49), “Persediaan Barang atau *inventory* merupakan salah satu aktiva lancar yang jumlahnya cukup besar dan selalu berputar secara terus menerus serta mengalami perubahan pada suatu perusahaan”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli, dapat disimpulkan bahwa Persediaan adalah semua barang yang dimiliki oleh perusahaan untuk dijual.

### **2.1.3.2 Manfaat Persediaan Barang**

Menurut Arifin (2018:37), Manfaat persediaan ada lima yaitu,:

1. Memungkinkan pengguna sumber daya dan penjadwalan produksi secara efisien.
2. Persediaan bahan mentah memberi fleksibilitas dalam pembelian bagi perusahaan.
3. Persediaan barang jadi memberi perusahaan fleksibilitas dalam jadwal produksi dan pemasarannya.
4. Persediaan dalam jumlah besar memungkinkan pelayanan yang efisien terhadap permintaan pelanggan.
5. Terdapat beberapa keuntungan dengan adanya peningkatan persediaan.

### **2.1.3.3 Indikator Persediaan Barang**

Menurut Schlaansky (2018:57), indikator pengukuran persediaan barang adalah:

1. Jumlah kebutuhan barang
2. Biaya pemesanan
3. Biaya penyimpanan
4. Harga.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan judul penelitian ini adalah :

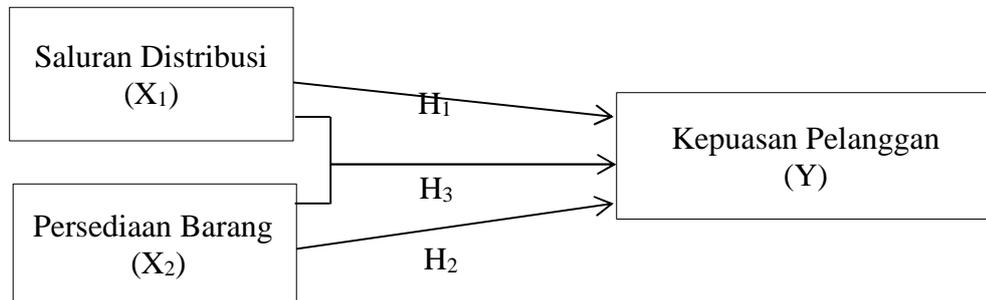
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hastono (2019)  Jurnal Ekonomi Efektif E-ISSN : 2622-9935 Pamulang	Pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada PT Frisian Flag Indonesia	Saluran Disribusi,Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berpengaruh positif atau kuat dan signifikan antara pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan
2.	Nasruddin,Nurchayati (2019)  Jurnal of Management and Business E-ISSN : 2684-8317 Lubuklinggau	Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan	Promosi,Saluran Distribusi,Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Promosi dan Saluran Distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada CV Sinar Laut Baru Kota Lubuklinggau

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Vittorio Tanjaya dan Willy Wijaya (2019)  Jurnal Manajemen volume 5 nomor 2 E-ISSN : 2615-1928 Medan	Pengaruh Saluran Distribusi dan Personal Selling terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bilah Baja Makmur Abadi	Saluran Distribusi, Personal selling, Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel saluran distribusi dan personal selling berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bilah Baja Makmur Abadi
4.	Tjeri hadjrillah, S.E, M.M (2020)  Jurnal Ekonomi Efektif ISSN :2622-993  Pamulang	Kontribusi Saluran Distribusi terhadap kepuasan pelanggan kargo di Garuda Indonesia	Saluran distribusi, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Saluran Distribusi dan Pelayanan secara bersama-sama dengan Kepuasan Pelanggan
5.	Sugiono Sugiharto dan Melinda Renata (2020)  Jurnal Strategi Pemasaran Vol. 7 No. 1	Pengaruh Ketersediaan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Dalam Study Kasus Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Cleo Di Kelurahan Gunung Anyar Surabaya	Ketersediaan Produk Harga Pembelian Ulang Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketersediaan Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kerangka konseptual adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Berikut hipotesis penelitian yang digunakan penulis yakni sebagai berikut :

- H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh Saluran distribusi terhadap Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita
- H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh Persediaan barang terhadap Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita
- H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh Saluran Distribusi dan Persediaan Barang Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita

sampel

### 3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi masing-masing variabel di atas dan indikator atau karakteristik variabel terkait yang dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah responn pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian  Sumber : Daga (2018:78)	1. <i>Re-purchasing</i> 2. Menciptakan <i>word of mouth</i> 3. Menciptakan citra merek 4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama  Sumber : Kotler di Daga (2018:81)	Skala Likert
Saluran Distribusi (X1)	Saluran Distribusi adalah mata rantai atau jaringan yang menghubungkan produsen dengan konsumen dalam hal pemasaran produk barang dan jasa.  Sumber : Radianto, dkk (2018:131)	1. Ukuran Lot 2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman 3. Keragaman produk 4. Dukungan layanan  Sumber : Kotler dan Keller dalam Radianto, dkk (2018:136)	Skala Likert

