

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM PENGIRIMAN BAHAN POKOK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT NUGRAHA INTI MULIA SURABAYA

Oleh:

Vera Ferianda Zulfa

STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya

Jl. Perak Barat. No. 173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantian, Kota Surabaya, Jawa
Timur 60177

Email : vera.ferianda.z@gmail.com

Dr. Ir Sumarzen Marzuki, M.MT

STIA Dan Manajemen Kepelabuhan Barunawati Surabaya

Jl. Perak Barat. No. 173, Perak Utara, Kec. Pabean Cantian, Kota Surabaya, Jawa
Timur 60177

ABSTRAK

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan distributor pasca dilanda wabah virus Covid-19 yaitu merancang kembali langkah-langkah untuk bisa survive dan bersaing dengan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama. Keputusan yang diambil perusahaan dalam menetapkan strategi pengiriman barang yang akan dijalankan menentukan kelancaran jalannya proses distribusi sehingga bisa memberikan keuntungan bagi perusahaan maupun pihak yang berada dalam saluran distribusi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam proses pendistribusian. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan distributor yang berada di kota Surabaya. Sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) berpengaruh positif signifikan terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 86,6%.

Kata Kunci : Faktor Internal dan Eksternal, Pengiriman Bahan Pokok, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Wabah virus Covid-19 sangat berdampak pada ekonomi secara menyeluruh. Adanya wabah ini menjadikan sebuah kondisi yang mengakibatkan ambivalensi. Seperti dua sisi mata uang koin. Pada satu sisi terbantu oleh kondisi pandemic Covid-19 di sisi yang lain ada pihak yang begitu dirugikan oleh wabah pandemi ini (Kemenag Banyuasin, 2021).

Terutama semua sektor yang mengalami penurunan stabilitas ekonomi yang diakibatkan oleh wabah pandemic Covid-19 ini. Seperti halnya yang terjadi pada kalangan masyarakat menengah ke bawah. Baik yang ada di lingkungan perkotaan maupun pedesaan. Dalam hal untuk memenuhi akomodasi kebutuhan sehari-hari masyarakat harus melakukan kegiatan mandiri seperti mendatangi toko-toko kelontong atau kios yang menyediakan sembako sebagai persediaan yang digunakan untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

Tidak hanya dalam skala regional, pandemic Covid-19 juga berdampak pada rana internasional. Semua orang yang ada di penjuru dunia merasakan dampaknya. Mulai dari krisis pangan dalam skala makro hingga peningkatan permintaan terhadap satu komoditas yang mengakibatkan kenaikan pada komoditas tersebut. Selain mengalami kenaikan harga pangan yang begitu signifikan, kurangnya pasokan pangan juga menjadi ancaman terbesar. Hal ini mengakibatkan sebuah negara yang harus melakukan pembatasan dalam rangka mengurangi ekspor pasokan pangan ke negara lainnya. Hal ini juga kerap dilakukan oleh negara seperti Thailand demi menjaga ketersediaan pasokan di dalam negeri (Trademap, 2020).

Pada era globalisasi ini mengakibatkan sebuah persaingan ketat di kalangan para pengusaha. Persaingan ketat dalam memenuhi permintaan pasar yang setiap saat semakin tinggi. Realitas yang ada di kalangan konsumen sendiri adalah menginginkan ketersediaan barang dengan kualitas yang bagus akan tetapi juga memiliki harga pasar yang terbilang ekonomis yang bisa dijangkau oleh seluruh kalangan. Maka tantangan yang muncul saat ini adalah, perusahaan harus mampu meningkatkan produktivitas pada ketersediaan bahan kemudian mampu memenuhi kebutuhan para konsumen dengan persaingan pasar (Majid dan Dwiyanto, 2017).

Pengiriman produk akhir biasanya bisa dikirimkan ke gudang, ritel atau ke konsumen secara langsung, tergantung dari tipe distribusi yang digunakan. Sekarang ini, persaingan bisnis terjadi antar rantai pasok suatu perusahaan dengan rantai pasok perusahaan lainnya yang berjalan di bidang yang sama. Kegiatan rantai pasok itu sendiri terdiri dari berbagai macam aktivitas yang ada dan dilakukan oleh pemasok, pabrik, distributor, ritel, hingga pelanggan akhir. Dari semua tipe channel distribusi itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tujuan utama suatu rantai pasok adalah kepuasan konsumen.

