

**PENGARUH DISTRIBUSI DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN**

SKRIPSI



STIE EKA PRASETYA

**Ditulis oleh:
ANITA ENJELINA
191010003**

**DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT DALAM RANGKA
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
STIE EKA PRASETYA
MEDAN
2023**

Judul : **PENGARUH DISTIRBUSI DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN**

NAMA : **Anita Enjelina**

NIM : **191010003**

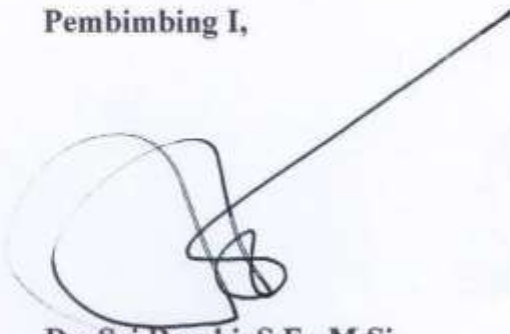
Proram Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Medan, 18 Juli 2023

Disetujui Oleh
Tim Pembimbing,

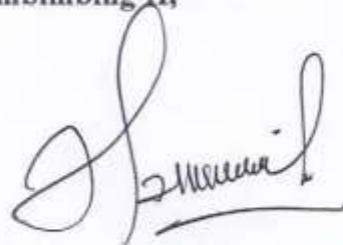
Pembimbing I,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' followed by a smaller 'R' and a final flourish.

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

NIDN :0006037202

Pembimbing II,

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized 'L' followed by the name 'Elianti' and a final flourish.

Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M.

NIDN : 0101019601

Diterima dan divalidasi oleh Dewan Penguji Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

Judul : **PENGARUH DISTIRBUSI DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN**

Nama : **Anita Enjelina**

Nim : **191010003**

Program Studi : **Manajemen**

Perguruan Tinggi : **STIE Eka Prasetya**

Pada 18 Juli 2023

Dewan Penguji,

Penguji I : **Elisabeth Nainggolan, S.Pd., M.Sc.**
NIDN : **0124028902**

()

Penguji II : **Muhammad Ali Akbar, S.E., M.M**
NIDN : **0115088601**

()

STIE Eka Prasetya,

Ketua



Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.

NIDN : 0006037202

STIE EKA PRASETYA
PROGRAM SARJANA (S-1)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIARISME

Saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang saya serahkan kepada dosen pembimbing Tugas Akhir, adalah benar-benar hasil pekerjaan saya. Jika saya mengutip dan/atau menggunakan hasil Atau pekerjaan orang lain dalam Tugas Akhir saya, maka saya akan mengindikasikan hal itu secara jelas, dengan mencantumkan sumber kutipan yang bersangkutan.

Jika saya melanggar pernyataan saya tersebut diatas maka saya menyatakan bersedia dikenakan sanksi plagiarisme dan sanksi akademik lainnya sesuai dengan peraturan yang berlaku di program Sarjana STIE Eka Prasetya Medan.

Nama	Anita Enjelina
NIM	191010003
Judul Skripsi	Pengaruh Distribusi Dan <i>Service Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Widya Semesta Abadi Medan
Pembimbing Tugas Akhir:	
Pembimbing -I	Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si.
Pembimbing -II	Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M

Saya menandatangani pernyataan ini dengan sadar dan pernyataan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 18 Juli 2023



Anita Enjelina
191010003

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “**PENGARUH DISTRIBUSI DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN**” sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ketua Yayasan Graha Eka Education Center Bapak Susanto, S.T.S.Pd., M.M.
2. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Ibu Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si. dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
3. Wakil Ketua Satu Bidang Akademik STIE Eka Prasetya Ibu Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.
4. Koordinator Program Studi Manajemen Ibu Ihdina Gustina, S.E., M.M.
5. Kepala Bagian Akademik Ibu Lisa Elianti Nasution, S.E., M.M dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan hingga selesainya skripsi ini
6. Kepala Bagian Keuangan Ibu Elysa, S.M.
7. Kepala Bagian Kemahasiswaan Bapak Junaidi, S.M.
8. Seluruh Dosen pengajar dan Staf Pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya Medan.
9. Kedua orang tua tercinta, saudaraku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moril, materil maupun spiritual

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan penulis. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih.

Medan, 04 Mei 2023

Penulis

Anita Enjelina

191010003

ABSTRAK

Joselyn Halim, 191010042. 2023, Pengaruh Lingkungan Bisnis dan Kreativitas Terhadap Kinerja Usaha UMKM Jalan Sumatera Medan, Program Studi Manajemen, Pembimbing I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Pembimbing II: Desma Erica Maryati M, S.Pd., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lingkungan bisnis terhadap Kinerja usaha UMKM kuliner jalan Sumatera Medan, menguji dan menganalisis pengaruh kreativitas terhadap Kinerja usaha UMKM kuliner jalan Sumatera Medan dan menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan bisnis dan Kreativitas terhadap Kinerja usaha Umkm kuliner jalan Sumatera Medan.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka atau bilangan. Sumber data berupa data primer dan data sekunder, unit analisis dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner jalan Sumatera Medan serta unit observasinya adalah UMKM kuliner jalan Sumatera Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah UMKM kuliner jalan Sumatera Medan sebanyak 151 UMKM sedangkan sampel berjumlah 110 UMKM. Data dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis memberikan persamaan **Kinerja Usaha UMKM = 2,545 + 0,500 Lingkungan Bisnis + 0,479 Kreativitas + e**. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh Lingkungan Bisnis secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jl Sumatera Medan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial diperoleh Lingkungan Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jl Sumatera Medan, secara parsial Kreativitas berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jl Sumatera Medan dan Lingkungan Bisnis dan Kreativitas secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jl Sumatera Medan. Hasil koefisien determinasi yang dapat dilihat dari nilai *R Square* yang berarti Lingkungan Bisnis dan Kreativitas terhadap Kinerja Usaha UMKM Kuliner di Jl Sumatera Medan dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini seperti cita rasa, kualitas pelayanan dan promosi.

Kata Kunci : Lingkungan Bisnis, Kreativitas, Kinerja Usaha UMKM.

ABSTRACT

Anita Enjelina, 191010003. 2023, the effect of distribution and Service Quality on customer satisfaction at Pt Widya Semesta Abadi Medan, Management Study Program, Advisor I: Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si, Advisor II: Lisa Elianti Nasution, S.E.,M.M.

This study aims to determine the effect of distribution on customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan, determine the effect of Service Quality on customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan and determine the effect of distribution and Service Quality on customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan.

The research methodology used is quantitative descriptive method. The type of data used in this study is quantitative data, the data obtained in the form of numbers. Data sources are primary data and secondary data, the analysis unit in this study is the customer of Pt Widya Semesta Abadi Medan and the observation unit is PT Widya Semesta Abadi Medan. The population in this study is PT Widya Semesta Abadi Medan customers as many as 134 customers while the sample amounted to 101 customers. Data were analyzed using multiple linear regression analysis method.

The results of the analysis give the equation Customer Satisfaction = 1.297 + 0.491 distribution + 0.381 Service Quality + e. The results of the calculation of the hypothesis partially obtained thitung value (3.372) > ttable (1.984) and a signifikan value of 0.001 < 0.05, the distribution of partial effect on customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan. The results of the calculation of the hypothesis partially obtained thitung value (4.477) > ttable (1.984) and a signifikan value of 0.000 < 0.05, then the Service Quality partially affect customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medani. The calculation results obtained Fhitung value (72.298) > Ftable (3.09) with a significance level of 0.000 < 0.05, then the distribution and Service Quality simultaneously affect customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan. R Square is equal to 0.596 means customer satisfaction PT Widya Semesta Abadi Medan. distribution and Service Quality can be explained by 59.6% and the remaining 40.4% influenced by other variables outside of this study such as product quality, price, and so on.

Keywords: Distribution, Service Quality, Customer Satisfaction.

DAFTAR ISI

JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN MENGENAI PLAGIATRISME

KATA PENGANTAR.....iv

ABSTRAK vi

ABSTRACT vi

MOTTO viii

PERSEMBAHAN.....ix

DAFTAR ISI.....x

DAFTAR TABEL.....xv

DAFTAR GAMBAR..... xvii

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian.....1

1.2 Identifikasi Masalah 8

1.3 Batasan Masalah 8

1.4 Rumusan Masalah.....9

1.5 Tujuan Penelitian.....9

1.6 Kegunaan Penelitian 9

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU	10
2.1	Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1	Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.1	Pengertian Kepuasan Pelanggan	10
2.1.1.2	Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	12
2.1.1.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	13
2.1.1.3	Indikator Kepuasan Pelanggan	14
2.1.2	Distribusi	16
2.1.2.1	Pengertian Distribusi.....	16
2.1.2.2	Fungsi Distribusi.....	17
2.1.2.3	Indikator Fungsi Distribusi	17
2.1.3	<i>Service Quality</i>	18
2.1.3.1	Pengertian <i>Service Quality</i>	18
2.1.3.2	Prinsip-Prinsip <i>Service Quality</i>	20
2.1.3.3	Indikator <i>Service Qu</i>	22
2.2	Penelitian Terdahulu.....	23
2.3	Kerangka Konseptual	24
2.4	Hipotesis Penelitian	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.1.1	Lokasi Penelitian.....	27

3.1.2 Waktu Penelitian	27
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.6.1 Uji Validitas	32
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1 Uji Normalitas.....	33
3.7.2 Uji Multikolinearitas	35
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	36
3.8 Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.9 Uji Hipotesis	37
3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial).....	37
3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)	38
3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	40
4.1.1 Sejarah Singkat PT Widya Semesta Abadi Medan	40

4.1.2	Visi dan Misi PT Widya Semesta Abadi Medan.....	40
4.1.3	Struktur Organisasi PT Widya Semesta Abadi Medan	42
4.1.4	Karakteristik Responden.....	45
4.1.4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
4.1.4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	46
4.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
4.1.5.1	Uji Validitas	47
4.1.5.2	Uji Reliabilitas	50
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	51
4.1.6.1	Uji Normalitas.....	51
4.1.6.2	Uji Multikolonieritas.....	53
4.1.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.1.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
4.1.8	Pengujian Hipotesis	56
4.1.8.1	Uji Parsial (Uji t).....	56
4.1.8.2	Uji Simultan (Uji-F).....	57
4.1.9	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.2	Pembahasan	59
4.2.1	Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.....	59
4.2.2	Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan PT	

Widya Semesta Abadi Medan	59
4.2.3 Pengaruh Distribusi dan <i>Service Quality</i> terhadap Kepuasan	
Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.....	60

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN

AKADEMIS	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Implikasi Manajerial.....	62
5.3 Saran Akademis.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SURAT IZIN OBSERVASI

SURAT BALASAN OBSERVASI

KARTU AUDIENCE SEMINAR PROPOSAL

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan PT Widya Semesta Abadi Medan.....	2
Tabel 1.2	Data Keluhan Pelanggan.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel Penelitian	30
Tabel 3.2	Skala Likert.....	32
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	46
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Distribusi (X_1).....	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas untuk Variabel <i>Service Quality</i> (X_2).....	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Realibilitas.....	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4.9	Hasil Uji Multikolonieritas.....	53
Tabel 4.10	Hasil Analisis regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	57
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	58
Tabel 4.13	Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proses Distribusi <i>Sparepart</i> dari Pabrik – Perusahaan.....	4
Gambar 1.2	Proses Distribusi <i>Sparepart</i> dari Perusahaan – Konsumen.....	4
Gambar 1.2	Distribusi Barang Pelanggan yang Bermasalah	5
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Widya Semesta Abadi Medan	42
Gambar 4.2	Uji Normalitas Histogram	51
Gambar 4.3	Uji Normal <i>P-P Plot</i>	52
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	: Data Pelanggan
Lampiran 3	: Tabulasi Kuesioner
Lampiran 4	: Hasil Pengujian Validitas
Lampiran 5	: Hasil Pengujian Reliabilitas
Lampiran 6	: Tabulasi Kuesioner Sampel
Lampiran 7	: Regresi
Lampiran 8	: Tabel Statistik r
Lampiran 9	: Tabel Statistik t
Lampiran 10	: Tabel Statistik F

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, produk/jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam, sehingga menimbulkan persaingan antar produsen dalam pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan. Karena distribusi yang optimal dan kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama, karena pelayanan dalam kepuasan pelanggan merupakan yang paling penting dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Menurut Puandi (2021:68), “Kepuasan Pelanggan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan.” Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pebisnis yaitu demi mempertahankan kelangsungan hidup bisnis tersebut dalam jangka panjang. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.

PT Widya Semesta Abadi Medan ini berdiri dalam bidang Jasa Kontraktor Alat Berat, dan didirikan sejak tahun 2002. Pada waktu itu perusahaan ini belum masih melakukan pendistribusian satu merek yaitu Komatsu, akan tetapi perkembangan dan permintaan kebutuhan konsumen yang tinggi sehingga perusahaan menambah beberapa merek yakni Hitachi dan Kobelco.

Kepuasan pelanggan yang mengalami penurunan disebabkan distribusi yang masih belum optimal dan pelayanan yang belum memuaskan. Penurunan kepuasan pelanggan pada PT Widya Semesta Abadi Medan mengakibatkan penurunan penjualan. Data penjualan dapat dilihat dari Tabel 1.1 adalah:

Tabel 1.1.
Data Penjualan PT Widya Semesta Abadi Medan
Tahun 2017-2021

Tahun	Total Penjualan (Rp)	Persentase (%)
2017	46,862,232,000	-
2018	43,365,841,000	(7.46)
2019	41,068,756,000	(5.30)
2020	37,562,548,000	(8.54)
2021	38,565,630,000	2.67

Sumber: PT Widya Semesta Abadi Medan, 2022

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa tingkat penjualan yang mengalami penurunan. Pada tahun 2017 perusahaan PT Widya Semesta Abadi Medan memperoleh total penjualan Rp 46.862.232.000. Untuk tahun 2018 perusahaan mendapat penjualan Rp 43.365.841.000. Terjadi penurunan sebesar 7.46%. Kemudian pada tahun 2019 sebesar Rp. 41.068.756.000 dan menurun sebesar 5.30%. Pada tahun 2020 menurun sebesar 8.54% dan sebesar Rp 37.562.548.000. Dan terakhir pada tahun 2021 mengalami peningkatan dari tahun 2020 sebesar 2.67% sebesar Rp 38.565.630.000. Walaupun perusahaan mengalami peningkatan pada tahun 2021 tetapi tidak begitu besar. Hal ini mencerminkan tingkat kepuasan

STIE Eka Prasetya

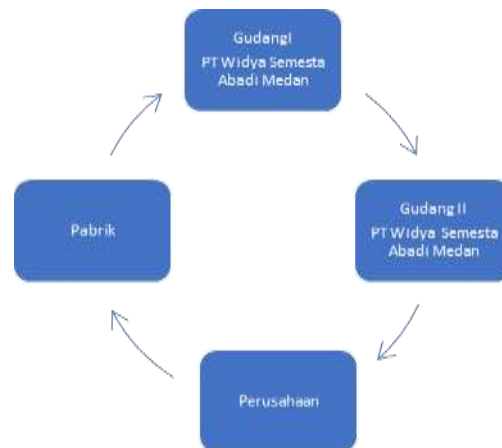
pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan yang mengalami penurunan yang berarti bahwa penurunan pembelian ulang sehingga berdampak pada penjualan. .