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Persediaan Barang (X2)	<p>Persediaan adalah sebagai suatu aktiva yang meliputi barang-barang milik perusahaan dengan maksud untuk dijual dalam suatu periode usaha yang normal atau persediaan barang-barang masih dalam pengerjaan atau proses produk atauoun persediaan barang baku yang menunggu penggunaanya dalam suatu proses produksi</p> <p>Sumber : Schlaansky (2018:55),</p>	<p>1. Jumlah kebutuhan barang</p> <p>2. Biaya pemesanan</p> <p>3. Biaya penyimpanan</p> <p>4. Harga</p> <p>Sumber : Schlaansky (2018:57)</p>	Skala Likert

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:137) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu kuesioner, wawancara, dan tinjauan pustaka.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

#### 1. Kuesioner

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membuat daftar pernyataan dalam bentuk kuesioner yang ditujukan kepada para responden. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat PT Industri Invilon Sagita**

PT Industri Invilon Sagita merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Pipa PVC. PT Industri Invilon Sagita merupakan salah satu perusahaan terbesar yang memproduksi pipa di Sumatera Utara. Industri Invilon Sagita didirikan pada tahun 1974 dan berlokasi di Jalan Jendral Ahmad Yani no 103 AB Medan. Pada awal berdiri industri Invilon Sagita bernama UD Sagita yang memulai usaha pengiriman barang-barang untuk keperluan pembangunan PTP (Pengembang Teknologi Pembelajaran). Pada tahun 1990 UD Sagita berkembang dan merubah nama menjadi PT Industri Invilon Sagita yang langsung diresmikan oleh Bapak Soeharto di Medan. Perusahaan menggunakan merek INVILON sebagai merek utama. Produk-produk yang dijual oleh perusahaan diproduksi langsung meliputi pipa PVC, atap uPVC, kusen pintu, pipa, sambungan pipa, penutup kabel dan lem pipa. Penjualan perusahaan dilakukan pada toko-toko bangunan, proyek hotel, perumahan, apartemen, kondominium dan mall yang banyak menggunakan pipa PVC INVILON. Perusahaan menjual produk ke berbagai daerah dalam maupun luar kota dan sebagian diekspor ke luar negeri seperti Malaysia dan Singapura.

Sebagai perusahaan distribusi dan pemegang distributorship Pipa PVC dan Fitting Paralon bermerek, untuk Medan, PT Industri Invilon Sagita saat ini memiliki beberapa segmen kegiatan usaha yang diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Penjualan pipa PVC dan *fitting*

2. Distribusi pipa PVC dan *fitting* ke Toko Bangunan dan Distributor besar
3. Memenuhi kebutuhan pipa PVC untuk proyek perumahan dan gedung-gedung komersial.
4. Disitribusi Produk yang berhubungan dengan air dan system pendukung lainnya.

#### **4.1.2 Visi dan Misi PT Industri Invilon Sagita**

##### **4.1.2.1 Visi**

Menjadi perusahaan distribusi professional dengan kualitas pelayanan terbaik bagi kepuasan semua pihak yang berkepentingan. Menjadi perusahaan distribusi terdepan di bidang sarana, prasarana kehidupan.

