

## Pengaruh Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus PT. Daya Muda Agung Cirebon untuk Penjualan Produk Mahakam)

Mohamad Fikhan Primananda Kamilrizka<sup>1</sup>, Pebi Kurniawan<sup>2</sup>, Tedi Kustandi<sup>3</sup>  
Manjemen, Universitas Muhammadiyah Cirebon, 45153, Indonesia<sup>1,2,3</sup>

\*Email [fikhanpk@gmail.com](mailto:fikhanpk@gmail.com)<sup>1</sup>, [pebikurniawan83@gmail.com](mailto:pebikurniawan83@gmail.com)<sup>2</sup>, [tedi.kustandi@umc.ac.id](mailto:tedi.kustandi@umc.ac.id)<sup>3</sup>

### Sejarah Artikel:

Diterima 15-08-2025  
Disetujui 24-08-2025  
Diterbitkan 26-08-2025

### ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of Product Distribution and Service Quality on Customer Satisfaction. The research method used is quantitative. The population in this study is all 71 consumers of Mahakam products at PT. Daya Muda Agung Cirebon. The sample was determined using a census/total sampling method, and primary data was collected through questionnaires. The research variables consist of Product Distribution and Service Quality as independent variables and Customer Satisfaction as the dependent variable. Data analysis was performed using SPSS 22. The results show that Product Distribution has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, Service Quality has a positive and significant influence on Customer Satisfaction, and Product Distribution and Service Quality simultaneously have a positive and significant influence on Customer Satisfaction.*

**Keywords:** Product Distribution, Service Quality, Customer Satisfaction, Mahakam Cement.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen produk Mahakam di PT. Daya Muda Agung Cirebon yaitu sebanyak 71 orang. Penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden pada penelitian ini menggunakan sensus/total sampling dan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Variabel penelitian terdiri dari Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, serta Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Kata Kunci:** Distribusi Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Semen Mahakam.

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Mohamad Fikhan Primananda Kamilrizka, Pebi Kurniawan, & Tedi Kustandi. (2025). Pengaruh Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus PT. Daya Muda Agung Cirebon untuk Penjualan Produk Mahakam). Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 3501-3507. <https://doi.org/10.63822/pee32g08>

## PENDAHULUAN

Dinamika persaingan di industri bahan bangunan, khususnya di wilayah Cirebon, menuntut setiap perusahaan untuk memiliki strategi pemasaran yang adaptif dan efektif guna mempertahankan serta meningkatkan pangsa pasar. Kepuasan pelanggan menjadi salah satu indikator utama keberhasilan perusahaan, yang dibentuk oleh elemen-elemen kunci dalam bauran pemasaran, yaitu distribusi produk dan kualitas pelayanan. Distribusi yang efisien memastikan produk mudah diakses, sementara kualitas pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif yang mendorong pelanggan untuk tetap setia. Dengan demikian, pengelolaan yang optimal terhadap kedua elemen ini menjadi faktor penentu yang secara langsung membentuk persepsi pelanggan terhadap nilai dan kualitas perusahaan.

Dalam konteks PT. Daya Muda Agung Cirebon, sebagai distributor utama produk Mahakam, peran distribusi dan kualitas pelayanan menjadi sangat vital untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah ketatnya persaingan. Meskipun demikian, pra-survei awal menunjukkan adanya indikasi ketidakpuasan pelanggan, seperti keterlambatan pengiriman, ketersediaan stok yang tidak stabil, serta ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman yang diterima. Kondisi ini menunjukkan urgensi untuk mengkaji secara mendalam bagaimana strategi distribusi produk dan kualitas pelayanan perusahaan saat ini memengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga dapat diidentifikasi area mana yang memerlukan perbaikan untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

Penelitian ini berfokus pada PT. Daya Muda Agung untuk menjawab pertanyaan inti: (1) bagaimana pengaruh distribusi produk terhadap kepuasan pelanggan? (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan? (3) Bagaimana pengaruh distribusi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan?