Menurut [Tjiptono \(2019:361\)](#), Distribusi adalah segala kegiatan untuk memindahkan produk dalam kuantitas tertentu , ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu. Distribusi merupakan suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen, dimana kegiatan tersebut berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen agar konsumen dapat menerima barang yang tepat, dalam jumlah dan kondisi yang sesuai, serta pada waktu yang tepat (*right goods, right quantity, right condition at the right time*). Oleh karena itu, dalam kegiatan distribusi barang harus mempertimbangkan beberapa faktor. Adapun faktor-faktor tersebut meliputi: waktu dan jarak tempuh, biaya bahan bakar, dan berapa banyak armada yang dibutuhkan.

Distribusi produk yang efektif dan efisien akan mendukung kelancaran penyampaian produk dari produsen ke distributor, distributor ke konsumen dalam waktu yang cepat sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun, kurangnya *supply* dari produsen ke distributor akan menghambat untuk memenuhi permintaan konsumen yang telah ada, sehingga permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi langsung oleh distributor.

Namun, pada prakteknya distribusi dari pabrik ke gudang PT Widya Semesta Abadi Medan cukup lama sehingga seringkali produk *sparepart* yang dipesan pelanggan membutuhkan waktu yang cukup lama. Serta rutusnya keluhan pelanggan berkaitan dengan waktu pengiriman ke lokasi pelanggan yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan PT Widya Semesta Abadi Medan. *Invoice*

yang tercetak dan dikoordinasi di tang 04 Oktober tetapi sampai tanggal 06 Oktober 2022 barang yang diorder pihak pelanggan belum juga dikirim ke lokasi pelanggan. Hal ini dapat disimpulkan sistem distribusi pada perusahaan belum optimal.



Gambar 1.1
Proses Distribusi Sparepart dari Pabrik – Perusahaan



Gambar 1.2
Proses Distribusi Sparepart dari Perusahaan – Konsumen

Alur distribusi di PT Widya Semesta Abadi Medan ketika pelanggan melakukan pemesanan dibagian *sales*, kemudian pihak *sales* melakukan



Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu penting dari kepuasan pelanggan dan secara langsung akan mempengaruhi keberhasilan organisasi. kualitas pelayanan yang prima merupakan strategi pemenang dan dapat menciptakan kepercayaan pelanggan dan keunggulan kompetitif. Tujuan memberikan kualitas yang prima adalah untuk memuaskan pelanggan dan dapat menimbulkan niat untuk kembali pelanggan (*repatronage intention*).

Salah satunya faktor menurunnya kualitas pelayanan dikarenakan terbatasnya sumber daya manusia (karyawan) sehingga menyebabkan kewalahan dalam mengatasi banyaknya pelanggan yang datang membeli yang mengakibatkan pelanggan menunggu terlalu lama dan karyawan yang tidak memberikan rekomendasi toko lain yang menjual barang yang dicari oleh pelanggan sehingga berakumulasi bahwa kualitas pelayanan yang tidak baik berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan PT Widya Semesta Abadi Medan mengalami penurunan sehingga memicu kekecewaan pelanggan. Banyaknya keluhan yang dikeluhkan pelanggan berkaitan dengan informasi yang tidak reliabel berkaitan dengan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco, kecacatan produk *sparepart*, kesalahan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco yang tidak sesuai kode pemesanan *sparepart*. Hal ini mengakibatkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan.

Tabel 1.2.
Data Keluhan Pelanggan
Tahun 2017-2021

Tahun	Total Keluhan Pelanggan
2017	9
2018	12
2019	13
2020	16
2021	18

Sumber: PT Widya Semesta Abadi Medan, 2022

Tabel 1.2. menunjukkan bahwa terjadinya keluhan pelanggan selama tahun 2017 sampai 2021 yang berkaitan dengan rutinnya kesalahan pengiriman pemesanan seperti kode mesin yang dipesan pelanggan yang di berikan tidak sesuai, produk yang tidak diperiksa sebelum dipengiriman dan informasi produk dan harga yang tidak reliabel. Beberapa keluhan adalah kesalahan dalam pengiriman kode mesin, retur produk karena mengalami kecacatan, minim pengawasan dalam pengiriman, informasi yang kurang reliabel, kekurangan produk, transportasi perusahaan sering rusak, informasi diskon yang berbeda, *indent* produk yang terlalu lama. Keluhan mengenai kualitas pelayanan berkaitan masalah tersebut beberapa telah di atasi oleh pihak perusahaan namun waktu penyelesain yang dianggap pelanggan kurang cepat. Banyaknya keluhan di sampaikan kepada perusahaan lewat via Telephone kepada Direktur secara langsung, kemudian direktur mengalihkan ke divisi kerja yang berkaitan dengan masalah yang dikeluhkan pelanggan dan memastikan keluhan ditangani dengan baik. Hal ini memicu kekecewaan pelanggan sehingga mendorong ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik dengan judul **“PENGARUH DISTRIBUSI DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini yakni:

1. Penurunan kepuasan pelanggan yang ditandai dengan terjadinya fluktuasi penjualan.
2. Distribusi yang tidak optimal terlihat dari rutinnya keluhan pelanggan berkaitan dengan waktu pengiriman ke lokasi pelanggan yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan PT Widya Semesta Abadi Medan.
3. *Service quality* yang menurun terlihat dari banyaknya keluhan yang dikeluhkan pelanggan berkaitan dengan informasi yang tidak reliabel berkaitan dengan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel bebas Distribusi (X_1) dan *Service Quality* (X_2) serta variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y). Objek penelitian ini adalah pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, dapat dirumuskan permasalahan yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan?
2. Apakah ada pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan?
3. Apakah ada pengaruh Distribusi dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan PT Widya Semesta Abadi Medan

Sebagai dasar peningkatan Kepuasan Pelanggan masa yang akan datang dengan perbaikan Distribusi dan *Service Quality*.

2. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu bagi penulis tentang pemasaran untuk dapat diterapkan pada permasalahan dalam dunia nyata yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat berguna untuk menjadi bahan acuan bagi penelitian-penelitian yang akan dilakukan oleh siapa yang ingin mengkaji persoalan yang relevan dengan hasil penelitian ini, sehingga dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih baik dan akurat. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya, seperti permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENELITIAN TERDAHULU

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan bagaimana hal ke depannya atau bahkan ada beberapa hal yang harus dirubah karena pelanggan merasa tidak puas atau dirugikan. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada pelanggan lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut.

Menurut [Armaniah, dkk dalam Fuandi \(2021:68\)](#), “Kepuasan Pelanggan adalah salah satu yang menjadi peranan penting dalam dunia bisnis, di mana tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan.”

Menurut [Firmansyah dan Haryanto \(2019:21\)](#), “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh pelanggan.”

Menurut [Candrianyo \(2021:42\)](#), “Kepuasan Pelanggan merupakan perbedaan antara yang diharapkan pelanggan (nilai pelanggan) dengan situasi yang diberikan perusahaan di dalam usaha memenuhi harapan pelanggan”.

Menurut [Arianto \(2022:157\)](#), “Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan

dimana keinginan harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi”.

Menurut [Gultom, dkk \(2022:121\)](#), “Kepuasan Pelanggan adalah suatu keadaan di mana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.”

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, peneliti menyimpulkan bahwa arti penting kepuasan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk. Mengukur kepuasan konsumen merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan memerlukan kriteria tertentu.

2.1.1.2 Tujuan Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen untuk datang kembali untuk pembelian ulang, serta dapat juga membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut [Candrianyo \(2021:80\)](#), Ukuran kepuasan pelanggan dapat dikategorikan sebagai kurang puas, puas dan sangat puas. Pengukuran mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Mempelajari persepsi masing-masing pelanggan terhadap mutu pelayanan yang dicari, diminati dan diterima atau tidak diterima pelanggan, yang akhirnya pelanggan merasa puas dan terus melakukan kerja sama.
2. Mengetahui kebutuhan, keinginan, persyaratan dan harapan pelanggan pada saat sekarang dan masa yang akan datang yang disediakan perusahaan yang sesungguhnya dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

3. Meningkatkan mutu pelayanan sesuai dengan harapan-harapan pelanggan.
4. Menyusun rencan kerja dan menyempurnakan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan tidak mudah diraih, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Menurut [Alvioletta, dkk \(2020:18\)](#), Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan:

1. Produk yang dihasilkan

Faktor pertama adalah terkait dengan produk yang dihasilkan maupun yang ditawarkan kepada pelanggan. Pelanggan anda bisa saja merasa puas apabila produk yang mereka gunakan atau beli merupakan produk berkualitas. Apabila pelanggan merasa puas, mereka akan menuntut anda untuk menyediakan produk tersebut. Inilah yang menjadi tantangan bagi para pemilik usaha.

2. Pelayanan

Pelayanan yang baik tidak hanya mempertahankan pelanggan saja, tetapi juga mencerminkan citra perusahaan atau jasa anda di mata pelanggan.

3. Faktor emosional

Kepuasan secara emosional inilah yang membuat pelanggan semakin loyal terhadap produk dan jasa. Faktor ketiga ini juga mengenai nilai sosial yang intinya membuat pelanggan bangga dengan apa yang ditawarkan.

4. Iklan yang menarik

Iklan semarik mungkin dan mendetail serta apa keunggulan harga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tersebut.

5. Memberikan kemudahan

Kemudian faktor kelima yang tidak kalah pentingnya adalah mengenai kemudahan. Apa yang dimaksud kemudahaan di sini adalah mulai dari kemudahan dalam mendapatkan produk hingga proses transaksi pembayarannya.

2.1.1.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Semakin banyak pesaing, perusahaan semakin dituntut untuk dapat melihat setiap kesempatan serta mengembangkan strategi untuk dapat memberikan kepuasan konsumen secara maksimal. Menurut Tjiptono dan Diana (2019:151) ada beberapa tingkat pengukuran kepuasan konsumen yaitu:

1. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*)

Cara paling sederhana mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka terhadap produk atau jasa spesifik tertentu. Biasanya, ada dua bagian dalam proses pengukurannya. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan. Kedua menilai dan membandingkannya dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan terhadap produk dan / jasa terhadap para pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian memilah kepuasan pelanggan ke dalam komponen-

komponennya. Umumnya proses semacam ini terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci (disebut pula ‘determinan’) kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan / jasa perusahaan berdasarkan ítem-ítem spesifik, seperti harga, kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan / jasa pesaing berdasarkan ítem-ítem spesifik yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

3. Konfirmaasi Ekspetasi (*Confirmation of Expectations*)

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan konfirmasi atau diskonfirmasi antara ekspetasi pelanggan dengan kinerja actual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

4. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intent*)

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan menanyakan apakah pelanggan akan membeli produk yang sama lagi atau akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

5. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya, relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian (seperti pembelian rumah, asuransi jiwa, tur keliling dunia, jasa *wedding planner*, dan sebagainya), kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau

keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan (*Customer Dissatisfaction*)

Sebagian pakar kepuasan pelanggan berargumen bahwa pemahaman dan pengukuran kepuasan pelanggan selama ini cukup banyak yang dilandasi perspektif ketidakpuasan pelanggan. Beberapa macam aspek yang sering ditelaah guna mengetahui ketidakpuasan.

2.1.2 Distribusi

2.1.2.1 Pengertian Distribusi

Kegiatan distribusi merupakan salah satu fungsi pemasaran yang sangat penting dilakukan dalam pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperluas arus barang atau jasa mulai dari produsen sampai ketangan pelanggan sesuai dengan jumlah dan waktu yang telah ditentukan. Menurut [Suryanto \(2017:95\)](#), “Distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada pelanggan.”

Menurut [Sritriyana dan Kurnia \(2022:4\)](#), “Distribusi adalah suatu kegaitan untuk pemindahan barang dari tahap produsen kepada konsumen di dalam bagian *suplly chain*.”

Menurut [Ayesha, dkk \(2022:156\)](#), “Distribusi merupakan kegiatan memperlancar arus barang atau jasa dari produsen ke koonsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan).”

Menurut [Satriadi, dkk \(2022:32\)](#), “Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan).”

Menurut [Abidin, dkk \(2017:208\)](#), “Distribusi merupakan penyampaian produk hingga ke tangan konsumen. Distribusi mencakup kegiatan penentuan saluran pemasaran dan distribusi fisik. Distribusi yang baik harus efektif dan efisien.”

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Distribusi adalah suatu proses penyemapaian barang atau jasa dair produsen ke pelanggan baik secara langsung maupun perantara, dengan waktu serta kualitas fisik barang atau jasa sebagaimana ekspektasi konsumen.

2.1.2.2 Fungsi Distribusi

Distribusi merupakan proses penyaluran produk dari produsen sampai ke tangan pelanggan. Kemudahan pelanggan dalam mendapatkan produk yang diinginkan menjadi prioritas utama dari setiap perusahaan untuk memuaskan pelanggannya. Menurut [Satriadi, dkk \(2022:33\)](#), Fungsi distribusi adalah:

1. Menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen.
2. Membantu memperlancar pemasaran, sehingga barang-barang yang dihasilkan produsen dapat segera terjual kepada konsumen.

2.1.2.3 Indikator Distribusi

Mengingat distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam lembaga usaha (seperti produsen, pedagang besar dan pengecer), maka kegiatan distribusi harus dapat dipertimbangkan dan dilakukan secara efisien dan efektif. Menurut **Suryanto (2017:95)**, adapun pengukuran dalam kegiatan distribusi produk suatu perusahaan meliputi::

1. Ketersediaan produk

Ketersediaan produk merupakan suatu upaya perusahaan dalam menyediakan produk di lokasi yang tepat, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mendapatkan produk pada saat dibutuhkan.

2. Jangkauan distribusi

Jangkauan distribusi merupakan lokasi atau tempat yang digunakan oleh pengusaha untuk menyediakan suatu produk atau jasa yang dekat dengan pelanggan, sehingga pelanggan lebih cepat untuk mendapatkan produk pada saat mereka membutuhkan.