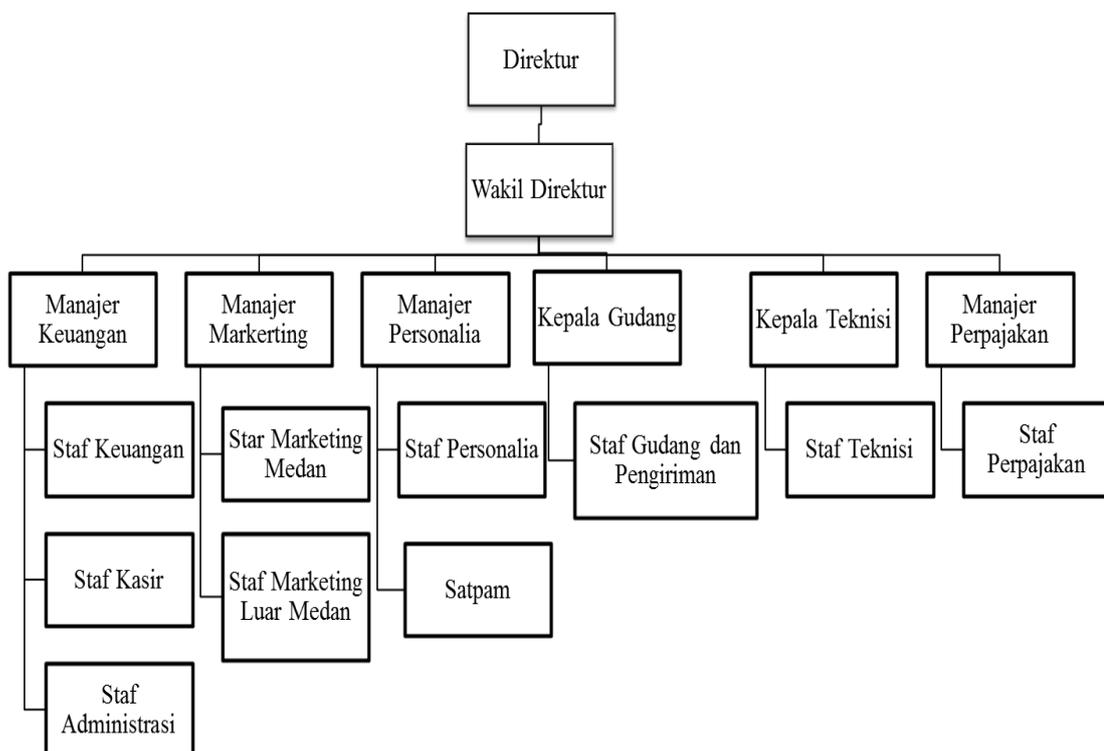
##### **4.1.2.2 Misi**

Mengacu pada visi perusahaan, maka misi yang akan dilaksanakan sebagai berikut:

1. Menjadi mitra pelanggan yang dapat diandalkan dan dapat dipercaya dalam memberikan solusi terbaik terhadap pendistribusian produk.
2. Meningkatkan kualitas kinerja para karyawan secara berkesinambungan dalam lingkungan kerja, sekaligus membantu mencapai kesejahteraan bagi karyawan, keluarga dan lingkungan sekitar.
3. Kontribusi nyata bagi kesejahteraan umum, masyarakat dan bangsa
4. Menjamin imbalan keuangan yang pasti serta memastikan pertumbuhan yang terus meningkat bagi investasi dan kontribusi seluruh stake holders.

### 4.1.3 Struktur Organisasi PT Industri Invilon Sagita

Struktur organisasi mempunyai arti penting bagi suatu perusahaan agar dapat menjalankan aktivitas operasional secara baik dan teratur sehingga tujuan suatu perusahaan yang telah ditetapkan dapat berjalan dengan lancar, efisien, serta tujuan dapat dicapai dengan baik. Dengan adanya struktur organisasi perusahaan dapat menjelaskan tanggung jawab kepada karyawan sesuai dengan posisinya sehingga dapat mencegah ketidakjelasan pekerjaan yang dapat mengganggu tujuan perusahaan.



Sumber : PT Industri Invilon Sagita (2022)

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi PT Industri Invilon Sagita**

Berikut deskripsi masing-masing tugas dalam perusahaan ini adalah sebagai

berikut:

1. **Direktur**
  - a. Mengawasi dan mengendalikan perusahaan.
  - b. Memimpin dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi serta berusaha meningkatkan efisien dan ekftivitas.
  - c. Mengawasi seluruh karyawan di dalam perusahaan dengan tertib dan teratur.
  
2. **Wakil Direktur**
  - a. Bertanggung jawab atas terselenggaranya kegiatan distribusi dan pelayanan serta keuangan.
  - b. Bertanggung jawab terhadap aset perusahaan.
  - c. Bertanggung jawab untuk mengelola kegiatan operasional.
  - d. Kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan, kegiatan, serta pengamanan sumber daya di dalam dan di luar lingkungan unit kerja operasional.
  - e. Pelaksanaan dan perencanaan kegiatan perusahaan untuk mencapai target.
  - f. Perencanaan kinerja perusahaan di masa yang akan datang.
  - g. Pengaturan, pengelolaan, penilaian, dan pengembangan sumber daya manusia.
  
3. **Manajer Keuangan**

- a. Membantu dalam hal manajemen kas, perkiraan kas dan masalah yang berhubungan dengan keuangan.
  - b. Menyusun laporan keuangan secara bulanan.
  - c. Menyusun informasi keuangan untuk perhitungan pajak, berkoordinasi dengan konsultan pajak untuk berbagai masalah yang berhubungan dengan pajak.
4. Staf Keuangan
- a. Membantu manajer keuangan menyusun laporan keuangan bulanan
  - b. Perhitungan pajak
  - c. Pelaporan pajak
5. Staf Kasir
- a. Menangani kegiatan pengeluaran dan penerimaan kas dalam kegiatan perusahaan.
  - b. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas secara rutin.
  - c. Membantu bagian *accounting*.
6. Staf Administrasi
- a. Membuat laporan penerimaan dan pengeluaran kas secara rutin
  - a. Mencatat seluruh pengeluaran dan penerimaan kas perusahaan setiap harinya.
  - b. Mengurusnya perbankan.
  - a. Bertanggung jawab dalam mencari dan menyeleksi calon karyawan.
  - b. Menangani manajemen karyawan dan memproses izin kerja.

