

## **PENGARUH DISTRIBUSI LOGISTIK TERHADAP KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PT. POS INDONESIA PERSERO KOTA GUNUNGSITOLI**

Roni Dermawan Zebua<sup>1</sup>, Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea<sup>2</sup>, Serniati Zebua<sup>3</sup>, Martha Surya Dinata Mendrofa<sup>4</sup>

Fakultas Ekonomi Universitas Nias, Gunungsitoli, Indonesia

[ronnyder07@gmail.com](mailto:ronnyder07@gmail.com)<sup>1</sup>, [jeliswan89@gmail.com](mailto:jeliswan89@gmail.com)<sup>2</sup>, [sernizebua97@gmail.com](mailto:sernizebua97@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[martha.mendrofa@gmail.com](mailto:martha.mendrofa@gmail.com)<sup>4</sup>

### **Abstract**

This research was conducted at PT. Pos Indonesia Gunungsitoli, researching the distribution of logistics and customer satisfaction at PT. Pos Indonesia Gunungsitoli where researchers found several phenomena or problems that occurred, namely the level of accuracy and timeliness in package delivery that were widely complained about by customers, the level of service and employee performance that were not optimal. The purpose of this study was to determine whether there was an Influence of Distribution on Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia Gunungsitoli City and how much influence Distribution had on Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia Gunungsitoli City. Respondents were 40 people. While in the data analysis test using validity test, reliability test, correlation coefficient analysis, determinant coefficient, and hypothesis test. The test results with the help of the SPSS Version 26 program, the calculation results of the Reliability Test of Variable X are  $0.847 > 0.60$  and Variable Y is  $0.999 > 0.60$  so that it can be stated as reliable from the Determinant Coefficient Test (R Square) showing a value of 0.55, which means that the determination value when expressed as a percentage is at a value of 55% of the distribution variable value against the customer satisfaction variable.

**Keywords:** *Logistics, Distribution, Customer Satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Pos Indonesia Gunungsitoli, memeneliti tentang distribusi logistik dan kepuasan pelanggan di PT. Pos Indonesia Gunungsitoli dimana peneliti menemukan beberapa fenomena- fenomena atau permasalahan yang terjadi yaitu tingkat akurasi dan ketepatan waktu dalam pengiriman paket yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan, tingkat layanan dan kinerja pegawai yang tidak maksimal. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Apakah ada Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli dan seberapa besar pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli. Responden sebanyak 40 orang. Sedangkan pada pengujian analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis koefisien korelasi, koefisien determinan, dan uji hipotesis. Hasil pengujian tersebut dengan bantuan program SPSS Version 26, Hasil perhitungan Uji Reliabilitas Variabel X adalah  $0,847 > 0,60$  dan Variabel Y sebesar  $0,999 > 0,60$  sehingga dapat dinyatakan reliabel dari pada Uji Koefisien Determinan (R Square) menunjukkan nilai sebesar 0,55, yang berarti bahwa nilai determinasi apabila di persenkan berac pada nilai 55% nilai variabel distribusi terhadap variabel kepuas pelanggan.

**Kata Kunci :** *Distibusi, Logistik, Kepuasan Pelanggan*

### **PENDAHULUAN**

Dalam era global saat ini, persaingan bisnis menjadi sangat rumit, baik di pasar domestik maupun di pasar internasional. Guna memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu

memberikan kepuasan pada pelanggannya misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk lebih mudah pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya. Produk dengan mutu yang tidak baik,

harga yang mahal, distribusi produk yang tidak cepat memungkinkan pelanggan tidak puas walaupun dengan tingkatan yang berbeda (Adjunu et al., 2022).