3. Tingkat kemudahan

Tingkat kemudahan merupakan suatu kondisi yang diciptakan oleh pengusaha untuk memberikan kemudahan atau kenyamanan bagi pelanggan dalam mendapatkan produk melalui pendistribusiannya di tempat yang strategis, sehingga pelanggan tidak merasa kesulitan untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan..

2.1.3 Service Quality

2.1.3.1 Pengertian Service Quality

Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyaltas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan.

Menurut Hamirul dan Alamsyahril (2020:30), “*Service Quality* adalah penilaian pelanggan terhadap layanan yang diterima dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan harapan pelayanan yang ingin diterima olehnya”.

Menurut Bunyamin (2021:69), “Kualitas Pelayanan adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan jasa atau produk, manusia serta proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”

Menurut Hendrata, dkk (2021:12), “*Service Quality* adalah sarana untuk mencapai kepuasan dan ikatan”.

Menurut Suryani (2021:25), “*Service Quality* adalah pemberian jasa kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dalam industri, kualitas pelayanan adalah jasa yang diberikan kepada pelanggan yang berupa peralatan dan perlengkapan, jam operasional, sistem pembayaran, responden karyawan terhadap pelanggan dan sebaainya”.

Menurut Arman (2022:54), “*Service Quality* adalah sebagai perbandingan mengenai apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dicapai oleh

konsumen dengan indikator dikenal dengan lima dimensi sebagai berikut: *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*”.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *Service Quality* adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen.

2.1.3.2 Prinsip-Prinsip Service Quality

Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Menurut [Priansa \(2017:53\)](#), untuk menciptakan suatu perusahaan yang kondusif, terdapat prinsip-prinsip yang harus dijadikan acuan dalam pemberian *service quality*, prinsip tersebut adalah :

1. Sistem dan Kebijakan

Kualitas jasa perlu didukung oleh sistem dan kebijakan perusahaan yang suportif, artinya kualitas jasa muncul bukan hanya karena kebutuhan konsumen namun juga kebutuhan perusahaan untuk terus berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan

untuk meningkatkan kinerja kualitas, tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil bagi perusahaan.

3. Pendidikan dan Pelatihan

Agar jasa yang dihasilkan berkualitas maka diperlukan pendidikan dan pelatihan yang memadai dari setiap personel organisasi dalam proses dan penyampaian jasa.

4. Perencanaan

Meliputi pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan persoalan untuk mencapai visi dan misi organisasi.

5. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional.

6. Komunikasi

Implementasi strategi dalam organisasi dipengaruhi oleh komunikasi terhadap karyawan, konsumen, dan stakeholder's perusahaan.

7. *Rewards*

Penghargaan dan pengakuan merupakan asset yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan agar memiliki motivasi untuk selalu terus menerus memberikan jasa yang berkualitas.

8. Kepuasan konsumen

Jasa yang berkualitas harus didasarkan pada kenyataan bahwa jasa tersebut mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya secara memadai.

2.1.3.3 Indikator *Service Quality*

Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian dari strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun strategi usaha untuk terus tumbuh dan berkembang. Menurut Hamirul dan Alamsyahril (2020:30), indikator *service quality* yakni :

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan serta penampilan para pegawainya.

2. *Reliability* (Kehandalan)

Yaitu kemampuan organisasi untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang meliputi ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. *Assurance* (Jaminan/Kepastian)

Yaitu pengetahuan, kesopan santunan serta kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada para pelanggan di kredibilitas, keamanan, kompeten dan sopan santun.

5. *Empathy*

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

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.	Mulyapradana, dkk (2020) Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah E-ISSN : 2599-3410 P-ISSN : 2614-3259 SINTA 4	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal	X_1 =Kualitas Pelayanan Y_2 =Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Saluran Distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
	Jakarta			
2.	Nasruddin dan Nurchayati (2019) <i>Jurnal of Management and Business</i> p-ISSN : 2656-8918 e-ISSN:2684-8317 SINTA 3 Lubuklinggau	Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan	X_1 =Promosi X_2 =Saluran Distribusi Y =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
3.	Rachmawati (2021) Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan e-ISSN. 2723-0112 SINTA 3 Malang	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen melalui Marketing Relationship di Masa Pandemi Covid-19	X_1 =Saluran Distribusi X_2 = <i>Personal selling</i> Y =Kepuasan Pelanggan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan antara pengaruh saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan
4.	Ketiya dan Heryanda (2022) Bisma: Jurnal Manajemen P-ISSN: 2476-8782 SINTA 2 Karangasem	Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen Pada PT. Suzuki Indobali Trada Cabang Karangasem	X_1 =Kualitas Produk X_2 =Pelayanan Y =Kepuasan konsumen	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan
5.	<i>Mahsyar and Surapati (2022)</i> <i>International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)</i> E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771 SINTA 4 Makassar	<i>Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty</i>	X_1 =Service Quality Product X_2 =Quality Customer Y_1 =Satisfaction Y_2 =Loyalty	<i>The equation Model is processed using the SmartPLS application version 3. The result of this research is that the quality of service has no significant effect on customer satisfaction, product quality has significant effect on customer satisfaction, and customer satisfaction has</i>

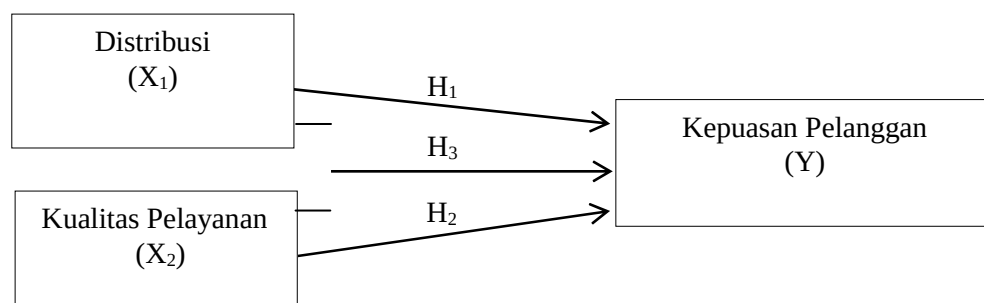
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
				<i>significant effect on consumer loyalty.</i>

2.3 Kerangka Konseptual

Distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada pelanggan. Dengan distribusi yang baik dan sesuai dapat menjadi faktor penting dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Untuk itu perlu adanya perhatian khusus mengenai penerapan dan pengawasan distribusi yang efektif dan efisien.

Kualitas Pelayanan memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan perusahaan baik atau tidaknya tergantung antara kesesuaian dan keinginan kualitas pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, kualitas pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur kepuasan pelanggan. Bila kualitas pelayanan jasa yang dirasakan lebih kecil dari pada yang diharapkan maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak puas bahkan memberi dampak negatif lainnya pada perusahaan.

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 :

- H₁: Terdapat pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan
- H₂: Terdapat pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan
- H₃: Terdapat pengaruh Distribusi dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT Widya Semesta Abadi Medan yang berlokasi di Jalan Rahmadsyah no 32 Medan.

3.1.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan Maret 2022 sampai dengan April 2023

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.2.1 Jenis Data

Menurut [Wahyudi \(2017:12\)](#), ada dua jenis data yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang mengutamakan mutu dan kualitas dari data yang bersangkutan.

2. Data kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data-data yang berupa angka yang karakteristiknya selalu dalam bentuk numerik seperti data pendapatan, jumlah penduduk, tingkat konsumsi, bunga bank dan sebagainya.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana data yang digunakan berupa data kuantitatif yang berasal dari jawaban yang akan diberikan oleh responden melalui kuesioner yang akan disebarakan.

3.2.2 Sumber Data

Menurut [Wahyudi \(2017:11\)](#) , terdapat dua jenis data berdasarkan sumbernya yaitu :

1. Data primer

Merupakan data yang diambil dari sumbernya, serta belum pernah dipublikasi oleh instansi tertentu. Umumnya dihasilkan kuesioner dan wawancara.

2. Data sekunder

Merupakan data yang telah diolah dan dipublikasi oleh instansi tertentu misalnya data yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik, data perusahaan.

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang secara langsung berhubungan kepada sumber yang memberikan data seperti pembagian kuesioner dan observasi, sedangkan data sekunder seperti penggunaan data penjualan dari objek penelitian ataupun dokumentasi dari buku ataupun jurnal.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian di perusahaan pada tahun 2022 yaitu sebanyak 134 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Teknik pengambilan sampel penelitian dengan rumus slovin. Menurut Jaya (2019:10) rumus slovin adalah sebagai berikut :

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

Dimana:

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi
- e = Tingkat toleransi kesalahan dalam pengambilan sampel (5%)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah

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

$$n = \frac{134}{1 + (134)(0.05)^2}$$

$$n = 100,37 = 101$$

Berdasarkan data dari jumlah populasi diatas yang berjumlah 101 pelanggan dan dilakukan pengecilan jumlah sampel dengan rumus slovin dengan penggunaan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% maka dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 101 pelanggan.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk. Mengukur kepuasan konsumen merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan memerlukan kriteria tertentu.	1. Dimensi kepuasan Pelanggan 2. Konfirmaasi ekspetasi 3. Niat beli ulang 4. Kesiediaan untuk merekomendasi Sumber : Tjiptono dan Diana (2019:151)	Skala <i>Likert</i>

Variabel Penelitian	Definisi	Indikator	Pengukuran
Distribusi (X ₁)	Distribusi adalah suatu proses penyemapaian barang atau jasa dair produsen ke pelanggan baik secara langsung maupun perantara, dengan waktu serta kualitas fisik barang atau jasa sebagaimana ekspektasi konsumen.	1. Ketersediaan produk 2. Jangkauan distribusi 3. Tingkat kemudahan Sumber : Suryanto (2017:95)	Skala <i>Likert</i>
<i>Service Quality</i> (X ₂)	<i>Service Quality</i> adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen	1. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) 2. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan/Kepastian) 5. <i>Empathy</i> Sumber : Hamirul dan Alamsyahril (2020:30)	Skala <i>Likert</i>

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2017:142), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh jawaban hasil kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data berupa informasi secara tertulis dan langsung dari responden. Jawaban dari responden bersifat kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan dan diukur dengan menggunakan skala tingkat (*likert*).

Menurut Sugiyono (2017:93), skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam pengukuran aspek pengaruh lokasi dan media sosial digunakan skala tingkat (*likert*) dengan keterangan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No.	Keterangan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (R)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Metode kepustakaan dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, dan mengutip pendapat dari berbagai sumber seperti buku, internet, skripsi, jurnal, laporan atau dokumen perusahaan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 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 pengujian validitas adalah:

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut [Ghozali \(2018:47\)](#) “Uji Reliabilitas adalah 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”.

Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori 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.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut [Ghozali \(2018:154\)](#), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* untuk jumlah sampel yang kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu :

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan

melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik *normal plot* dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng (*skewness*) ke kiri dan tidak normal. Sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis normal, serta penyebarannya agak menjauh dari garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi menyalahi asumsi normalitas.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

- a. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- a. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- b. $p \geq 0,05$ maka distribusi data normal.

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Menurut [Ghozali \(2018:103\)](#) Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya dengan melihat :

1. Nilai *Tolerance* dan lawannya
2. *Variance Inflation Factor* (VIF).

Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi syarat untuk

melihat nilai *Tolerance* dan *Varian Inflation Factor (VIF)* pada model regresi apabila :

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.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut [Ghozali \(2018:134\)](#), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang berbeda disebut Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crossection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut [Ghozali \(2018:8\)](#), analisis regresi linear berganda digunakan untuk lebih dari satu variabel bebas (*metric*) terhadap satu variabel terikat. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Pelanggan (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Distribusi (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	Service Quality (<i>independent variable</i>)
α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Distribusi
β_2	=	koefisien untuk variabel Service Quality
e	=	persentase kesalahan (10%)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Secara Parsial)

Menurut [Ghozali \(2018:97\)](#), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel perjas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.9.2 Uji F (Uji Secara Simultan)

Menurut [Ghozali \(2018:96\)](#), Tidak seperti uji t yang menugji signifikansi koefisien regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

1. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
2. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

3. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

3.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut [Ghozali \(2018:95\)](#), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat PT Widya Semesta Abadi Medan

Pada awalnya PT Widya Semesta Abadi Medan merupakan sebuah perusahaan yang masih sederhana dengan nama CV. Widya Semesta Abadi Medan. Pada tahun 2009 barulah berkembang menjadi Perseroan Terbatas (PT). PT Widya Semesta Abadi Medan ini berdiri dalam bidang Jasa Kontraktor Alat Berat, dan didirikan sejak tahun 2002. Pada waktu itu perusahaan ini belum masih melakukan pendistribusian satu merek yaitu Komatsu, akan tetapi perkembangan dan permintaan kebutuhan konsumen yang tinggi sehingga perusahaan menambah beberapa merek yakni Hitachi dan Kobelco.

4.1.2 Visi dan Misi PT Widya Semesta Abadi Medan

Visi PT Widya Semesta Abadi Medan

1. PT Widya Semesta Abadi Medan akan menjadi perusahaan publik yang dikenal luas dan menjadi yang terdepan dengan memberikan pelayanan dengan kualitas yang baik bagi keuntungan konsumen.
2. Memahami pelanggan, bahwa pelanggan adalah segalanya dan biasanya selalu benar.
3. Bekerja secara profesional dan tepat waktu.