- c. Menyiapkan dan mengatur anggaran departemen untuk sumber daya manusia dan biaya-biaya administrasi.
  - d. Bertanggung jawab untuk administrasi penggajian, undang-undang dan pelaporan sumber daya manusia.
  - e. Bertanggung jawab dalam mengadakan *training* untuk pelatihan dan pengembangan karyawan.
  - f. Mengawasi kehadiran karyawan setiap hari.
7. *Manajer Marketing*
- a. Mengatur penjualan dan hubungan dengan pelanggan
  - b. Mengadakan promosi
  - c. Mencari pasar dan pelanggan baru
  - d. Menyusun rencana penjualan
  - e. Mengajukan dan menyusun anggaran promosi
  - f. Bertanggungjawab terhadap kenaikan dan penurunan dari omset penjualan perusahaan
8. *Staff Marketing Medan*
- a. Menjual sesuai target.
  - b. Membuat laporan piutang untuk konsumen yang melakukan tunggakan.
  - c. *Prospecting* (kunjungan prospek).
  - d. Kolektor
9. *Staff Marketing Luar Medan*

- a. Menjual sesuai target.
  - b. Membuat laporan piutang untuk konsumen yang melakukan tunggakan.
  - c. *Prospecting* (kunjungan prospek).
  - d. Kolektor
10. Manajer Personalia
- a. Menetapkan dan menerapkan kebijakan-kebijakan yang digunakan dalam bagian personalia perusahaan sesuai dengan keadaan dan kondisi perusahaan.
  - b. Membuat anggaran karyawan yang diperlukan.
  - c. Mengurus seleksi karyawan.
  - d. Mengurus soal-soal kesejahteraan karyawan.
  - e. Mengawasi kesalahan karyawan.
  - f. Mengurus soal-soal Pemberhentian.
11. Staff Personalia
- a. Membantu Manajer dalam penilaian kinerja karyawan.
  - b. Membuat anggaran karyawan yang diperlukan.
  - c. Membantu dalam kepengurusan seleksi karyawan.
  - d. Membuat dan memberikan SP kepada karyawan.
12. Staff Satpam
- a. Menjaga keamanan
  - b. Mengatur kendaraan karyawan dan konsumen
13. Staff Kebersihan

- a. Bertanggung jawab dengan kebersihan lingkungan perusahaan
14. Kepala Gudang
- a. keamanan barang di dalam gudang
  - b. Memeriksa laporan bulanan *stock* secara fisik
  - c. Memeriksa kesesuaian antara surat pesanan pemberian dengan fakturnya.
  - d. Membuat surat permintaan barang yang ditujukan kepada bagian administrasi Pembelian.
  - e. Memeriksa pengiriman barang ke relasi sesuai dengan faktur penjualan tepat waktu.
15. Staff Gudang
- a. Mencatat laporan *stock* setiap harinya.
  - b. Memastikan barang sampai ke tempat konsumen dengan kondisi barang yang baik.
  - c. Mencatat faktur retur.
  - d. Menyusun oli secara rapi dan teratur
  - e. Memeriksa stok laporan sesuai dengan jumlah fisik oli.
16. Staff Pengiriman
- a. Melakukan pengiriman barang ke konsumen
  - b. Bertanggung jawab dengan barang selama perjalanan.
  - c. Memelihara dan menjaga kendaraan pengiriman dengan baik.
  - d. Memastikan barang sampai ke tempat konsumen dengan kondisi barang yang baik.

17. Kepala Teknisi
  - a. Mengawasi perbaikan mesin sesuai jadwal.
  - b. Mengatur jadwal *service*
  - c. Membuat laporan *service*
18. Staf Teknisi
  - d. Memperbaiki mesing-mesin.
  - e. Melakukan servis.
19. Manajer Perpajakan
  - a. Memeriksa laporan pajak.
  - b. Menyediakan dokumen pendukung untuk pelaporan pajak
20. Staf pajak
  - a. Melaporkan pajak ke kantor pajak
  - b. Mengisi formulir pajak
  - c. Membantu konsultan pajak dalam bekerja.