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh dari distribusi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Muda Agung Cirebon, khususnya untuk penjualan produk Mahakam. Secara lebih terperinci, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari kedua variabel tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika kepuasan pelanggan di sektor industri ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur pengaruh distribusi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan pada PT. Daya Muda Agung Cirebon, dengan subjek penelitian yaitu seluruh konsumen produk Mahakam yang berjumlah 71 orang. Teknik penentuan sampel menggunakan total sampling, sehingga seluruh populasi dijadikan responden.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert (1–5) yang mencakup tiga variabel utama: distribusi produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Kuesioner disebarkan melalui kunjungan langsung dan media daring (WhatsApp). Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | .301                        | 1.404      |                           | .215  | .831 |
| Distribusi Produk  | .307                        | .102       | .292                      | 3.013 | .004 |
| Kualitas Pelayanan | .423                        | .076       | .537                      | 5.546 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22

Berdasarkan tabel 1, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,301 + 0,307 X_1 + 0,423 X_2$$

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan dan diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,301 menunjukkan bahwa ketika variabel Distribusi Produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) bernilai nol (konstan), maka variabel Kepuasan Pelanggan ( $Y$ ) berada pada angka 0,301.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel  $X_1$  memiliki nilai positif (+) sebesar 0,307, yang berarti setiap peningkatan Distribusi Produk sebesar 1% akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,307 dengan asumsi variabel lain tetap, demikian pula sebaliknya.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel  $X_2$  bernilai positif (+) sebesar 0,423, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan Kualitas Pelayanan sebesar 1% akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,423 dengan asumsi variabel lain tetap, dan berlaku pula sebaliknya.

### Hasil Uji T

**Tabel 2 Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | .301                        | 1.404      |                           | .215  | .831 |
| Distribusi Produk  | .307                        | .102       | .292                      | 3.013 | .004 |
| Kualitas Pelayanan | .423                        | .076       | .537                      | 5.546 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22

Berdasarkan hasil Uji T, menunjukkan bahwa variabel distribusi produk memiliki nilai t-hitung sebesar 3.013 dengan nilai signifikansi (P-value) sebesar 0.004. Sedangkan variabel kualitas pelayanan

memiliki nilai t-hitung sebesar 5.546 dengan nilai signifikansi (P-value) sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,05 dan t-hitung lebih besar dari t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel distribusi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh keseluruhan variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel dependen. Menurut Ghazali (2021), jika nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan dan kedua variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

**Tabel 3 Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 291.265        | 2  | 145.632     | 39.603 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 250.059        | 68 | 3.677       |        |                   |
| Total        | 541.324        | 70 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Distribusi Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi (P-value) sebesar 0.000. Karena nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel distribusi produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Ini berarti model regresi secara keseluruhan layak untuk menjelaskan variasi pada variabel dependen.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .734 <sup>a</sup> | .538     | .524              | 1.91764                    |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Distribusi Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh R Square adalah 0.538. Angka ini mengindikasikan bahwa 53.8% variasi pada variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variasi dari variabel distribusi

produk dan kualitas pelayanan dalam model regresi. Sementara itu, sisanya sebesar 46.2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai ini menunjukkan seberapa baik model yang dibangun dapat memprediksi atau menjelaskan variabel dependen.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Distribusi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Daya Muda Agung Cirebon, sejalan dengan temuan studi terdahulu. Pengaruh positif ini didukung oleh sinergi elemen-elemen distribusi, yaitu persepsi pelanggan terhadap lokasi distributor yang strategis, ketersediaan produk yang konsisten, serta akurasi dan keandalan operasional. Khususnya, kepuasan pelanggan terbentuk dari terpenuhinya harapan terkait produk yang diterima sesuai dengan jumlah pesanan. Keberhasilan ini membuktikan bahwa kombinasi antara kemudahan akses produk dan keandalan operasional merupakan kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Daya Muda Agung Cirebon, konsisten dengan studi terdahulu. Pengaruh ini didukung oleh berbagai indikator, mulai dari kemudahan akses E-Katalog, komitmen ketepatan waktu pengiriman, hingga responsivitas tim pelayanan dalam menanggapi keluhan. Keberhasilan perusahaan terletak pada sinergi antara kemudahan akses informasi, ketepatan janji, kecepatan respons, dan jaminan penanganan masalah. Temuan ini memberikan bukti empiris bahwa praktik kualitas pelayanan yang unggul adalah kunci untuk menciptakan pengalaman positif dan membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

### **Pengaruh Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi produk dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Daya Muda Agung Cirebon, sejalan dengan temuan studi terdahulu. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil dari sinergi antara ketersediaan produk dan kualitas layanan yang diberikan. Meskipun demikian, analisis lebih dalam menunjukkan adanya inkonsistensi pada beberapa aspek, di mana pelanggan merasa puas dengan kualitas produk yang sesuai harapan dan pelayanan secara umum, namun terdapat ketidakpuasan spesifik terkait kecepatan pengiriman. Meskipun kelemahan ini berpotensi menurunkan kepuasan, pengaruh positif dari variabel secara keseluruhan tetap kuat, terbukti dengan adanya niat pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada rekan bisnis. Oleh karena itu, perbaikan pada aspek pengiriman akan semakin memperkuat pengaruh positif ini dan meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

## **KESIMPULAN**

1. Distribusi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Muda Agung Cirebon

2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Muda agung Cirebon.
3. Distribusi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Daya Muda agung Cirebon.