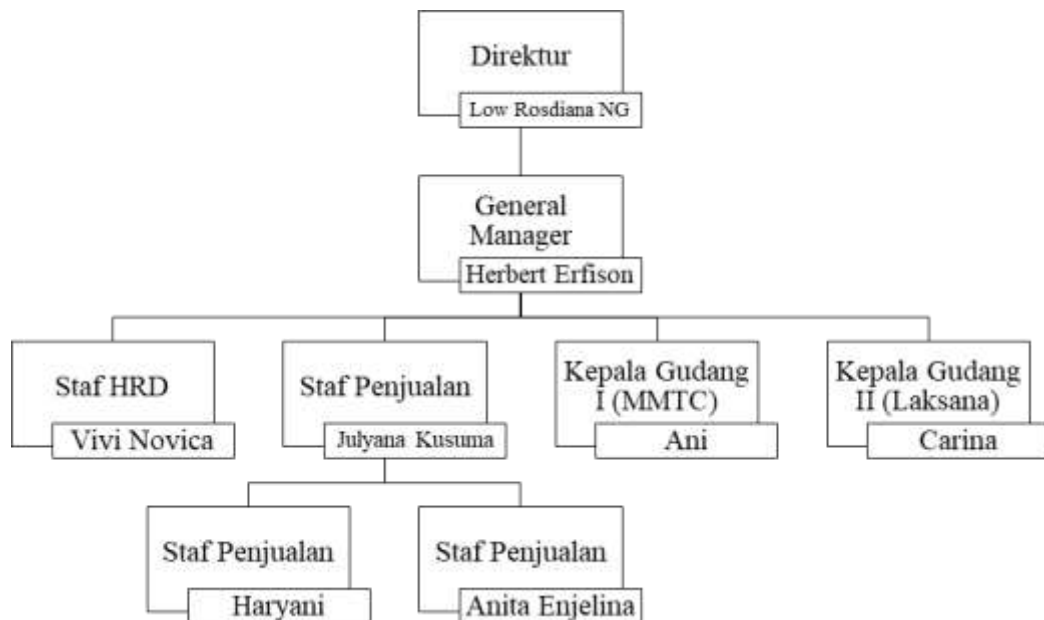
4. Mengutamakan keselamatan kerja dan meningkatkan kualitas personel dengan cara memberikan pelatihan secara berkala.
5. Merencanakan perluasan operasional dengan menawarkan harga yang kompetitif kepada pelanggan.
6. Menjadi perusahaan pilihan pertama pelanggan dibidang penyedia alat berat dengan reputasi nasional

Misi PT Widya Semesta Abadi Medan

1. PT Widya Semesta Abadi Medan memberikan kualitas terbaik dari beragam produk peralatan dan juga pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan harga yang bersaing.
2. Mengutamakan keselamatan kerja demi memuaskan pelanggan dan karyawan PT Widya Semesta Abadi Medan.
3. Menciptakan lingkungan kerja yang baik dan membina hubungan baik dengan pelanggan, *supplier* dan juga staff.
4. Bekerja dengan aman dengan meminimalisir tingkat kecelakaan.
5. Menjadi mitra handal dan terpercaya bagi pelanggan dengan memberikan produk, solusi dan layanan yang unggul.
6. Meningkatkan mutu dan perbaikan kinerja secara terus menerus untuk mencapai keunggulan kompetitif yang didukung oleh SDM profesional dan berdedikasi.
7. Meningkatkan nilai tambah yang optimal bagi pelanggan, pekerja, *stakeholder*, *supplier* dan masyarakat sekitar dengan menerapkan kaidah manajemen modern dalam pengembangan bisnis.

4.1.2 Struktur Organisasi PT Widya Semestas Abadi Medan

Perusahaan Organisasi merupakan suatu wadah atau badan yang mengorganisir orang-orang untuk melakukan pekerjaan bersama-sama dapat dituju dengan seefektif mungkin guna mencapai tujuan yang diinginkan bersama. Didalam suatu organisasi yang baik dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu, seorang pemimpin tidak dapat menyelesaikan tugasnya secara individu. Maka untuk memperlancar tugasnya tersebut harus dikerjakan secara terpisah menjadi lebih kecil agar dapat dikerjakan oleh individu yang membantunya. Dalam struktur organisasi PT Widya Semesta Abadi Medan seorang bawahan bertanggung jawab langsung kepada atasannya. Sebagai gambaran mengenai struktur organisasi PT Widya Semesta Abadi Medan dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut :



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.1.

Struktur Organisasi PT Widya Semesta Abadi Medan

Sesuai dengan organisasi perusahaan tersebut, maka karyawan mempunyai tugas dan wewenang dalam menjalankan tugas-tugas perusahaan yaitu terdiri dari tugas umum perusahaan yaitu:

1. Direktur

- a. Mengatur tugas dan tanggung jawab sesuai dengan divisi masingmasing.
- b. Mengendalikan jalannya perusahaan.
- c. Mengambil keputusan dalam perusahaan secara keseluruhan.
- d. Menerima hasil laporan yang berhubungan dengan perusahaan dari manajer secara berkala.
- e. Menjalin hubungan dengan perusahaan lain untuk kepentingan perusahaan.
- f. Memberikan sanksi terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh karyawannya.
- g. Bertanggung jawab atas kelangsungan perusahaannya yang di jalankannya.

2. *General Manager*

- a. Mengatur tugas dan tanggung jawab anggotanya.
- b. Memastikan semua anggota dalam pelaksanaan fungsi-fungsi pekerjaannya berkenaan dengan pelaksanaan dengan baik.
- c. Memastikan bahwa struktur manajer pada posisinya mengetahui tanggung jawab mereka dalam pelaksanaan kerja di tempat mereka bekerja.

- d. Menerima dan memberhentikan karyawan.

3. Staf HRD

- a. Penerimaan tenaga kerja koordinasi dengan *labour supply*.
- b. Sosialisasi dan koordinasi.
- c. Menyiapkan perjanjian kerja untuk karyawan baru.
- d. Absensi daftar hadir.
- e. *Internal letter*.
- f. *Incoming letter* / surat masukan.
- g. *Out going* / surat keluar.
- h. BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenaga Kerjaan.

4. Staf Penjualan

- a. Melakukan pengaturan administrasi keuangan perusahaan.
- b. Menyusun dan membuat laporan keuangan perusahaan.
- c. Menyusun dan membuat laporan perpajakan perusahaan.
- d. Menyusun dan membuat anggaran pengeluaran perusahaan secara periodik (bulanan / tahunan).
- e. Melakukan pembayaran gaji karyawan.
- f. Menyusun dan membuat surat-surat yang berhubungan dengan perbankan dan kemampuan keuangan perusahaan.
- g. Menerima pesanan spare part alat berat dari anggota lapangan.
- h. Menyediakan stok barang spare part dan mengordernya kembali pada toko rekanan apabila persediaan stok tinggal sedikit.

- i. Bertanggung jawab atas orderan spare part alat berat dan mengfollow up bagian gudang.
5. Kepala Gudang MMTC dan Laksana
 - a. Melakukan pengaturan stock.
 - b. Menyusun dan membuat laporan stock.
 - c. Mengawasi penyusunan stock dengan rapid an sesuai dengan produk.
 - d. Menyusun dan membuat anggaran stock yang hampir habis

4.1.4 Karakteristik Responden

4.1.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil analisis data berdasarkan usia responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Pelanggan	Persentase
>20-30 Tahun	26	26%
31-40 Tahun	51	50%
> 40 Tahun	24	24%
Total	101	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.1. responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di bawah 20-30 tahun sebanyak 26 responden, responden dalam penelitian ini adalah yang berusia 31-40 tahun sebanyak 51 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berusia di atas 40 tahun sebanyak 24 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah usia 31-40 tahun.

4.1.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Pelanggan	Persentase
Laki-laki	74	73%
Perempuan	27	27%
Total	101	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.2. responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 74 responden dan responden dalam penelitian ini adalah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 27 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

4.1.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Karakteristik responden dalam penelitian berdasarkan jumlah pembelian responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian

Jumlah Pembelian	Jumlah Pelanggan	Persentase
<5 kali	42	42%
>5 kali	59	58%
Total	101	100%

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Tabel 4.3. responden dalam penelitian ini adalah yang memiliki jumlah pembelian <5 kali sebanyak 42 responden dan responden yang memiliki jumlah

pembelian >5 kali sebanyak 59 responden. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki jumlah pembelian >5 kali.

4.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

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 pengujian validitas adalah:

1. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. *Item* pertanyaan atau pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Nilai r_{tabel} untuk signifikan 0,05 pada derajat bebas $df=n-k = 30-2=28$ adalah sebesar 0.361. Hasil pengujian validitas untuk variabel Distribusi dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.4.
Hasil Uji Validitas untuk Variabel Distribusi (X_1)

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Barang yang dipesan konsumen datang tepat waktu	0,895	0,361	Valid
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.	0,949	0,361	Valid
3.	Jangkauan distribusi yang luas sehingga memudahkan pelanggan	0,919	0,361	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
4.	Perusahaan menggunakan sistem distribusi langsung sehingga yang aman dalam melakukan ke pelanggan	0,941	0,361	Valid
5.	Pelanggan mudah dalam proses distribusi retur produk	0,934	0,361	Valid
6.	Pelanggan mudah dalam proses distribusi pemesanan barang	0,877	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.4. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Distribusi (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel *Service Quality* dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas untuk *Service Quality* (X_2)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Lokasi perusahaan yang jelas sehingga perusahaan dapat menyampaikan keluhan	0,716	0,361	Valid
2.	Produk yang dijual oleh perusahaan lengkap	0,770	0,361	Valid
3.	Pelanggan menyukai informasi yang disampaikan sesuai dengan realitas	0,666	0,361	Valid
4.	Perusahaan memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh pelanggan	0,650	0,361	Valid
5.	Perusahaan memberikan pelayanan yang cepat	0,900	0,361	Valid
6.	Perusahaan memberikan pelayanan yang tanggap dalam memperbaiki keluhan pelanggan atau permasalahan pelanggan	0,903	0,361	Valid
7.	Adanya jaminan dari perusahaan ketika penerimaan produk yang rusak atau cacat	0,376	0,361	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
8.	Perusahaan memberikan kepastian bahwa penerimaan produk dalam keadaan yang baik	0,491	0,361	Valid
9.	Perusahaan selalu membantu pelanggan ketika adanya permasalahan dalam produk	0,776	0,361	Valid
10.	Perusahaan mengatur keinginan pelanggan dengan baik yang berkaitan dengan retur maupun distribusi	0,734	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.5. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel *Service Quality* (X_2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

Hasil pengujian validitas untuk variabel Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.6.
Hasil Uji Validitas untuk Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1.	Perusahaan adalah pilihan utama ketika pelanggan ingin melakukan pembelian	0,793	0,361	Valid
2.	Pelanggan mengalami kepuasan sehingga berkomitmen melakukan pembelian secara teratur	0,869	0,361	Valid
3.	Waktu Distribusi sesuai dengan keinginan pelanggan	0,755	0,361	Valid
4.	Pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan	0,741	0,361	Valid
5.	Pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian kembali	0,870	0,361	Valid
6.	Pelanggan mengalami kepuasan sehingga ingin berhubungan dalam jangka waktu yang panjang	0,871	0,361	Valid
7.	Pelanggan bersedia merekomendasikan kepada orang lain	0,780	0,361	Valid

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
8.	Pelanggan menyukai transaksi pembelian di perusahaan ini sehingga selalu mempromosikan kepada keluarga	0,745	0,361	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.6. menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan untuk variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) dinyatakan valid.

4.1.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut [Ghozali \(2018:47\)](#), “Uji Reliabilitas adalah 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”. Secara umum pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori sebagai berikut :

4. *Cronbach's alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk.
5. *Cronbach's alpha* $0,6-0,79$ = reliabilitas diterima.
6. *Cronbach's alpha* $0,8$ = reliabilitas baik.

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

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Jumlah Kuesioner	Keterangan
Distribusi	0.962	6	Reliabilitas baik
<i>Service Quality</i>	0.886	10	Reliabilitas baik
Kepuasan Pelanggan	0.921	8	Reliabilitas baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

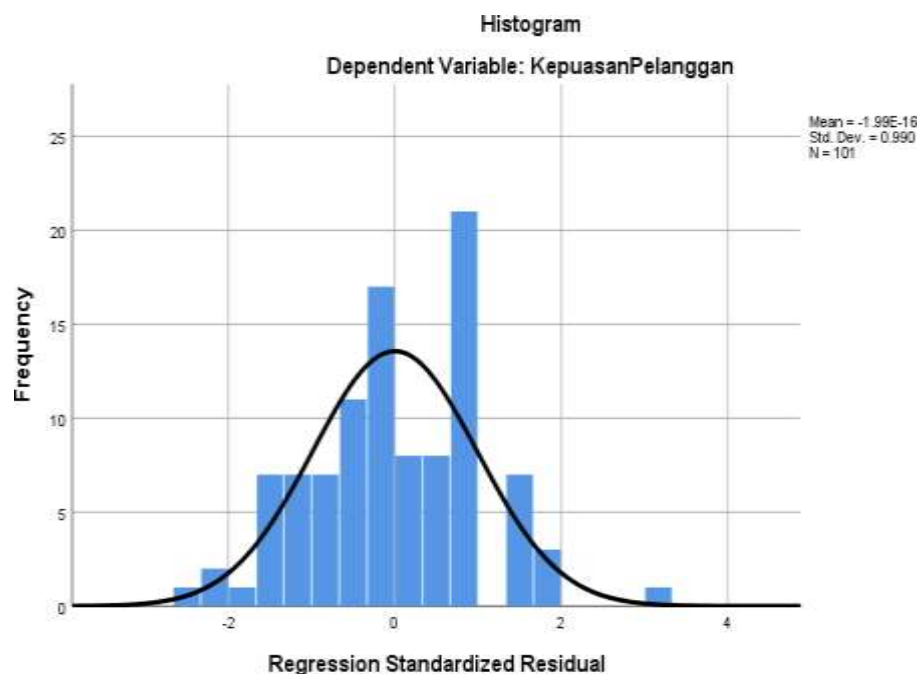
Tabel 4.7. Hasil di atas menunjukkan variabel Distribusi, *Service Quality*

dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai nilai *Cronbach's Alpha* >0.8 Bahwa variabel Distribusi, *Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini dinyatakan reliabilitas baik.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

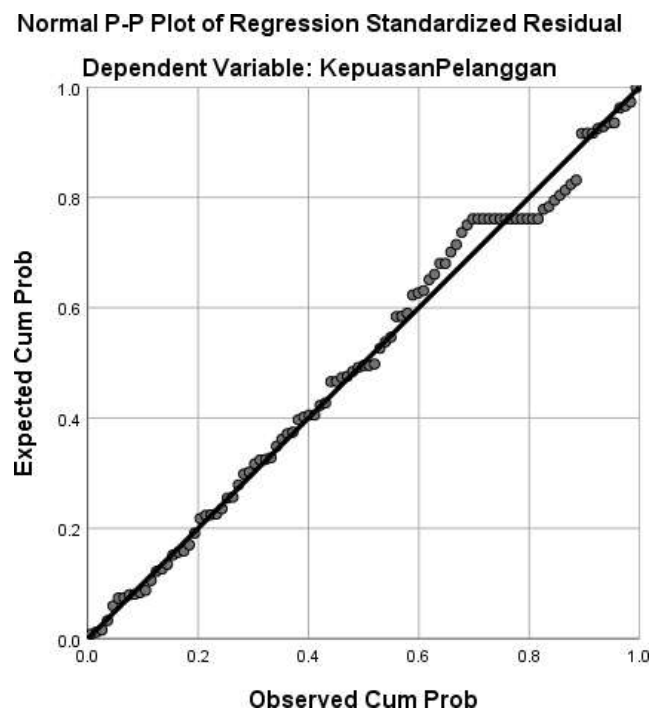
Menurut [Ghozali \(2018:154\)](#), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan analisis grafik histogram dan normal P Plot.