Distribusi memiliki andil penting dalam menyampaikan produk kepada pelanggan. Proses distribusi merupakan salah satu aktivitas yang dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan memperlancar pendistribusian baik dalam bentuk fisik dan non-fisik. Di dalam pendistribusian terdapat kegiatan penyaluran barang dan jasa dari perusahaan kepada pelanggan yang bertujuan memperlancar proses transaksi juga untuk memperlancar proses penyaluran barang kepada pelanggan.. Kegiatan distribusi berfungsi mendekatkan perusahaan dengan pelanggan sehingga barang atau jasa dari seluruh Indonesia atau luar Indonesia dapat diterima didalam sebuah pangsa pasar (Handayani, 2024).

Dalam aktivitas-aktivitas distribusi, perusahaan dihadapkan dengan perantara distribusi sebagai agen, agen distribusi berfungsi sebagai perantara pemasaran yang bernegosiasi atas barang milik pelanggan agar diterima pelanggan. Efektivitas distribusi sangat menentukan keberhasilan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan. Distribusi yang efisien dan efektif dapat membawa berbagai manfaat bagi perusahaan dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketersediaan produk diberbagai lokasi dan saluran distribusi yang mudah dijangkau oleh pelanggan serta waktu pengiriman yang cepat dan tepat waktu juga berperan penting dalam meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Larici & Abdul, 2019).

PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli dalam melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan beberapa fenomena-fenomena atau permasalahan yang terjadi yaitu tingkat akurasi dan ketepatan waktu dalam pengiriman paket yang banyak dikeluhkan oleh pelanggan, tingkat layanan dan kinerja pegawai yang tidak maksimal,

proses operasi yang dilakukan secara manual sehingga memperlambat waktu penyelesaian. Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul “Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. POS Indonesia Kota Gunungsitoli”

Dalam proses menjalankan sebuah usaha, salah satu kegiatan yang tidak kalah penting diperhatikan adalah distribusi, dimana perusahaan menyalurkan produknya kepada konsumen dengan pola distribusi dan manajemen waktu yang baik. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam memperlancar arus barang adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan (Devi Pertiwi Ananda Putri & Akhmad Sukardi, 2023).

Distribusi yang terlalu panjang menyebabkan makin banyak mata rantai yang ikut dalam kegiatan pemasaran. Hal ini berarti kemungkinan penyebaran barang produksi secara luas tetapi sebaliknya menimbulkan biaya yang lebih besar yang menyebabkan harga yang mahal sampai ke konsumen ataupun keuntungan perusahaan kecil dalam penghasilannya. Sebaliknya saluran distribusi yang terlalu pendek kurang efektif untuk penyebarluasan, tetapi karena mata rantai pendistribusian lebih pendek maka biaya produksi dapat ditekan sehingga harga sampai ke pelanggan dapat lebih rendah (Arianto & Octavia, 2021).

Menurut (Asiva Noor Rachmayani, 2015) distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam menyediakan satu produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pengguna. Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir. Saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status

pemilikannya dari produsen ke konsumen atau pemakai bisnis.

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi adalah suatu proses atau sistem yang melibatkan pengalokasian dan penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir. Dalam kaitannya dengan bisnis dan ekonomi, distribusi mencakup berbagai jenis aktivitas yang mendukung perpindahan produk dari titik produksi ke titik konsumsi. Aktivitas ini bisa meliputi pengangkutan, penyimpanan, pengemasan, pemrosesan pesanan dan manajemen rantai pasokan.

Kepuasan pelanggan adalah ukuran sejauh mana produk atau layanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini adalah indikator penting dari loyalitas pelanggan, retensi dan rekomendasi dari mulut ke mulut, yang semuanya dapat mempengaruhi kesuksesan jangka panjang bisnis. Kepuasan pelanggan mencakup berbagai aspek, mulai dari kualitas produk hingga pengalaman layanan pelanggan (Muh. Arif & Andi Sismar, 2024).

Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Konsumen atau pelanggan yang merasa puas akan bersedia untuk membayar lebih atas barang dan jasa yang telah mereka peroleh dan mereka akan lebih mentoleransi perubahan harga serta tetap loyal. Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Karundeng, Thessa Natasya Mandey & Sumarauw, 2018).

Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya telah sesuai. Jika kinerja yang didapatkan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka pelanggan akan kecewa sebaliknya jika kinerja yang diberikan sesuai dengan

harapan maka pelanggan akan sangat puas dan akan terus menggunakan barang atau jasa tersebut bahkan merekomendasikan orang lain untuk ikut menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Basuki, 2019).

Berdasarkan pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa Kepuasan pelanggan adalah indikator kunci keberhasilan bisnis yang mencerminkan bagaimana produk dan layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dengan mengukur dan meningkatkan berbagai aspek yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, perusahaan dapat membangun loyalitas, meningkatkan retensi dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

## **METODE**

Menurut (Suparyanto dan Rosad, 2020) dalam melakukan penelitian, berbagai metode dan proses digunakan untuk mencapai tujuan ilmiah dan mencari informasi yang akurat untuk memecahkan masalah. Jenis penelitian biasanya dibedakan berdasarkan jenis data dan analisisnya. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kualitatif, yaitu tidak berupa angka-angka, melainkan hanya berupa pernyataan atau kalimat. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data-data yang bersifat kuantitatif, yaitu berupa angka-angka atau bilangan. Penelitian gabungan adalah penelitian yang menggunakan data kualitatif dan kuantitatif. Berdasarkan pendapat di atas, maka jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif karena berbentuk angka atau bilangan.

(Charismana et al., 2022), populasi dalam penelitian, mengacu pada definisi umum dari populasi yang meliputi objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang diteliti oleh peneliti untuk ditarik kesimpulan. Definisi ini menunjukkan bahwa dalam menentukan populasi, peneliti harus memperhatikan kualitas dan karakteristik dari objek atau subjek yang ingin diteliti,

sehingga hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan yang akurat dan relevan.

Pendapat tersebut juga menekankan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi, yang berarti bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas dengan memperhatikan karakteristik populasi yang telah diteliti. Dalam hal ini, peneliti memastikan bahwa populasi yang dipilih benar-benar mewakili karakteristik yang ingin diteliti, sehingga hasil penelitian dapat diaplikasikan secara luas dan relevan.

Populasi yang diacu dalam konteks ini adalah pegawai dan beberapa pelanggan yang telah ditetapkan sebagai populasi yaitu rata-rata konsumen PT Pos Indonesia Kota Gunungsitoli dengan jumlah 495 orang.

Menurut (Syahrizal & Jailani, 2023) sampel didefinisikan sebagai bagian dari sifat-sifat dan jumlah yang dimiliki oleh populasi dalam suatu penelitian. Besar sampel adalah banyaknya sampel yang diambil dari suatu populasi. Apabila jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka besar sampelnya diambil secara keseluruhan, namun jika jumlah populasinya lebih dari 100 orang maka dapat diambil secara keseluruhan, namun apabila jumlah populasinya lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10 -15% atau 20-25% dari jumlah populasi.

Oleh karena populasi dalam penelitian ini terlalu banyak lebih dari 100 orang, maka mengingat tenaga, biaya serta waktu dalam melakukan penelitian, maka peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 10% dari total populasi. Jadi, jumlah sampelnya adalah 49 Orang.

Pengumpulan data adalah proses mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang relevan dengan suatu topik atau masalah tertentu. Tujuan dari pengumpulan data adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu fenomena atau situasi yang sedang diteliti.

Salah satu langkah strategis terpenting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Jika peneliti tidak memahami teknik pengumpulan data yang diperlukan, maka ia tidak akan dapat mengumpulkan data yang memenuhi standar yang telah ditetapkan (Abdussamad, 2021). Metode pengumpulan data dapat bervariasi, tergantung pada jenis data yang diinginkan dan sumber data yang tersedia. Beberapa metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam penelitian adalah wawancara, kuesioner, observasi, dan analisis dokumen. Setelah data terkumpul, peneliti dapat menganalisis dan menginterpretasikan data untuk mengambil kesimpulan atau membuat rekomendasi.

Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengamatan (observasi) dapat memberikan data yang objektif dan akurat karena dilakukan secara langsung pada objek penelitian. Namun, perlu diperhatikan bahwa terkadang pengamatan dapat terpengaruh oleh bias peneliti. Angket (kuesioner) dapat memberikan data yang luas dan mudah diolah karena dapat diberikan kepada banyak responden sekaligus. Namun, perlu diperhatikan bahwa data yang diperoleh dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kejujuran responden, pemahaman terhadap pertanyaan, dan kebiasaan untuk memberikan respons yang sama. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ialah kuesioner tertutup. Kuesioner (angket) tertutup maksudnya peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden tinggal memilih yang sesuai dengan kondisi yang dialami.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil dari *Cronbach's Alpha* dari variabel X (Distribusi) adalah sebesar 0,847. Maka variabel X dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk variabel Y. Hasil dari

*Cronbach's Alpha* dari variabel X (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 0,999. Maka variabel Y dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6.

Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa Variabel Distribusi (X) berkorelasi terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sangat kuat, hal ini dapat dilihat dari nilai  $R = 0,745 > 0,05$ .

Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Error Std.	Beta		
1 (Constant)	11.426	2.591		4.410	.000
Total_X	.645	.084	.745	7.646	.000

Persamaan regresi yang diperoleh adalah kepuasan Pelanggan =  $11,426 + 0,645$  Distribusi Konstanta sebesar 11,426 menyatakan bahwa jika distribusi tidak diusahakan dengan baik maka kepuasan pelanggan sebesar 11,426. Koefisien regresi sebesar 0,645 menunjukkan bahwa setiap distribusi bertambah +1 poin, maka kepuasan pelanggan akan bertambah 0,645

Uji t (parsial) bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan variabel X atau independen (distribusi) secara parsial mempengaruhi variabel Y atau dependen (kepuasan pelanggan). Dengan ketentuan seperti berikut (Ghozali,2021): Jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya bahwa tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa terdapat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

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

Tabel 2. Uji Signifikansi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Error Std.	Beta		
1 (Constant)	11.426	2.591		4.410	.000
Total_X	.645	.084	.745	7.646	.000

Dengan berpedoman pada ketentuan nilai uji signifikansi bahwa  $sig. < 0,05$  maka berdasarkan hasil pengujian hipotesis melalui uji t pada table 4.17 nilai signifikansi menunjukkan  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa ada korelasi atau hubungan yang positif dan signifikan antara distribusi (variabel x) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (variabel Y), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bawah variabel X memiliki (ada) pengaruh terhadap variabel Y.

Dalam menjalankan operasionalnya, sebuah usaha jasa logistik sangat dipengaruhi oleh kegiatan distribusi yang menghubungkan antara konsumen dengan perusahaan. Kegiatan distribusi harus benar-benar diperhatikan karena sangat mempengaruhi keberhasilan dalam mempertahankan loyalitas konsumen dalam memilih dan menetapkan untuk tetap menggunakan jasa layanan yang ditawarkan. Distribusi yang baik akan mengurangi biaya, mempercepat waktu pengiriman dan memberikan kepuasan bagi konsumen.

Distribusi memang memainkan peran krusial dalam memastikan produk dan jasa dapat sampai ke konsumen dengan tepat waktu dan sesuai kebutuhan. Distribusi ini mencakup berbagai pihak seperti grosir, pengecer, agen, hingga konsumen akhir. Keberhasilan pemasaran produk sangat bergantung pada efisiensi distribusi, karena keterlambatan, kesalahan pengiriman atau kurangnya koordinasi bisa mengurangi kepuasan konsumen dan merugikan produsen. Efisiensi distribusi dapat dicapai melalui berbagai cara, seperti memperbaiki sistem logistik, menerapkan

teknologi terkini untuk pemantauan inventaris dan pengiriman, serta memilih mitra distribusi yang handal. Semua ini memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh produsen dapat disalurkan ke pasar dengan biaya yang minimal namun tetap memenuhi standar kualitas dan waktu yang diharapkan konsumen.