## **SARAN**

### **Saran Manajerial**

1. PT. Daya Muda Agung Cirebon disarankan untuk meningkatkan efisiensi dan keandalan sistem distribusi produk secara menyeluruh. Hal ini dapat dicapai dengan mengoptimalkan manajemen stok dan inventaris untuk menjamin ketersediaan produk Mahakam, memperketat proses verifikasi pesanan untuk memastikan akurasi jumlah produk, serta mengoptimalkan sistem komunikasi dengan pelanggan untuk memberikan informasi pengiriman yang akurat dan tepat waktu.
2. PT. Daya Muda Agung Cirebon disarankan untuk menguatkan komitmen pada kualitas pelayanan secara menyeluruh dengan menjadikan ketepatan waktu pengiriman sebagai standar operasional utama, meningkatkan responsivitas dan kompetensi tim customer service melalui pelatihan, serta membangun sistem yang transparan dan terintegrasi untuk penanganan keluhan dan penggantian barang. Langkah-langkah ini penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan membedakan diri dari kompetitor.
3. PT. Daya Muda Agung Cirebon disarankan untuk mengelola kepuasan pelanggan secara komprehensif dengan mempertahankan kualitas produk yang sesuai harapan, meningkatkan standar pelayanan secara berkelanjutan, dan mengatasi kelemahan pada sistem pengiriman. Strategi ini dapat diperkuat dengan mengoptimalkan potensi promosi dari mulut ke mulut melalui program insentif bagi pelanggan yang merekomendasikan produk, sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan jangkauan pasar perusahaan.

### **Saran Teoritis**

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat melakukan pengkajian dan pengembangan terhadap faktor-faktor lain di luar distribusi produk dan kualitas pelayanan yang mungkin juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, metode penelitian dapat dikembangkan lebih lanjut agar diperoleh hasil yang lebih mendalam dan variatif, misalnya dengan menggunakan pendekatan kualitatif atau metode gabungan (mixed-method).

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anisa, & Rushadiyati. (2021). *Pengaruh Saluran Distribusi dan Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan pada PT. Osstem Implant Indonesia*. 1(1), 91–101. <http://eprints.unpam.ac.id/8093/>
- Ardisa, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT . Langit Membiru Wisata Bogor*. 6(1), 38–49.
- Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen*. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 1(4), 68–81. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>



- Fajar Saputro, & Muhammad Jalari. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Roti Bakar. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 266–285. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.639>
- George, D., & Paul Mallery. (2019). *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step*. <https://doi.org/10.4324/9780429056765>
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE Dengan Program IBM SPSS 26 IBM" SPSS" Statistics »*.
- Kaparang, G. N., Sumampouw, D. H. J., & Si, M. (2014). *TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN*. April.
- Kasman, H. (2020). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Lafonte Pada Pt Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Triangle Editorial Team*, 1(1), 182–195.
- Kusdianto, Priyatna, E. H., & Pratiwi, D. A. (2019). *KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN DAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Pada Auto 2000, Pasar Kemis)*. 1(1).
- Masili, V., Lumanauw, B., & Tielung, M. V. J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Prosiding*, 3(4), 10–17. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.288>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Urbans Travel. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1645–1661. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3242>
- Noval Prabowo, F. S. (n.d.). ( *Studi Kasus Stasiun Pariaman* ). 1–12.
- Pandeiro, A. A., Soegoto, A. S., & Kawet, R. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.Unilever, TBK Cabang Amurang Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 9(4), 1303–1312.
- Salman, A. B., Muzakkir, & Naida<sup>1</sup>. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada RSUD Lamadukelleng Sengkang*. 2(1), 37–43.
- Saripudin, A., Oktariawan, W., & Kurniasih, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Saung Manglid*. 1(1), 48–57.
- Setiawan, Fitria, D., Mulyono, A., & Martah<sup>4</sup>, V. (2021). *TOKO SAERA WARU SIDOARJO*. 4(2).
- Wijaya, F., Andy, A., Vincent, V., Steven, S., & Harahap, R. A. (2019). Pengaruh Saluran Distribusi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Alat Kesehatan Merek Omron Pada Pt. Sumber Medika Indonesia Medan (Distributor Alat Kesehatan). *Jurnal Darma Agung*, 27(2), 973. <https://doi.org/10.46930/ojsuda.v27i2.268>
- Zaini, A. A. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ( Studi pada Konsumen “ Warung Bek Mu 2 ” Banjaranyar Paciran Lamongan )*. 02(02), 47–54.