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.2
Uji Normalitas Histogram

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



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.3.

Uji Normal P-P 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.

Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Pedoman dalam pengambilan keputusan ini adalah :

- c. $p < 0,05$ maka distribusi data tidak normal.
- d. $p \geq 0,05$ maka distribusi data norma.

Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.8.berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Kriteria	Kesimpulan
0.200	> 0.05	Distribusi Normal

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.8. menunjukkan nilai signifikan $0,200 > 0,05$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinearitas

Menurut [Ghozali \(2018:103\)](#) Uji multikoliniearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

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 multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.9.berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai <i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Kesimpulan
Distribusi	0.381	2.621	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Service Quality</i>	0.381	2.621	Tidak Terjadi Multikolinearitas

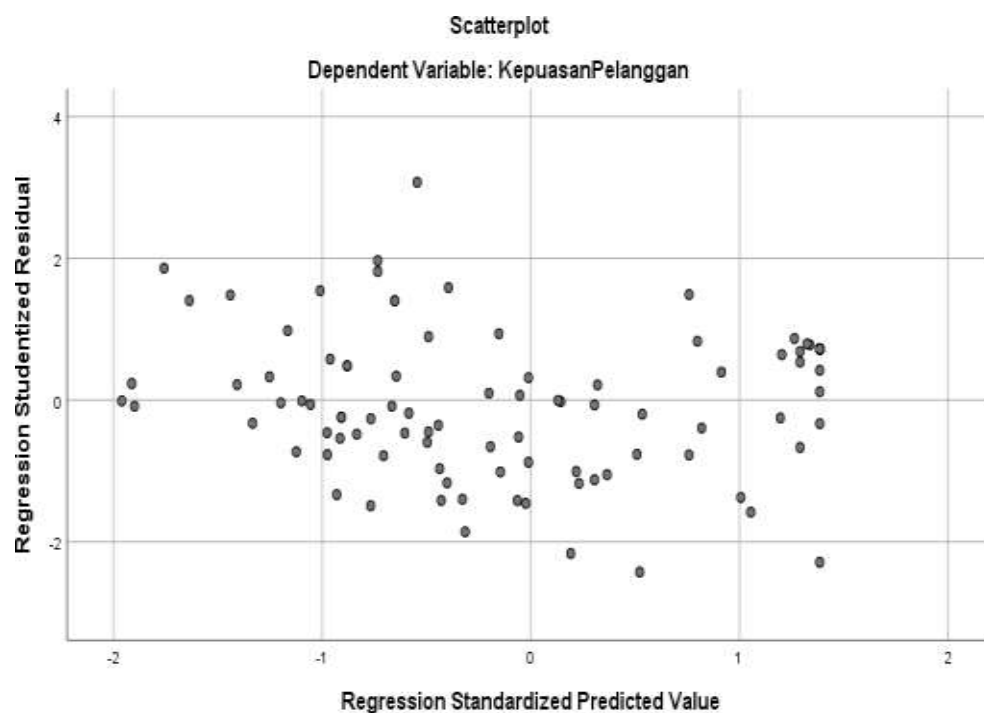
Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Tabel 4.9. menunjukkan variabel Distribusi dan *Service Quality* sebesar

0,381 > 0,01 sedangkan nilai VIF variabel Distribusi dan *Service Quality* sebesar 2,621 < 10 bahwa tidak terjadi multikolonieritas dalam penelitian ini.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut [Ghozali \(2018:134\)](#), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.4.berikut ini:



Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Gambar 4.4.
Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

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.

4.1.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut [Ghozali \(2018:8\)](#), analisis regresi linear berganda digunakan untuk lebih dari satu variabel bebas (*metric*) terhadap satu variabel terikat. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan model regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Pelanggan (<i>dependent variable</i>)
X ₁	=	Distribusi (<i>independent variable</i>)
X ₂	=	<i>Service Quality</i> (<i>independent variable</i>)
α	=	konstanta
β_1	=	koefisien untuk variabel Distribusi
β_2	=	koefisien untuk variabel <i>Service Quality</i>
e	=	persentase kesalahan

Berikut hasil pengujian analisis regresi linear berganda yaitu :

Tabel 4.10
Hasil Analisis regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1.297	2.018
Distribusi	0.491	0.146
<i>Service Quality</i>	0.383	0.086

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

$$\text{Kepuasan Pelanggan} = 1.297 + 0,491 \text{ Distribusi} + 0,381 \text{ Service Quality} + e$$

Makna dari penjelasan analisis regresi linear berganda diatas adalah:

1. Apabila Distribusi dan *Service Quality* tidak mengalami peningkatan atau konstanta maka Kepuasan Pelanggan sebesar 1,297 satuan.

2. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel Distribusi maka Kepuasan Pelanggan sebesar 0,491 satuan dengan anggapan variabel *Service Quality* konstan.
3. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan untuk variabel *Service Quality* maka Kepuasan Pelanggan sebesar 0,383 satuan dengan anggapan variabel Distribusi konstan.

4.1.8 Pengujian Hipotesis

4.1.8.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut [Ghozali \(2018:97\)](#), “Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai t_{hitung} dari t_{tabel} :

3. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
4. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t berdasarkan nilai signifikansi :

3. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
4. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Variabel	t_{hitung}	Sig	Kesimpulan
Distribusi	3.372	0.001	Hipotesis diterima
<i>Service Quality</i>	4.477	0.000	Hipotesis diterima

Sumber : Hasil Penelitian, 2022 (Data diolah)

Tabel 4.11. Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (3,372) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (4,477) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

4.1.8.2 Uji Simultan (Uji-F)

Menurut [Ghozali \(2018:96\)](#), Tidak seperti uji t yang menguji signifikansi koefisien regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F hitung dari F tabel :

4. $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* secara serempak tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
5. $H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Artinya Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

6.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi :

3. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_a ditolak.
4. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_a diterima.

Berikut Tabel hasil pengujian hipotesis secara simultan yaitu :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)

F_{hitung}	Sig	Kesimpulan
72.298	0.000	Hipotesis diterima

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

Tabel 4.12. Hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} (72,298) > F_{tabel} (3,09)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut [Ghozali \(2018:95\)](#), Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan modal dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 4.12.di bawah ini :

Tabel 4.13.
Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0.772	0.596	0.588

Sumber: Hasil Penelitian. 2022 (data diolah)

Tabel 4.13. bahwa *R Square* adalah sebesar 0.596 berarti epuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan. dapat dijelaskan Distribusi dan *Service Quality* sebesar 59,6% dan sisanya 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain

STIE Eka Prasetya

di luar dari penelitian ini seperti kualitas produk, harga, dan sebagainya.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (3,372) > t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasruddin dan Nurchayati (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan yang memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh Distribusi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Distribusi produk yang efektif dan efisien akan mendukung kelancaran penyampaian produk dari produsen ke distributor, distributor ke konsumen dalam waktu yang cepat sehingga konsumen dapat merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Namun, kurangnya *supply* dari produsen ke distributor akan menghambat untuk memenuhi permintaan konsumen yang telah ada, sehingga permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi langsung oleh distributor.

4.2.2 Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan

Hasil perhitungan hipotesis secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} (4,477) >

t_{tabel} (1,984) dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyapradana, dkk (2020) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Teg yang memperoleh hasil bahwa *Service Quality* berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kualitas pelayanan PT Widya Semesta Abadi Medan mengalami penurunan sehingga memicu kekecewaan pelanggan. Banyaknya keluhan yang dikeluhkan pelanggan berkaitan dengan informasi yang tidak reliabel berkaitan dengan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco, kecacatan produk *sparepart*, kesalahan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco yang tidak sesuai kode pemesanan *sparepart*. Hal ini mengakibatkan terjadinya ketidakpuasan pelanggan.

4.2.3 Pengaruh Distribusi dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan

Hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} (72,298) $> F_{\text{tabel}}$ (3,09) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan. Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2021) yang memperoleh hasil bahwa terdapat Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan

Pelanggan.

Kepuasan pelanggan yang mengalami penurunan disebabkan distribusi yang masih belum optimal dan pelayanan yang belum memuaskan. Penurunan kepuasan pelanggan pada PT Widya Semesta Abadi Medan mengakibatkan penurunan penjualan yang disebabkan Distribusi yang tidak optimal terlihat dari rutusnya keluhan pelanggan berkaitan dengan waktu pengiriman ke lokasi pelanggan yang tidak sesuai dengan waktu yang dijanjikan PT Widya Semesta Abadi Medan dan *Service quality* yang menurun terlihat dari banyaknya keluhan yang dikeluhkan pelanggan berkaitan dengan informasi yang tidak reliabel berkaitan dengan produk *sparepart* Komatsu, Hitachi dan Kobelco.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN AKADEMIS

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Apabila Distribusi dan *Service Quality* tidak mengalami peningkatan maka Kepuasan Pelanggan sebesar konstanta. Setiap terjadi peningkatan variabel Distribusi maka Kepuasan Pelanggan sebesar b_1 sedangkan peningkatan untuk variabel *Service Quality* maka Kepuasan Pelanggan sebesar b_2 .
2. Distribusi dan *Service Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
3. Distribusi dan *Service Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan.
4. Distribusi dan *Service Quality* secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PT Widya Semesta Abadi Medan dan besar pengaruh adalah 59.6%.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan, maka didapatkan hasil implikasi yang dapat diberikan kepada perusahaan sebagai berikut:

1. PT Widya Semesta Abadi Medan harus lebih memperhatikan terkait
STIE Eka Prasetya

dengan Distribusi, dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan cara sebagai berikut:

- a. Memastikan stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen ketika ingin melakukan pembelian.
 - b. Meningkatkan serta mengembangkan metode yang dapat memudahkan proses distribusi pemesanan barang dengan melakukan pemantauan secara obyektif .
2. PT Widya Semesta Abadi Medan harus lebih memperhatikan terkait dengan *Service Quality* dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan, dengan cara sebagai berikut:
- a. Mempertahankan pemberian pelayanan yang cepat dalam mengatasi keluhan pelanggan dan menyelesaikan dengan tepat. .
 - b. Mengawasi produk yang di antar ke lokasi pelanggan terhindar dari rusak atau cacat sehingga dapat memuaskan pelanggan.

5.3 Saran Akademis

Saran-saran akademis yang dapat diberikan adalah:

1. Manambah Variabel Penelitian

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti atau melanjutkan penelitian ini, disarankan untuk dapat meneruskan penelitian ini dengan mencari variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan Kepuasan Pelanggan selain dari Distribusi dan *Service Quality*, misalnya Harga, Atribut Produk dan Promosi.

2. Perluasan Geografis.

Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah responden yang kurang beragam karena sampel hanya diambil dari satu tempat saja yaitu di PT Widya Semesta Abadi Medan. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperluas area penelitian dan memperbanyak responden penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. A. (2017). Model Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Kuliah Di Stie Eka Prasetya Medan. *Sumber*, 5(2017), 292.
- Akbar, M. A., & Situmorang, I. R. (2021). Pengaruh perceived value terhadap loyalitas dengan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi pada umkm di sumatera utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 203-211.
- Chandra, J. (2021). Pengaruh Faktor Lokasi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di CV. Creative Centre. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 199-214.
- Gultom, P. (2020). Pengaruh Ekuitas Merek, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Quality Fried Chicken Jalan Ismailiyah Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 44-53.
- Gultom, P. P. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Pengawasan Manajemen terhadap Perkembangan Perusahaan PT Ekuator Swarna Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 46-58.
- Gultom, P., & Karnadi, J. (2019). PENGARUH E-COMMERCE DAN TRANSPORTASI ONLINE TERHADAP HARGA JUAL PRODUK CV. SURYA SAKTI ENGINEERING. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 13-23.
- Gultom, P., Fenny, F., Januarty, W., Leonardi, N., & Sianturi, R. A. (2023). PELATIHAN PEMASARAN BERBASIS E-COMMERCE PADA PRODUK KAIN ECOPRINT HASIL IMPLEMENTASI P5 DI PERGURUAN SMA WR SUPRATMAN 1 MEDAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(2), 191-194.
- Gultom, P., Manik, D. E. M., Nainggolan, E., Gea, S. K., & Hoki, F. (2023). WORKSHOP SENI MERANGKAI BUNGA SEBAGAI PELUANG USAHA KREATIF BAGI IBU-IBU JEMAAT GKPI KHUSUS TELADAN. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 3(1), 89-93.
- Gustina, I. (2019). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI STIE EKA PRASETYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 5(1), 60-67.
- Handayani, T. M., & Moktar, B. (2023). Analysis of the Effect of Segmentation and Targeting on Sales. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 10-19.

- Lazuardi, D., Gustina, I., & Rinaldi, M. (2022). Relationship of Location, Price, and Promotion to Interest in Buying Gordyn at Soni Interior House. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3795-3800.
- Loo, P., Hastalona, D., Yakub, S., & Firmansyah, E. (2022). Analysis Of Factors Affecting The Rate Of Equity Returning Affecting Credit Distribution In Commercial Banks (Persero) In 2017-2020. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 11-22.
- Manik, D. E. M., & Erveni, E. (2020). Pengaruh Price Discount Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Pada Labello Store Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 34-43
- Manik, D. E. M., Gultom, P., & Sebayang, Y. B. (2022). The effect of facilities and trust on customer satisfaction in the use of digital facilities at pt. bank central asia tbk kcu asia branch. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2465-2468.
- Muammar Rinaldi, C. PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP CUSTOMER SATISFICTION PADA PRODUK WALLPAPER (UD. ELEGANCE INTERIOR).
- Moktar, B. (2021). The Effect of Discounts, Brands, and Marketing Strategies on Customer Loyalty of Daihatsu Oil PT. Nusantara Autopart Persada. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(2), 91-104.
- Moktar, B. (2023). The Influence of Advertising on Social Media, Price and Taste on Sales Volume. *Jurnal Akutansi Manajemen Ekonomi Kewirausahaan (JAMEK)*, 3(3), 88-93.
- Nainggolan, E. (2020). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Kemiskinan Di Provinsi Sumatera Utara (2010-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 89-99.
- Nainggolan, E. (2020). PENGARUH PERSONAL SELLING DAN DIRECT MARKETING YANG EFEKTIF UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PAKAIAN ANAK PADA TOKO REZEKI WIJAYA. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(1), 12-21.
- Nainggolan, E. (2022). Influence of Inventory and Product Quality on Sales Volume at PT. Bilah Baja Makmur Abadi. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(1), 66-76.
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., & Dalimunthe, M. B. (2022). Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2431-2435.
- Nasution, E. S., & Rinaldi, M. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Pada PT. Alfa Scorpii Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (Eka Prasetya Journal of Management Studies)*, 7 (1), 66-78.