#### **4.1.4 Karakteristik Responden**

##### **4.1.4.1 Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Hasil analisis data berdasarkan frekuensi pembelian responden dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Frekuensi Pembelian	Jumlah	Persentase
---------------------	--------	------------

1 kali – 3 Kali Sebulan	69	54%
3 kali – 5 Kali Sebulan	45	35%
> 5 Kali Sebulan	14	11%
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.1 responden dalam penelitian ini adalah memiliki frekuensi pembelian sebanyak 1 kali sampai 3 kali dalam sebulan sebesar 69 responden atau 54%, responden dalam penelitian ini adalah yang memiliki frekuensi pembelian sebanyak 3 kali sampai 5 kali dalam sebulan sebesar 45 responden atau 35% dan responden dalam penelitian ini adalah yang memiliki frekuensi pembelian pembelian sebanyak > 5 kali dalam sebulan sebesar 14 responden atau 11%. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah repsonden memiliki frekuensi pembelian sebanyak 1 kali sampai 3 kali pembelian dalam sebulan.

#### 4.1.4.2 Berdasarkan Lama Berlangganan

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan lama berlangganan responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berlangganan**

<b>Lama Berlangganan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
<5 tahun	47	37%
>5tahun	81	63%
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>100%</b>

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.2 responden dalam penelitian ini adalah yang berlangganan selama <5 tahun sebanyak 47 responden atau 37% dan den dalam penelitian ini adalah yang berlangganan selama >5 tahun sebanyak 81 responden atau 63%. Mayoritas

responden dalam penelitian ini adalah responden yang berlatar belakang selama >5 tahun.

#### 4.1.5 Teknik Analisa Data

##### 4.1.5.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:52), “Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut”. Kriteria dinyatakan valid adalah :

1. Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka kuesioner dikatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka kuesioner dikatakan tidak valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel bebas (Saluran Distribusi dan Persediaan Barang dan variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas untuk Variabel Saluran Distribusi (X<sub>1</sub>)**

No	Pernyataan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1.	Perusahaan tidak membatasi jumlah barang yang ingin dibeli oleh pelanggan	0,740	0,361	Valid
2.	Perusahaan bersedia mendistribusikan barang kepada pelanggan dalam jumlah banyak	0,828	0,361	Valid
3.	Adanya komunikasi kepada pelanggan jika produk mengalami keterlambatan	0,834	0,361	Valid
4.	Adanya pemantauan proses distribusi sehingga dapat menginformasi kepada pelanggan dengan cepat	0,778	0,361	Valid
5.	Konsumen dapat dengan bebas memilih produk yang dibeli	0,765	0,361	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
6.	Perusahaan bersedia mendistribusikan berbagai jenis produk yang berbeda ke semua pelanggan	0,877	0,361	Valid
7.	Produk disusun dengan baik dan tepat sehingga apabila cuaca buruk produk tidak mengalami kerusakan pada saat pendistribusian barang	0,845	0,361	Valid
8.	Adanya jasa pengangkutan dan pelayanan kepada pelanggan pada saat barang di distribusikan	0,750	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Saluran Distribusi ( $X_1$ ) dinyatakan valid.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas untuk Variabel Persediaan Barang ( $X_2$ )**

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Ketersediaan stock terkomputerisasi dapat memberikan kepuasan informasi bagi konsumen	0,842	0,361	Valid
2.	Selalu <i>up to date</i> sehingga dapat memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh konsumen	0,868	0,361	Valid
3.	Adanya jaminan ketersediaan yang diberikan kepada pelanggan apabila pelanggan membayar uang muka kepada perusahaan	0,810	0,361	Valid
4.	Pelanggan puas dengan tidak adanya biaya pemesanan maupun biaya retur apabila adanya transaksi pembelian dari pelanggan dalam jumlah sedikit	0,710	0,361	Valid
5.	Adanya pemberian informasi kepada konsumen apabila ada penambahan biaya mengenai persediaan barang	0,817	0,361	Valid
6.	Perusahaan akan memberi tahu pelanggan apabila adanya sanksi keterlambatan pengambilan barang	0,822	0,361	Valid
7.	Perusahaan selalu memberi tahu pelanggan apabila adanya kenaikan atau penurunan harga barang	0,807	0,361	Valid
8.	Tidak adanya kenaikan harga barang apabila produk mengalami kekurangan persediaan barang	0,895	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Persediaan Barang ( $X_2$ ) dinyatakan valid.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	Sig	Keterangan
1.	Pelanggan melakukan pembelian ulang karena merasakan puas atas produk yang dibeli	0,803	0,361	Valid
2.	Pelanggan merasakan kepuasan atas produk yang dibeli	0,857	0,361	Valid
3.	Keinginan pelanggan dapat selalu dipenuhi oleh perusahaan sesuai dengan permintaan sehingga pelanggan bersedia merekomendasikan	0,797	0,361	Valid
4.	Perusahaan memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen puas dan menceritakan penalamannya berbelanja di PT INDUSTRI INVILON SAGITA.	0,657	0,361	Valid
5.	Pelanggan merasa puas dengan kualitas barang yang selalu dijaga oleh perusahaan	0,830	0,361	Valid
6.	Pelanggan puas dengan berbagai pelayanan yang diberikan sehingga citra merk invilon semakin baik	0,834	0,361	Valid
7.	Perusahaan menjual barang yang beragam dengan kualitas yang sama baiknya	0,821	0,361	Valid
8.	Pelanggan merasakan kepuasan pada saat membeli produk yang berbeda pada perusahaan yang sama	0,653	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,361) bahwa semua pernyataan atau kuesioner untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

#### 4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:47), “Uji Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.”