Menurut Chopra dan Meindl dalam Taufik (2023), distribusi melibatkan serangkaian langkah strategis yang diambil perusahaan untuk memastikan kelancaran aliran bahan baku, komponen, serta barang jadi dari pemasok ke perusahaan, dan akhirnya dari produsen ke konsumen. Proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahapan dalam rantai pasokan berjalan dengan baik, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi tepat waktu dan dengan kualitas yang diharapkan. Sementara itu, Safitri (2023) menegaskan bahwa distribusi adalah bagian penting dalam kegiatan ekonomi, di mana barang dan jasa dari produsen disalurkan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan manusia. Distribusi tidak hanya mencakup perpindahan fisik barang, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi produk melalui penyediaan layanan yang memadai dan penyesuaian terhadap kebutuhan pasar.

Pada penelitian ini saluran distribusi yang dijalankan oleh PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli menggunakan distribusi langsung kepada konsumen. Oleh karena distribusi ini menggunakan sistem distribusi langsung kepada konsumen maka kualitas layanan distribusi yang diberikan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa distribusi sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia dengan sumbangan kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 55% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Susnita, Tia Aprilia (2020) dalam Jurnalnya dengan Judul Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen

Pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara distribusi terhadap kepuasan konsumen karena t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $12,5798 > 1.66123$ ). Nilai korelasi antara distribusi dengan kepuasan konsumen pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka berdasarkan data penelitian yang diperoleh adalah sebesar 0,7921. Maka hubungan variabel distribusi dengan kepuasan konsumen pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka masuk dalam kategori hubungan yang kuat. Kontribusi distribusi dengan kepuasan konsumen adalah sebesar 62,74% atau dapat dikatakan pula, bahwa varians yang terjadi pada variabel kepuasan konsumen (Y) 62,74% ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel distribusi (X).

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Pos Indonesia Kota Gunungsitoli memperoleh hasil yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut, hal ini dapat dilihat dari nilai hasil Uji t yang menunjukkan bahwa nilai *sig.* sebesar  $0,000 < 0,05$ . Distribusi yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Nilai R Square untuk koefisien determinasi sebesar 0,55. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X memberikan sumbangan sebesar 55%, Sementara itu, 45% sisanya tidak dapat dijelaskan atau tidak tercakup dalam perdebatan ini.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adjunu, M. I., Juanna, A., & Abdussamad, Z. (2022). Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Persero Cabang Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 39–48.  
<https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JI-MB/article/view/13468>
- Arianto, N., & Octavia, B. D. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan

- Pembelian di PT Ekadharma International TBK cabang Batam. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(2), 98.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析* Title. 6.
- Basuki, K. (2019). Saluran Distribusi. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699. [www.journal.uta45jakarta.ac.id](http://www.journal.uta45jakarta.ac.id)
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan PKN*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Devi Pertiwi Ananda Putri, & Akhmad Sukardi. (2023). Analisis Pengaruh Distribusi dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Produk. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 1(6), 42–50. <https://doi.org/10.61132/menawan.v1i6.62>
- Handayani, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Logisti*. 4, 8256–8271.
- Karundeng, Thessa Natasya Mandey, S. L., & Sumarauw, J. S. B. (2018). Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(3), 1748–1757.
- Larici, Y. P., & Abdul, F. W. (2019). Ketepatan Pengaruh Manajemen Logistik Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan PT. Bhinneka Bajas Cabang Cikarang. *Jurnal Logistik Indonesia*, 3(2), 101–110. <https://doi.org/10.31334/logistik.v3i2.616>
- Muh. Arif, & Andi Sismar. (2024). Peran Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Sinar Aneka Sorong Papua Barat Daya. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(1), 47–55. <https://doi.org/10.37476/jbk.v13i1.4437>
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Teknik analisis data. *Suparyanto dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>