- Rezeki, S., & Rinaldi, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan OVO (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Eka Prasetya). *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 6(2), 9-20.
- Rezeki, S., Manik, D. E. M., & Gustina, I. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cv. Makmur Auto Sejahtera Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya: Penelitian Ilmu Manajemen*, 7(1), 79-90.
- Rezeki, S. (2021). Figurative language and messages in poems about COVID-19. *KnE Social Sciences*, 601-611.
- Rezeki, S., Rinaldi, M., Gustina, I., & Lodian, A. (2022). The Influence Of Consumer Behavior and Prices On Consumer Decisions to Buy Products At PT. Daikin Airconditioning Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya*, 8(1), 284-295.
- Rinaldi, M., & Rahmadana, M. F. (2020). Determinant analysis of household income inequality and poverty in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(2), 1414-1420.
- Rinaldi, M., Irawan, D., & Nasution, A. R. (2022). Comparison Of Human Development Index Before And During The Covid-19 Pandemic. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 2404-2408.
- Selamat, S., & Indahwati, R. Analysis Of Marketing Strategies In Increasing Competitiveness In Skinos Medan Beauty Clinic.
- Siatama, A., Sinaga, H. D. E., & Akbar, M. A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi Dan Marketplace Terhadap Keputusan Pembelian Pt Calispo Multi Utama Medan. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 6(2), 381-387.
- Simarmata, A. M., Panggabean, F. Y., Pane, Y., & Nainggolan, E. (2021). ANALISIS PERILAKU MINAT WISATAWAN BERKUNJUNG KEMBALI KE PULAU SAMOSIR. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 190-202.
- Sinaga, H. D. E. (2021). Analisis Karakteristik Konsumen dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Handmade Hoslygoods. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 4(1), 80-86.
- Sinaga, H. D. E., Irawati, N., & Kurniawan, E. (2019). Financial Technology: Pinjaman Online, Ya atau Tidak. *Jurnal Tunas*, 1(1), 14-19.
- Situmorang, I. R. (2022). Effect of Service Quality and Relational Marketing on Consumer Purchasing Decisions at PT. Garuda Teladan Biscuid Binjai North Sumatra. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 8(2), 229-242.

- Situmorang, I. R. (2023). The Influence of Consumer Motivation, Consumer Perceptions and Attitudes Towards Product Purchase Decisions at PT. Unikitz Bersatu Group Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya Penelitian Ilmu Manajemen*, 9(1), 1-9.
- Sutejo, B., Lazuardi, D., Lubis, R., Rahmadani, R., & Aziz, D. A. (2022). The Role Of E-Commerce In Increasing Msme Income In The Covid-19 Pandemic (Survey On Msme In Medan City). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 5(08), 2174-2181.
- Tirtayasa, S., Yusri, M., & Rinaldi, M. (2022). Business Strategies of MSMEs During COVID-19, Deli Serdang, Indonesia. *KnE Social Sciences*, 434-441.
- Pane, Y., Simarmata, A. M., Rezeki, S., Rinaldi, M., & Panggabean, F. Y. (2021). Analisis Pendapatan Asli Daerah Dan Dana Perimbangan Terhadap Belanja Modal Pada Pemerintah Kabupaten/Kota Di Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 5(2), 212-225.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya mahasiswa dari STIE EKA Prasetya Medan yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan skripsi dengan judul “**PENGARUH DISTRIBUSI DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT WIDYA SEMESTA ABADI MEDAN**”. Untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, oleh karena itu peneliti sangat berharap, agar dalam pengisian kuesioner ini Bapak/Ibu/Saudara/I berkenan mengisinya dengan lengkap dan benar sesuai dengan hati nurani. Setiap jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini dan atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

DATA RESPONDEN

Berikan tanda check (✓) untuk jawaban pilihan Bapak/ Ibu.

No. Responden :

Nama Konsumen :

Usia : ☐ < 20-30 tahun ☐ 31-40 tahun

☐ > 40 tahun

☐ **STIE Eka Prasetya**

Jenis Kelamin : ☐ laki-laki ☐ Perempuan

Tingkat Pendidikan : ☐ SMP ☐ S1

☐ SMA ☐ Lainnya

II. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan dengan *check list* (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/I. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS	= Sangat Setuju
S	= Setuju
RR	= Ragu-ragu
TS	= Tidak Setuju
STS	= Sangat Tidak Setuju

Distribusi (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Ketersediaan produk						
1.	Barang yang dipesan konsumen datang tepat waktu					
2.	Stok barang yang tidak pernah kosong sehingga dapat memenuhi keinginan konsumen.					
Jangkauan distribusi						
3.	Jangkauan distribusi yang luas sehingga memudahkan pelanggan					
4.	Perusahaan menggunakan sistem distribusi langsung sehingga yang aman dalam melakukan ke pelanggan					
Tingkat kemudahan						
5.	Pelanggan mudah dalam proses distribusi retur produk					
6.	Pelanggan mudah dalam proses distribusi pemesanan barang					

Kualitas Pelayanan (X₂)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)						
1.	Lokasi perusahaan yang jelas sehingga					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	perusahaan dapat menyampaikan keluhan					
2.	Produk yang dijual oleh perusahaan lengkap					
<i>Reliability (Kehandalan)</i>						
3.	Pelanggan menyukai informasi yang disampaikan sesuai dengan realitas					
4.	Perusahaan memberikan informasi yang dapat dipercaya oleh pelanggan					
<i>Responsiveness (Ketangapan)</i>						
5.	Perusahaan memberikan pelayanan yang cepat					
6.	Perusahaan memberikan pelayanan yang tanggap dalam memperbaiki keluhan pelanggan atau permasalahan pelanggan					
<i>Assurance (Jaminan/Kepastian)</i>						
7.	Adanya jaminan dari perusahaan ketika penerimaan produk yang rusak atau cacat					
8.	Perusahaan memberikan kepastian bahwa penerimaan produk dalam keadaan yang baik					
<i>Empathy</i>						
9.	Perusahaan selalu membantu pelanggan ketika adanya permasalahan dalam produk					
10.	Perusahaan mengatur keinginan pelanggan dengan baik yang berkaitan dengan retur maupun distribusi					

Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
Dimensi kepuasan Pelanggan						
1.	Perusahaan adalah pilihan utama ketika pelanggan ingin melakukan pembelian					
2.	Pelanggan mengalami kepuasan sehingga berkomitmen melakukan pembelian secara teratur					
Konfirmasi ekspetasi						
3.	Waktu Distribusi sesuai dengan keinginan pelanggan					
4.	Pelanggan puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan					
Niat beli ulang						
5.	Pelanggan tertarik untuk melakukan pembelian kembali					
6.	Pelanggan mengalami kepuasan sehingga ingin berhubungan dalam jangka waktu yang panjang					
Kesediaan untuk merekomendasi						
7.	Pelanggan bersedia merekomendasikan kepada					

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	orang lain					
8.	Pelanggan menyukai transaksi pembelian di perusahaan ini sehingga selalu mempromosikan kepada keluarga					

Lampiran 2 : Data Pelanggan

No	Nama Toko	No	Nama Toko
1	Anugrah Agro Abadi	41	Indah dinamo
2	Anugrah Surya Nusantara	42	Indah jaya
3	Arta Diesel	43	Indah prima/johan
4	Asco Engineering	44	Indo graha nusawidya eng.
5	Asco Jaya	45	Indo kam
6	Asia Motor	46	Indo selang
7	Asia Service	47	Indo yakin maju
8	Asima Simamora	48	Indonusa teguh utama
9	Bahtera Mulia Lestasi	49	Industri karet deli
10	Baja Pertiwi Industri	50	Industri pembungkus internatio
11	Bangun Maha Karya	51	Info tractor jaya/ayau
12	Barata Jati Luhur	52	Intan nasional island industry
13	Barata Shipping Line	53	International
14	Benteng Mas	54	Inti prima
15	Berkat Bima Sentana	55	Intri prima jaya
16	Bertalindo Diesel	56	Inti rotary
17	Bilah Baja Makmur Abadi	57	Inti sumber baja sakti
18	Bintang Diesel	58	Iskandar mpt
19	Bintang Jaya Utama	59	Iskandar giting
20	Bintang Machine	60	Japaris diesel
21	Bintang Mulia Abadi	61	Jasa autotrans
22	Bismaniaga Lestari	62	Jasa Mandiri Jaya.
23	Bumi karyatam Rahapua	63	Jaya anugerah
24	Cahaya Diesel	64	Jaya beton indonesia
25	Cahaya Kencana	65	Jaya diesel
26	Cahaya Motor Tanjung Morawa	66	Jaya tehnik
27	Cakra Sukses	67	Kapotal mining hutana
28	Canang Indah	68	Kapuas motor
29	Cash	69	Karya baru pd
30	Catur Anugerah Sejati	70	Karya delta maritim
31	Central Asahan	71	Karya gunung pudung
32	Central Autoparts	72	Karya sari sentora
33	Central Motor	73	Karya sembada
34	Centra Waja	74	Karyatama agro cemerlang
35	Horas Engeneering	75	Kencana sakti ban
36	Hui Ma/PT. Saroha	76	Kairul
37	Hutama Karya Mulia	77	Kian ho pengangkutan
38	Hydro Gemilang	78	Kumala teknik
39	Ika Diesel	79	Kurnia hose

40	Ikaindo Industri Karbonik IND.	80	Kurnia wira perdana
----	--------------------------------	----	---------------------

No	Nama Toko	No	Nama Toko
81	Laut bangko	121	sinar mulia
82	Laris baru	122	Sinar Sawit Tapanuli
83	Lion mentari air ot.	123	Sinemba Tani Makmur
84	Maju	124	Sofian Traktir
85	Maju indo karya	125	Star Diesel
86	Maju jaya	126	Sukses Abadi Diesel
87	Makmur auto sejahtera	127	Sumatera Makmur Bengkel
88	MJ pasar	128	Sumatera Motor
89	Morawa mas perkasa	129	Sumatera Perkasa Saitomesindo
90	Morsa megah perkasa	130	Sumatera Tobacco Trading co
91	Muliaparts	131	Sumber Gas
92	Multi agro sumatera jaya	132	Sumber Jaya
93	Multi jaya samudra	133	Sumber Mas Diesel
94	Multi jaya technical	134	Surya Buana Mandiri
95	Multi ocean shipyard		
96	Murni jaya		
97	Mutiara abadi		
98	Nauli sawit ot.		
99	Netralindo jaya mandiri		
100	Nusa raya cipta		
101	pagoda mas		
102	palm sindo utama		
103	palma gemilang kencana		
104	Paluta inti sawit		
105	Panca satria dinamika		
106	Pandu diesel		
107	Pandu paramita		
108	Pante		
109	Persada diesel		
110	Polystone indo jaya		
111	Powerindo sejahtera		
112	Pratama sakti mandala		
113	Sempurna radiator		
114	Serbia karet		
115	Sinar agung motor		
116	Sinar asahan		
117	Sinar asia		
118	Sinar bintang		
119	Sinar diesel		
120	Sinar motor		

Lampiran 3 : Tabulasi Kuesioner

No	TABULASI KUESIONER DISTIRBUSI						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	4	4	2	25
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	2	2	2	2	1	2	11
5	2	2	2	2	2	3	13
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	1	2	3	4	2	2	14
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	3	1	2	2	2	1	11
15	2	1	3	1	2	2	11
16	2	2	3	1	2	1	11
17	1	1	1	1	1	2	7
18	2	2	4	2	2	2	14
19	4	3	2	1	1	2	13
20	2	1	3	1	3	3	13
21	1	2	2	2	2	4	13
22	2	1	2	1	2	1	9
23	4	3	3	3	4	2	19
24	1	3	3	2	2	2	13
25	2	1	4	3	3	3	16
26	1	3	2	4	4	3	17
27	5	5	5	5	5	5	30
28	5	5	5	5	5	5	30
29	3	3	4	3	5	2	20
30	4	4	4	3	3	3	21

No	SERVICE QUALITY										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	44
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
6	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	42
7	5	5	5	5	5	5	2	3	5	5	45
8	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	46
9	2	2	3	4	2	2	2	3	1	1	22
10	1	2	3	5	5	5	5	5	5	5	41
11	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	42
12	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	42
13	2	2	1	4	3	3	5	5	2	4	31
14	2	2	1	4	2	3	5	5	2	4	30
15	2	2	1	4	2	3	4	2	1	1	22
16	1	1	4	4	1	1	4	3	4	4	27
17	2	2	2	3	1	1	1	1	4	4	21
18	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
19	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
20	2	2	4	4	4	2	2	3	3	3	29
21	2	2	4	3	4	3	4	4	2	3	31
22	1	1	3	2	1	1	3	2	4	4	22
23	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	37
24	5	4	2	1	4	4	4	4	3	3	34
25	2	4	4	1	2	3	4	4	2	3	29
26	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	35
27	4	3	4	3	3	2	1	3	1	1	25
28	2	2	4	4	3	4	4	3	1	1	28
29	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	36
30	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38

No	KEPUASAN PELANGGAN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	2	1	4	3	3	2	4	23
14	4	2	1	4	2	3	2	4	22
15	3	2	1	4	2	3	1	1	17
16	3	1	4	4	1	1	4	4	22
17	4	1	2	3	1	1	4	4	20
18	2	1	3	2	3	1	4	2	18
19	4	4	1	4	3	4	4	4	28
20	2	2	4	4	4	2	3	3	24
21	4	1	4	3	4	3	2	3	24
22	1	1	3	2	1	1	4	4	17
23	2	2	4	2	4	4	4	4	26
24	5	4	2	1	4	4	3	3	26
25	4	5	4	1	2	3	2	3	24
26	3	2	4	3	4	4	2	3	25
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	3	4	4	3	4	1	1	23
29	3	5	4	4	4	4	3	1	28
30	2	2	4	4	4	4	3	4	27

Lampiran 4: Hasil Pengujian Validitas

		Correlations						
		D1	D2	D3	D4	D5	D6	Distribusi
D1	Pearson Correlation	1	.871**	.823**	.750**	.788**	.692**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
D2	Pearson Correlation	.871**	1	.837**	.882**	.835**	.793**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
D3	Pearson Correlation	.823**	.837**	1	.832**	.861**	.737**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
D4	Pearson Correlation	.750**	.882**	.832**	1	.888**	.832**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
D5	Pearson Correlation	.788**	.835**	.861**	.888**	1	.788**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
D6	Pearson Correlation	.692**	.793**	.737**	.832**	.788**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Distribusi	Pearson Correlation	.895**	.949**	.919**	.941**	.934**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