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*.

Pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut :

1. *Cronbach's alpha* < 0,6 = reliabilitas buruk.
2. *Cronbach's alpha* 0,6-0,79 = reliabilitas diterima.
3. *Cronbach's alpha* 0,8 = reliabilitas baik.

Berikut hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu:

**Tabel 4.6**  
**Uji Realibilitas Variabel**

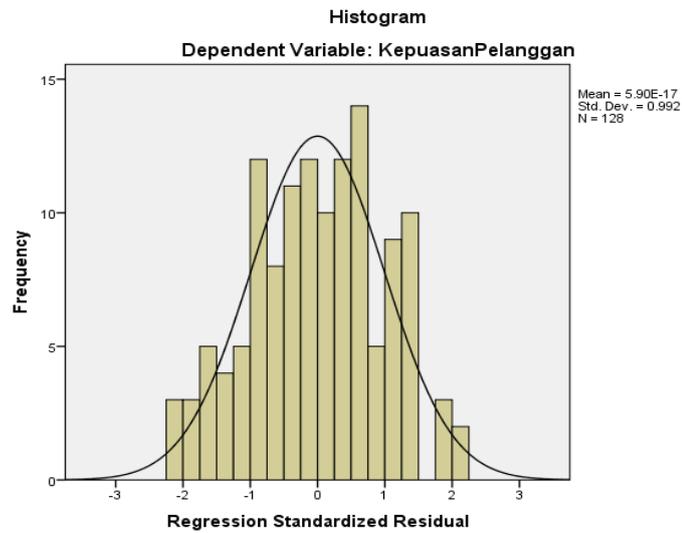
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Pernyataan	Kesimpulan
Saluran Distribusi	0,919	8	Reliabel
Persediaan Barang	0,931	8	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,909	8	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.6 menunjukkan variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 bahwa variabel kuesioner untuk variabel Saluran Distribusi, Persediaan Barang dan Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik.

#### 4.1.5.3 Uji Normalitas

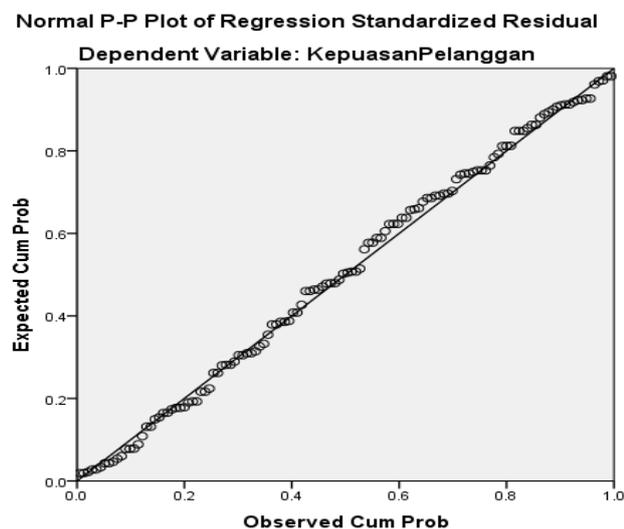
**Uji Normalitas** Menurut Ghazali (2018:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal *P Plot*.



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

**Gambar 4.2**  
**Grafik Histogram**

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa grafik histogram mempunyai data riil membentuk garis kurva cenderung simetri tidak melenceng ke kiri ataupun ke kanan, maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.



Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

**Gambar 4.3**  
**Grafik Normal *Probaibility Plot***

Gambar 4.3. Grafik *Normalitas P-P Plot*, terlihat data menyebar di sekitar

garis diagonal dan data menyebar sebagian besar mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

Menurut Ghozali (2018:163), uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan kriterianya adalah:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data residual normal
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data residual tidak normal

Hasil uji *One Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.7 yaitu:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		128
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.92711566
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.036
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
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: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.7 menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh sebesar  $0,200 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa data tersebut menunjukkan data berdistribusi

normal.

#### 4.1.5.4 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:103-104) “Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (independen).”.

Multikolonieritas dapat juga dilihat dari:

1. Nilai VIF  $< 10$  dan *tolerance*  $> 0,1$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai VIF  $> 10$  dan *tolerance*  $< 0,1$  maka dinyatakan terjadi multikolinieritas.