Correlations

		sq1	sq2	sq3	sq4	sq5	sq6	sq7	sq8	sq9	Sq10	ServiceQuality
sq1	Pearson Correlation	1	.947**	.637**	.288	.673**	.653**	-.123	.075	.426*	.328	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.123	.000	.000	.516	.695	.019	.076	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq2	Pearson Correlation	.947**	1	.701**	.289	.686**	.715**	-.049	.127	.476**	.403*	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.122	.000	.000	.796	.504	.008	.027	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq3	Pearson Correlation	.637**	.701**	1	.393*	.603**	.500**	-.137	.027	.524**	.367*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.032	.000	.005	.471	.888	.003	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq4	Pearson Correlation	.288	.289	.393*	1	.594**	.584**	.225	.209	.539**	.481**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.123	.122	.032		.001	.001	.233	.268	.002	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq5	Pearson Correlation	.673**	.686**	.603**	.594**	1	.913**	.231	.430*	.615**	.539**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.220	.018	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq6	Pearson Correlation	.653**	.715**	.500**	.584**	.913**	1	.383*	.457*	.577**	.531**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.001	.000		.037	.011	.001	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq7	Pearson Correlation	-.123	-.049	-.137	.225	.231	.383*	1	.827**	.161	.258	.376*
	Sig. (2-tailed)	.516	.796	.471	.233	.220	.037		.000	.396	.168	.041
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq8	Pearson Correlation	.075	.127	.027	.209	.430*	.457*	.827**	1	.149	.281	.491**
	Sig. (2-tailed)	.695	.504	.888	.268	.018	.011	.000		.432	.132	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
sq9	Pearson Correlation	.426*	.476**	.524**	.539**	.615**	.577**	.161	.149	1	.887**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.019	.008	.003	.002	.000	.001	.396	.432		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Sq10	Pearson Correlation	.328	.403*	.367*	.481**	.539**	.531**	.258	.281	.887**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.076	.027	.046	.007	.002	.003	.168	.132	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
ServiceQuality	Pearson Correlation	.716**	.770**	.666**	.650**	.900**	.903**	.376*	.491**	.776**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.041	.006	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		k1	k2	k3	k4	k5	k6	k7	k8	Kepuasan
k1	Pearson Correlation	1	.769**	.370*	.554**	.604**	.713**	.507**	.601**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.044	.001	.000	.000	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k2	Pearson Correlation	.769**	1	.588**	.540**	.733**	.852**	.569**	.468**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.002	.000	.000	.001	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k3	Pearson Correlation	.370*	.588**	1	.478**	.708**	.574**	.625**	.479**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.044	.001		.008	.000	.001	.000	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k4	Pearson Correlation	.554**	.540**	.478**	1	.590**	.619**	.516**	.525**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.008		.001	.000	.004	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k5	Pearson Correlation	.604**	.733**	.708**	.590**	1	.875**	.566**	.492**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k6	Pearson Correlation	.713**	.852**	.574**	.619**	.875**	1	.447*	.483**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000		.013	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k7	Pearson Correlation	.507**	.569**	.625**	.516**	.566**	.447*	1	.810**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.004	.001	.013		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k8	Pearson Correlation	.601**	.468**	.479**	.525**	.492**	.483**	.810**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.007	.003	.006	.007	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Kepuasan	Pearson Correlation	.793**	.869**	.755**	.741**	.870**	.871**	.780**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5: Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	6

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	10

Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	8

Lampiran 6: Tabulasi Kuesioner Sampel

No	DISTIRBUSI						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	5	5	5	4	4	28
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	4	4	4	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	4	29
22	2	4	4	4	3	5	22
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	2	2	2	3	2	4	15
29	3	2	2	3	3	3	16
30	2	5	4	3	3	4	21
31	3	3	3	3	3	2	17
32	2	2	2	3	4	5	18
33	1	1	1	1	1	5	10
34	1	1	1	1	1	4	9
35	3	2	3	2	3	5	18

No	DISTIRBUSI						
	1	2	3	4	5	6	Total
36	2	2	2	2	3	5	16
37	5	2	2	3	4	4	20
38	1	2	4	2	1	2	12
39	3	3	5	4	4	2	21
40	2	3	2	2	4	1	14
41	2	3	3	3	3	3	17
42	3	4	3	3	5	2	20
43	4	3	3	5	5	2	22
44	3	3	3	4	5	5	23
45	4	2	4	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	5	30
47	2	2	2	2	3	2	13
48	2	2	1	2	2	1	10
49	2	2	2	1	3	4	14
50	5	3	2	3	3	3	19
51	5	5	4	5	3	5	27
52	5	5	3	3	2	3	21
53	3	1	2	3	4	4	17
54	2	4	3	3	3	2	17
55	5	5	3	2	2	4	21
56	2	3	3	4	4	5	21
57	3	4	4	2	4	4	21
58	2	4	5	3	3	5	22
59	3	2	2	5	4	5	21
60	5	5	4	5	3	3	25
61	4	5	4	3	4	4	24
62	5	5	5	5	5	3	28
63	2	2	1	2	1	5	13
64	2	2	2	3	2	4	15
65	3	2	2	3	3	3	16
66	2	5	4	3	3	4	21
67	1	2	3	3	5	4	18
68	3	2	3	2	3	5	18
69	2	2	2	2	3	5	16
70	5	2	2	3	4	4	20
71	1	2	4	2	1	2	12
72	3	3	5	4	4	2	21

No	DISTIRBUSI						Total
	1	2	3	4	5	6	
73	2	3	2	2	4	1	14
74	2	3	3	3	3	3	17
75	3	4	3	3	5	2	20
76	4	3	3	5	5	2	22
77	3	3	3	4	5	5	23
78	4	2	4	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	5	30
80	2	2	2	2	3	2	13
81	2	2	1	2	2	1	10
82	2	2	2	1	3	4	14
83	2	2	2	1	3	4	14
84	5	3	2	3	3	3	19
85	5	5	4	5	3	5	27
86	5	5	3	3	2	3	21
87	3	1	2	3	4	4	17
88	2	4	3	3	3	1	16
89	1	1	1	1	1	1	6
90	1	1	1	1	1	5	10
91	1	1	1	1	1	4	9
92	2	4	5	3	3	5	22
93	2	2	2	1	1	1	9
94	2	2	2	2	3	1	12
95	1	1	2	1	1	1	7
96	1	1	1	1	1	1	6
97	3	3	3	4	5	5	23
98	2	2	2	2	1	1	10
99	1	1	2	2	2	1	9
100	1	2	1	1	1	1	7
101	1	1	1	1	1	1	6

No	SERVICE QUALITY										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
17	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
23	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	2	3	2	5	3	1	4	3	4	5	32
28	1	3	2	1	5	5	5	3	5	3	33
29	3	3	2	2	5	5	3	2	5	2	32
30	2	2	3	1	5	5	3	4	4	3	32
31	4	4	3	1	5	5	5	3	2	4	36
32	4	2	2	3	5	5	3	2	2	5	33
33	2	2	1	1	5	5	2	3	1	5	27
34	4	3	2	1	1	1	3	4	3	5	27
35	2	5	5	5	1	1	3	5	2	3	32
36	1	5	5	5	1	1	1	2	2	2	25
37	2	5	5	5	1	1	5	2	5	2	33

No	SERVICE QUALITY										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
38	4	5	5	5	1	1	2	1	5	2	31
39	1	5	5	5	1	1	3	1	5	1	28
40	2	5	5	5	1	1	2	1	2	1	25
41	1	5	5	5	2	3	2	2	1	1	27
42	1	1	3	1	3	2	1	1	4	1	18
43	5	5	5	3	3	5	2	2	3	1	34
44	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
45	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	44
46	5	5	5	3	5	1	5	5	4	5	43
47	5	5	5	4	4	3	3	1	2	2	34
48	1	1	1	3	3	1	5	3	4	2	24
49	2	2	2	1	1	1	2	3	5	3	22
50	1	1	2	2	2	1	2	2	4	4	21
51	2	1	3	1	2	2	5	5	5	5	31
52	2	2	5	5	2	3	5	4	5	2	35
53	4	2	4	3	2	2	1	2	3	4	27
54	2	2	4	2	2	2	5	2	4	3	28
55	4	3	2	1	3	4	5	5	3	2	32
56	2	2	4	1	5	5	5	5	5	5	39
57	3	4	1	3	2	3	3	3	4	3	29
58	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	47
59	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	43
60	3	3	3	4	2	2	4	5	4	2	32
61	3	4	3	2	2	2	4	3	5	5	33
62	2	2	3	3	2	2	5	5	5	2	31
63	2	3	2	5	3	1	4	3	4	5	32
64	1	3	2	1	1	4	5	3	2	3	25
65	3	3	2	2	1	1	3	2	2	2	21
66	2	2	3	1	2	2	3	4	1	3	23
67	4	3	2	1	1	1	3	4	3	5	27
68	2	1	3	1	1	1	3	5	2	3	22
69	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	14
70	2	1	2	1	1	1	5	2	5	2	22
71	4	1	1	2	1	1	2	1	5	2	20
72	1	1	1	1	1	1	3	1	5	1	16
73	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	13
74	1	1	1	2	2	3	2	2	1	1	16

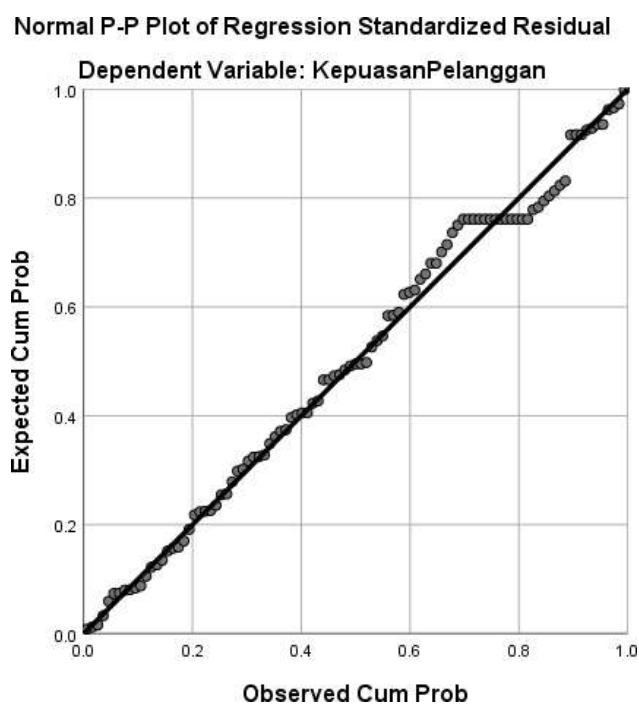
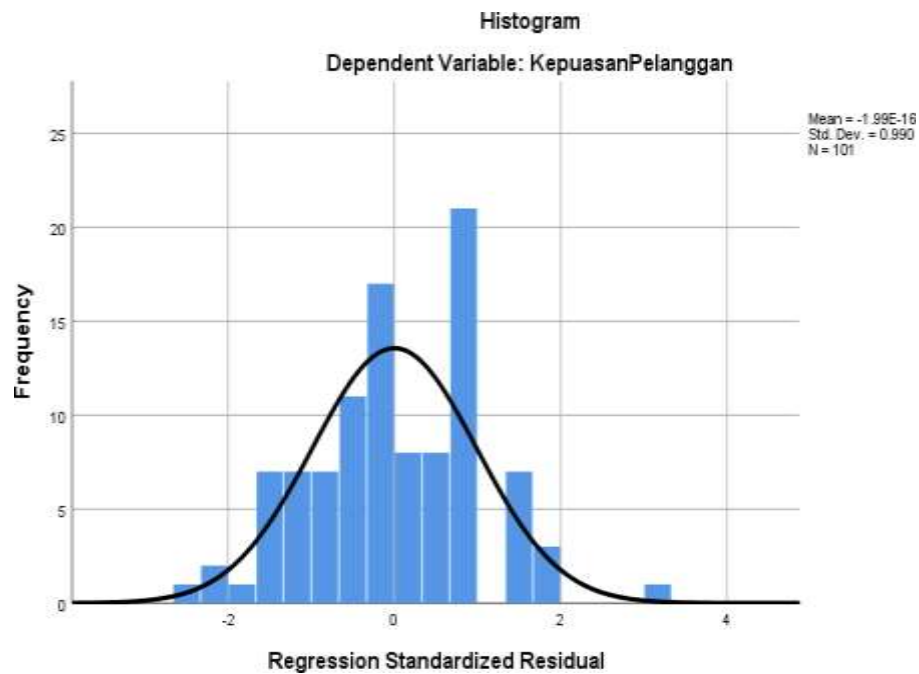
No	SERVICE QUALITY										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
75	1	1	3	1	3	2	1	1	4	1	18
76	5	5	5	3	3	5	2	2	4	1	35
77	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	47
78	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	26
79	5	5	5	3	5	1	5	5	3	5	42
80	1	1	1	1	1	1	3	1	4	2	16
81	1	1	1	3	3	1	5	3	1	2	21
82	2	2	2	1	1	1	2	3	1	3	18
83	2	2	2	1	1	1	2	3	5	3	22
84	1	1	2	2	2	1	2	2	4	4	21
85	2	1	3	1	2	2	5	5	5	5	31
86	2	2	5	5	2	3	5	4	1	2	31
87	4	2	4	3	2	2	1	2	1	4	25
88	2	2	4	2	2	2	1	1	1	1	18
89	4	3	2	1	3	4	1	1	1	1	21
90	2	2	4	1	5	5	5	5	4	5	38
91	3	4	1	3	2	3	3	3	4	3	29
92	5	5	5	5	5	5	2	2	3	5	42
93	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	13
94	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	14
95	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	13
96	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	11
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
98	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	26
99	3	4	1	3	2	3	3	3	4	3	29
100	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
101	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10

No	KEPUASAN PELANGGAN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	5	5	5	5	5	3	38
3	5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	5	5	5	5	5	4	1	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	3	5	5	5	5	4	4	5	36
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	4	4	5	5	38
15	5	5	4	4	5	5	5	5	38
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	5	5	4	3	2	1	5	5	30
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23	4	4	5	5	5	5	3	1	32
24	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	1	3	2	1	2	1	20
27	5	5	5	3	3	3	2	1	27
28	1	2	2	2	2	1	1	1	12
29	1	1	1	1	1	1	2	1	9
30	2	2	4	2	2	3	1	2	18
31	3	3	2	2	1	1	1	1	14
32	2	2	4	3	2	1	1	1	16
33	1	2	2	1	3	1	1	2	13
34	1	1	1	2	1	1	3	1	11
35	2	2	2	1	2	1	5	3	18
36	2	2	4	1	1	2	5	4	21
37	1	1	1	1	1	1	5	3	14

No	KEPUASAN PELANGGAN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
38	2	1	2	1	1	1	5	3	16
39	5	4	1	1	1	2	5	4	23
40	1	5	1	1	3	1	1	3	16
41	3	2	5	5	5	3	2	1	26
42	5	3	5	5	5	4	2	2	31
43	1	2	5	5	5	3	3	1	25
44	3	3	5	5	5	3	5	5	34
45	5	5	5	5	5	4	4	3	36
46	5	5	1	1	1	3	4	2	22
47	1	2	2	2	2	1	2	1	13
48	2	2	1	1	2	2	4	1	15
49	2	2	2	1	3	1	1	3	15
50	2	2	2	2	5	5	5	5	28
51	2	2	4	2	4	3	4	5	26
52	5	3	2	2	4	2	3	4	25
53	1	1	4	3	2	1	3	2	17
54	1	2	2	2	4	1	3	3	18
55	4	4	3	4	1	3	2	5	26
56	2	3	5	5	5	5	2	1	28
57	4	4	4	4	4	5	2	2	29
58	4	4	3	3	3	4	3	1	25
59	4	4	3	4	3	2	2	1	23
60	2	2	2	2	3	3	3	1	18
61	2	3	2	3	2	5	1	1	19
62	5	5	1	3	2	1	2	1	20
63	1	2	3	3	2	2	1	2	16
64	1	2	2	2	3	1	1	1	13
65	1	1	4	3	2	1	1	1	14
66	2	2	2	1	3	1	1	2	14
67	1	1	1	2	1	1	3	1	11
68	2	2	2	1	2	1	5	3	18
69	2	2	4	1	1	2	5	4	21
70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
71	1	1	2	2	1	1	1	1	10
72	1	1	1	1	1	1	1	1	8
73	1	1	1	1	2	1	1	3	11
74	3	2	5	5	5	3	2	1	26

No	KEPUASAN PELANGGAN								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
75	5	3	5	5	5	4	2	1	30
76	1	2	1	1	1	1	2	2	11
77	3	3	5	5	5	3	3	1	28
78	5	5	1	1	1	1	5	5	24
79	5	5	1	1	1	3	4	3	23
80	1	2	2	2	2	1	4	2	16
81	2	2	2	2	2	1	2	1	14
82	2	2	1	1	2	2	4	1	15
83	2	2	2	1	3	1	1	3	15
84	2	2	2	2	5	5	5	5	28
85	2	2	4	2	4	3	1	1	19
86	5	3	2	2	4	2	1	1	20
87	1	1	4	3	2	1	3	3	18
88	1	1	2	2	4	1	1	1	13
89	1	1	3	4	1	3	4	5	22
90	2	3	5	5	5	5	3	3	31
91	4	4	1	1	1	1	5	3	20
92	2	2	1	3	1	1	1	1	12
93	1	1	3	3	3	3	3	3	20
94	1	1	1	3	1	1	3	3	14
95	1	1	3	2	4	5	3	3	22
96	1	1	1	2	2	1	1	1	10
97	1	1	1	1	1	1	1	1	8
98	5	5	1	1	1	1	3	3	20
99	4	4	1	1	1	1	5	3	20
100	1	1	1	1	1	1	1	1	8
101	1	1	1	1	1	1	1	1	8

Lampiran 7 : Regresi



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.67632603
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.058
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.772 ^a	.596	.588	6.74411

a. Predictors: (Constant), Distribusi, Servicequality

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6576.627	2	3288.314	72.298	.000 ^b
	Residual	4457.333	98	45.483		
	Total	11033.960	100			

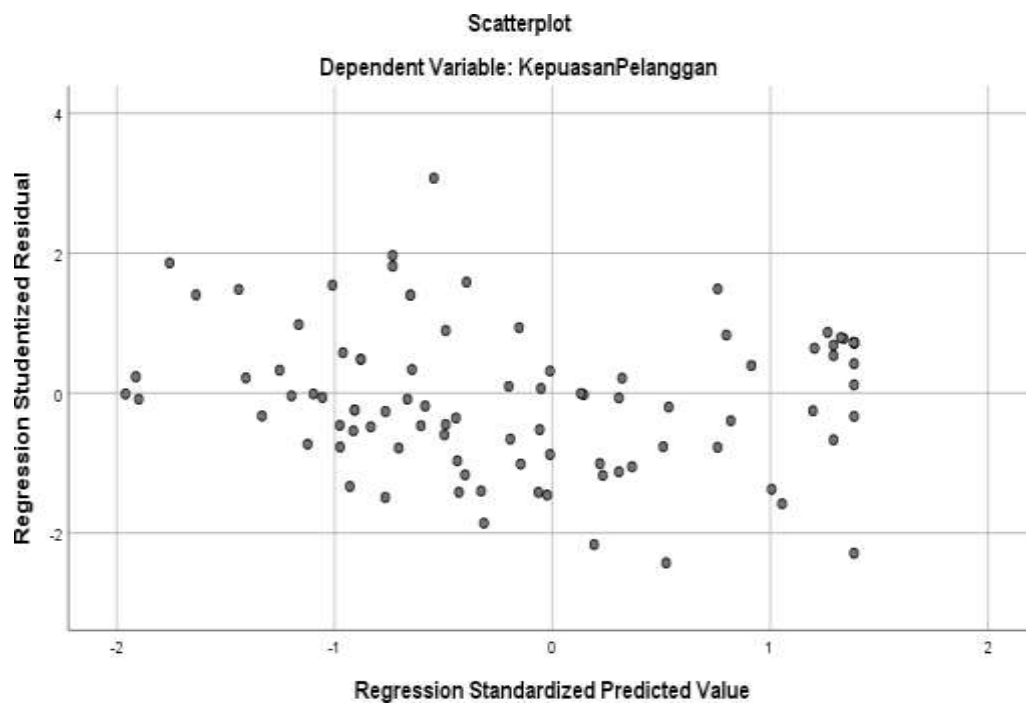
a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), Distribusi, Servicequality

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.297	2.018		.643	.522		
	Distribusi	.491	.146	.350	3.372	.001	.381	2.621
	Servicequality	.383	.086	.465	4.477	.000	.381	2.621

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan



Lampiran 8 : Tabel Statistik r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

Lampiran 9 : Tabel Statistik t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 10 : Tabel Statistik F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

Jl. Merapi No. 08 Medan – 20212

Telp. (061) 4571198 (Hunting) Fax. (061) 4151391

Website : www.eka-prasetya.ac.id E-mail : sso@eka-prasetya.ac.id

Medan, 07 Oktober 2022

Nomor : 5753/R/STIE-EP/X/2022

Lamp. : ----

Hal : "Observasi"

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pimpinan PT. Widya Semesta Abadi

Di-

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu Pimpinan untuk menerima kunjungan seorang Mahasiswa/i kami :

Nama	: Anita enjelina
NIM	: 191010003
Semester	: VII
Program Studi	: Manajemen (S1)
Judul Tugas Akhir	: Pengaruh Distribusi dan Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Widya Semesta Abadi Medan

Untuk mengadakan peninjauan ke PT. Widya Semesta Abadi yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka melakukan observasi untuk bahan penulisan Tugas Akhir Mahasiswa/i tersebut.

Hasil peninjauan berupa data yang dikumpulkannya tetap akan bersifat rahasia dan tidak dipublikir untuk umum. Kami juga mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk membalas surat kami ini yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di atas benar telah melakukan observasi dimaksud.

Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu Pimpinan menerima Mahasiswa/i kami serta memberi data yang diperlukan, kami ucapkan terima kasih. Semoga hubungan kerja sama ini dapat berlanjut untuk hari-hari yang akan datang, dan mudah-mudahan perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin sukses di masa yang akan datang.

Hormat kami,

Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si

PT. WIDYA SEMESTA ABADI

Heavy Equipment Parts Supplier
Jl. Rahmadsyah no. 32-34 , Medan

Medan, 10 Oktober 2022

No : 5753/R/STIE-EP/X/2022

Hal : Balasan

Kepada Yth.

Ketua STIE Eka Prasetya

Ibu Dr.Sri Rezeki, S.E., M.Si.

Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vivi Novica

Jabatan : HRD

No Telp : 0858 3738 4758

Menerangkan bahwa,

Nama : Anita Enjelina

Nim : 191010003

Prodi : Manajemen Pemasaran , STIE Eka Prasetya Medan

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian di perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi guna untuk memperoleh gelar sarjana S1 dengan judul "**Pengaruh Distribusi dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. WIDYA SEMESTA ABADI, MEDAN.**"

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.





SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI EKA PRASETYA

KARTU BUKTI PESERTA SEMINAR PROPOSAL

NAMA : Anita Enjelina
NIM : 181010003
PROGRAM STUDI : Manajemen, 19-3

NO	HARI/TANGGAL SEMINAR	PENYAJI SEMINAR	NIM	Tanda Tangan Pimp. Seminar
1.	Selasa, 25 Januari 2022	Jesica (181010086) JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Persediaan Barang & Relation ship marketing terhadap PT. Gemming Perdana Mandiri (distributor semen Merah Putih)	181010086	
2.	Selasa 25 Januari 2022	Winda (181010051) JUDUL PROPOSAL : Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Benih Tanaman "Home Garden Seed" pada cv. Jalan Tengah Perdana	181010051	
3.	Senin 7 Februari 2022	Devin JUDUL PROPOSAL : Analisis Pengaruh harga & Penjualan Personal sales terhadap Kinerja penjualan pada PT. Swarna Nusa Sentosa	181010161	
4.	Senin 7 Februari 2022	Rios Pratama JUDUL PROPOSAL : Pengaruh komunikasi pemasaran & Ekuitas merek terhadap Tingkat penjualan produk PT. Indoteksis Sumatera	181010137	
5.	Senin 7 Februari 2022	Mei Linda JUDUL PROPOSAL : Pengaruh harga & pemberian diskon terhadap keputusan Pembelian di Jitu Bearing	181010094	
6.	Kamis 17 Februari 2022	Kevin tanoto JUDUL PROPOSAL : Pengaruh kualitas pelayanan & Lokasi terhadap volume Penjualan PT. Singa Mas Jaya Abadi Medan	181010006	
		JUDUL PROPOSAL :		
		JUDUL PROPOSAL :		

Mahasiswa dapat menyelenggarakan seminar proposal bila telah memenuhi syarat mengikuti/ menjadi peserta seminar proposal mahasiswa yang lain **MINIMAL 5 KALI**

Medan, ... 20.....
Ketua STIE Eka Prasetya

Dr. Sri Rezeki, S.E., M.Si



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1



Nama Mahasiswa : Anita emelina

NIM : 191010003

Kelas : Pemasaran A

Konsentrasi : Pemasaran / Kewirausahaan (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0895 6114 88971

Email: Anitaemelina97@gmail.com

Alamat Tinggal: Medan Resort city, Cluster Amsterdam block F No-12

Nama Dosen Pembimbing 1:

Dr. Sri Ruzeky, SE, M.M.

Nama Dosen Pembimbing 2:

Lisa Elianti, SE, M.M.

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	29/9-2022	Diskusi tentang permasalahan dalam penelitian	
2	1/10-2022	ALASAN Pemilihan judul	
3	3/10-2022	Acc judul	
4	20/1-2023	Revisi Bab 1 (latar belakang permasalahan)	
5	26/1-2023	Revisi Bab 1 (tambah flow chart & Narasi di Bab II)	
6	4/2-2023	Acc Sempro	
7	19/4-2023	Diskusi bab 4 & bab 5	
8	17/4-2023	Revisi bab 5 (kesimpulan) & Revisi bab 4 (pembahasan)	
9	26/4-2023	Acc Sidang Revisi Implikasi Manajerial	
10	4/5-2023	Acc Sidang	
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	8/5-2023	ACC setelah revisi sempro	
2			
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua 1 Bidang Akademik

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M.



STIE EKA PRASETYA MEDAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI
2



Nama Mahasiswa : Anita Emelina

NIM : 191610003

Kelas : Pemasaran A

Konsentrasi : Kewirausahaan, Pemasaran (coret yang tidak sesuai)

HP/WA : 0895 6114 8891

Email: Anitaemelina97@gmail.com

Alamat Tinggal: Medan Resort City, Cluster Amsterdam Block F No.12

Nama Dosen Pembimbing 1:

Ibu Dr. Sri Rezeki, SE., M.Si

Nama Dosen Pembimbing 2:

Bapak Selamat, S.M., M.M / Ibu Lisa Efranti SE., MM

No	Tanggal	Uraian Singkat Bimbingan	Paraf Dosen Pembimbing
1	11-11-22	REVISI BAB I, (LATAR BELAKANG, LAYOUT)	SA
2	10-11-22	REVISI BAB I (DATA X_1, X_2), REVISI BAB II (TEORI AHLI)	SA
3	8-12-22	ACC BAB I, REVISI BAB II (REDAKSI, LAYOUT, PENGENALAN INDV)	SA
4	10-12-22	REVISI BAB III (TPD & TAD, AHLI)	SA
5	21-12-22	ACC BAB II, REVISI BAB III (LAYOUT, TEORI AHLI)	SA
6	16/01-2023	Revisi Identifikasi masalah, Indikator	SA
7	17/01-2023	Revisi sample & populasi	SA
8	19/01-2023	Revisi Layout & narasi	SA
9	08/02-2023	Acc Sempurna	SA
10	12/4-2023	Revisi Layout & diskusi bab 4 dan 5	SA
11	14/4-2023	Revisi Uji t, Pembahasan,	SA
12	15/4-2023	Revisi Uji validitas	SA
13	4/5-2023	Acc Sidang meja hijau	SA
14			
15			
16			
17			

REVISI SIDANG		Uraian Revisi Sidang / Bimbingan perbaikan Revisi	Ttd Dosen Penguji
No	Tanggal		
1	3/5-2023	acc revisi sempurna	SA
2		Acc setelah sidang	SA
3			
4			

Diketahui oleh,
Wakil Ketua I Bidang Akademik

[Signature]

Hommy Dorthy Ellyany Sinaga, S.T., M.M

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Anita enjelina

NIM/Program Studi : 191010003/Manajemen

Tempat&Tanggal lahir : Medan,22 Agustus 2001

No Handphone : 08195-6114-88971

Agama : Buddha

Email : Anitaenjelina97@gmail.com

Pekerjaan : Staf Admin

Nama Perusahaan : PT. Widya Semesta Abadi

Latar Belakang Pendidikan : 1. 2007 – 2013 Swasta Singosari
2. 2013 – 2016 SMPSwastaSingosari
3. 2016 – 2019SMAWR.Supratman2
4. 2019 – 2023 STIE Eka Prasetya

Nama ayah : -

Nama Ibu : Lisa

Alamat Orang Tua : JL. Besar Delitua gg Bayur No.14