Hasil perhitungan multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.8 berikut ini:

**Tabel 4.8**  
**Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

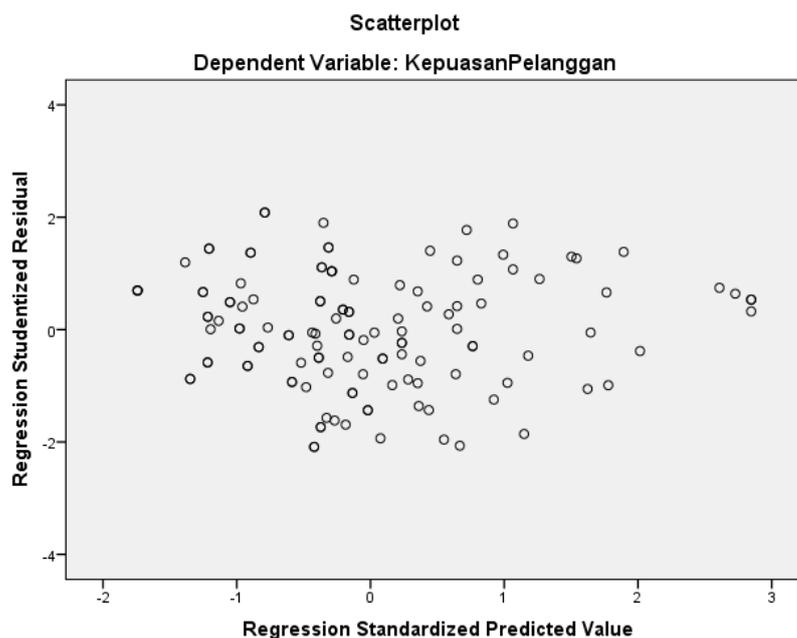
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
SaluranDistribusi	.979	1.021
PersediaanBarang	.979	1.021

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan  
Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.8 menunjukkan masing-masing variabel bebas yaitu Saluran Distribusi dan Persediaan Barang sebesar  $0,979 > 0,01$ , sedangkan nilai VIF variabel bebas yaitu Saluran Distribusi dan Persediaan Barang sebesar  $1,021 < 10$  bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam penelitian ini.

#### 4.1.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:134), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.4



Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

**Gambar 4.4**  
**Grafik Heteroskedastisitas**

Gambar 4.4 menunjukkan data menyebar dengan pola yang tidak jelas baik di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, tidak berkumpul di satu tempat, sehingga dari grafik *scatterplot* dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

#### 4.1.5.6 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara variabel independen dengan variabel dependen.

Rumusnya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y : Kepuasan Pelanggan (*dependent variabel*)  
 X<sub>1</sub> : Saluran Distribusi (*independent variabel*)  
 X<sub>2</sub> : Persediaan Barang (*independent variabel*)  
 a : Konstanta  
 b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> : Koefisien regresi variabel bebas  
 e : *Term of error* (5%)

Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized
		B	Std. Error	Coefficients
1	(Constant)	10.723	1.566	
	SaluranDistribusi	.155	.042	.249
	PersediaanBarang	.513	.061	.576

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 10,723 + 0,155 \text{ Saluran Distribusi} + 0,513$$

$$\text{Persediaan Barang} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) = 10,723 menunjukkan nilai konstanta, jika nilai variabel bebas (X<sub>1</sub>) yaitu Saluran Distribusi dan variabel bebas (X<sub>2</sub>) yaitu Persediaan Barang bernilai 0 maka Kepuasan Pelanggan adalah tetap sebesar 10,723.
2. Koefisien X<sub>1</sub> (b<sub>1</sub>) = 0,155 menunjukkan bahwa variabel Saluran Distribusi (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,55 artinya

setiap peningkatan Saluran Distribusi ( $X_1$ ) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 15.5%.

3. Koefisien  $X_2$  ( $b_2$ ) = 0,513 menunjukkan bahwa variabel Persediaan Barang ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,513 artinya setiap peningkatan Persediaan Barang ( $X_2$ ) sebesar satu satuan, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 51.3%.

#### 4.1.5.7 Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:97), “Uji t statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lainnya konstan.” Uji t digunakan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : b_1, b_2 = 0$ , Artinya secara parsial Saluran Distribusi dan Persediaan Barang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Industri Invilon Sagita
2.  $H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , Artinya secara parsial Saluran Distribusi dan Persediaan Barang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Industri Invilon Sagita

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara parsial yaitu:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	6.846	.000
	SaluranDistribusi	3.660	.000
	PersediaanBarang	8.481	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.12 menunjukkan nilai  $t_{tabel}$  untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas  $df=n-k$  dimana  $k$  adalah keseluruhan jumlah variabel dan  $n$  adalah jumlah sampel.  $df = 128-3=125$  adalah sebesar 1,979. Hasil dari uji secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,660) > t_{tabel} (1,979)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima yaitu: Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita.
2. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} (8,481) > t_{tabel} (1,979)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_2$  diterima yaitu: Persediaan Barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita.

#### 4.1.5.8 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:96), “Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.”

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh dimensi variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikat. Bentuk pengujiannya adalah sebagai berikut:

1.  $H_0 : b_1, b_2 = 0$ , Artinya secara simultan Saluran Distribusi dan Persediaan barang tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Industri Invilon Sagita
2.  $H_a : b_1, b_2 \neq 0$ , Artinya secara simultan Saluran Distribusi dan Persediaan barang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Industri Invilon Sagita

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		F	Sig.
1	Regression	48.132	.000 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.11 bahwa nilai  $F_{\text{tabel}}$  pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 pada  $df_1 = k-1 = 3-1=2$  dan  $df_2 = n-k = 128-3=125$  adalah 3,11. Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa diperoleh nilai  $F_{\text{hitung}} (48,132) > F_{\text{tabel}} (3,07)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_3$  diterima yaitu Saluran Distribusi dan Persediaan

Barang secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita.

#### 4.1.5.9 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2013:95), koefisien determinasi ( $R$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antar nol sampai satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.14 di bawah ini:

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.660 <sup>a</sup>	.435	.426	4.96638

a. Predictors: (Constant), PersediaanBarang, SaluranDistribusi

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Penelitian. 2022 (data diolah)

Tabel 4.14 bahwa besarnya koefisien determinasi yang diperoleh dapat dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0.435 berarti bahwa Saluran Distribusi dan Persediaan Barang dapat menjelaskan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita sebesar 43.5% dan sisanya 56.5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti harga, promosi, kualitas pelayanan.

## **4.2 Pembahasan**

### **4.2.1 Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} (3,660) > t_{tabel} (1,979)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima yaitu: Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Hartono (2019) bahwa Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan. Saluran Distribusi PT Industri Invilon Sagita yang kurang optimal sehingga memicu penurunan jumlah distribusi pipa yang mengalami penurunan, distribusi yang seringnya mengalami keterlambatan sehingga memicu keluhan pelanggan kepada perusahaan. Distribusi produk PT Industri Invilon Sagita yang dilakukan oleh perusahaan bergantung pada jumlah produk yang dipesan oleh pelanggan. Tetapi pada prakteknya terkadang perusahaan PT Industri Invilon Sagita tidak dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen sesuai dengan jumlah yang dipesan karena pengadaan stock untuk beberapa jenis produk yang minim.

### **4.2.2 Pengaruh Persediaan Barang terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} (8,481) > t_{tabel} (1,979)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_2$  diterima yaitu: Persediaan Barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri, Sugiharto dan Renata (2020) bahwa Persediaan Barang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan.

Persediaan barang yang memadai dapat membuat perusahaan bisa menyalurkan barang lebih tepat waktu sesuai jadwal kepada pelanggan sehingga kebutuhan pelanggan bisa dipenuhi dan tidak menurunkan kepuasan pelanggan. Persediaan barang PT. Industri Invilon Sagita yang masih seringnya mengecewakan pelanggan. Hal ini diakibatkan persediaan pipa yang tidak *up to date* sehingga terkadang memberikan informasi yang tidak valid kepada pelanggan. Permasalahan ini memicu tidak terkomputerisasi dengan baik mengenai persediaan pipa di perusahaan PT. Industri Invilon Sagita.

#### **4.2.3 Pengaruh Saluran Distribusi dan Persediaan Barang terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil pengujian hipotesis secara simultan bahwa diperoleh nilai  $F_{hitung} (48,132) > F_{tabel} (3,07)$  dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_3$  diterima yaitu Saluran Distribusi dan Persediaan Barang secara simultan berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita.

Besarnya koefisien determinasi yang diperoleh dapat dilihat dari nilai  $R$  Square sebesar 0.435 berarti bahwa Saluran Distribusi dan Persediaan Barang dapat menjelaskan Kepuasan pelanggan di PT Industri Invilon Sagita sebesar 43.5% dan sisanya 56.5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti harga, promosi, kualitas pelayanan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurchayanti (2019) dan Sugiharto dan Renata (2020) bahwa Saluran Distribusi dan Persediaan Barang berpengaruh positif dan signifikan Kepuasan pelanggan.

PT Industri Invilon Sagita mengalami penurunan yang tercermin dari penjualan pertahunnya cenderung mengalami penurunan yang diakibatkan oleh Saluran Distribusi yang dimiliki oleh perusahaan kurang efektif dalam penyampaian barang ke pelanggan yang melakukan pembelian di perusahaan yang berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan dan Persediaan Barang yang banyak diminati oleh pelanggan sering tidak tersedia langsung sehingga pemenuhan barang sering mengalami keterlambatan.