Namun pertanyaan yang perlu diperhatikan oleh sebuah perusahaan adalah bagaimana sebuah perusahaan dapat memuaskan konsumen mereka sekaligus mengeluarkan biaya yang optimal. Salah satu biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen adalah biaya transportasi. Biaya transportasi itu sendiri terdiri dari biaya bahan bakar, biaya kendaraan, biaya tenaga kerja baik sopir maupun kernet jika dibutuhkan. Biaya kendaraan dan biaya tenaga kerja biasanya sama dengan yang lainnya sejauh tipe dan jam kerja sama. Sedangkan biaya bahan bakar akan berbeda-beda walaupun jenis kendaraan dan jam kerja sama. Biaya bahan bakar ini sebanding dengan jarak rute yang dilewati oleh tenaga kerja, yaitu sopir dan kernet, semakin panjang jarak rute yang dilewati, maka semakin besar juga biaya bahan bakar yang harus dikeluarkan, begitu pula sebaliknya.

Selain transportasi, perusahaan juga harus memperhatikan pengelolaan dan pengendalian barang di gudang supaya ketersediaan barang digudang terjamin. Untuk mencapai kepuasan pelanggan, perusahaan juga harus memperhatikan sumber daya manusia (karyawan) dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Pada PT. Nugraha Inti Mulia proses penerimaan dan pendistribusian barang yang datang ke logistik baik dari internal atau eksternal masih dikelola dan ditangani secara manual, sehingga proses penerimaan dan pendistribusian barang terbilang lambat yang berdampak sering terjadinya penumpukan barang di gudang. Dikarenakan gudang terpisah dengan kantor maka bagian penerimaan barang tersebut membutuhkan waktu kurang lebih 5 sampai 10 menit untuk sampai ke gudang tersebut, jadi ketika bagian penerimaan barang akan melakukan penerimaan barang maka bagian penerimaan tersebut harus datang ke gudang terlebih dahulu untuk melakukan pengecekan dan pendataan barang yang akan diterima. Sehingga proses tersebut cukup memakan waktu yang lama dan bisa dikatakan tidak efektif dan efisien.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“Analisis Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengiriman Bahan Pokok Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya”**.

Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, dengan merujuk pada pendahuluan di atas peneliti menemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah transportasi mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia?
2. Apakah ketersediaan barang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia?
3. Apakah ketepatan waktu pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia?
4. Apakah pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia?
5. Apakah Sumber Daya Manusia (SDM) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Nugraha Inti Mulia?

Batasan Masalah

Permasalahan yang ada pada rumusan masalah tersebut akan dibahas dengan ringkas dan tidak akan dibahas dengan lengkap, supaya untuk menghindari penimbunan masalah yang baru serta agar lebih mudah dimengerti dan penulis memberikan batasan masalah mengenai masalah yang diteliti, yaitu pengaruh transportasi, ketepatan pengiriman, ketersediaan barang, pelayanan dan sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Guna mengetahui apakah transportasi mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Nugraha Inti Mulia
2. Untuk mengetahui apakah kegunaan barang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Nugraha Inti Mulia

3. Untuk mengetahui apakah ketepatan pengiriman mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Nugraha Inti Mulia
4. Untuk mengetahui apakah pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Nugraha Inti Mulia
5. Untuk mengetahui apakah sumber daya manusia (SDM) mempengaruhi kepuasan pelanggan di PT Nugraha Inti Mulia
6. Untuk mengetahui apakah transportasi, ketersediaan barang, ketepatan pengiriman, pelayanan dan Sumber Daya Manusia (SDM) secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Nugraha Inti Mulia

Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan besar terhadap penelitian ini agar mampu memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
 Penelitian ini akan menjadi rujukan bagi perusahaan terkait dengan hal-hal yang mempengaruhi aktivitas pengiriman tepat waktu akan memberikan harga yang stabil dan tersedianyapasokan barang melalui peran distribusi.
2. Bagi STIAMAK Barunawati
 Penelitian ini akan menjadi warisan ilmiah dan akan menjadi referensi bagi mahasiswa penerus yang akan melakukan penelitian terutama penerapan teori *supply chain management* (SCM). Dan akan melengkapi literatur pada perpustakaan STIAMAK Barunawati.
3. Bagi Peneliti
 Peneliti menginginkan dari penelitian ini akan menjadi wasilah untuk menjadi paham terkait dengan faktor-faktor yang berpengaruh pada pengiriman barang dari gudang distributor menuju ke tangan konsumen.

Sistematika Penulisan

Di dalam penelitian ini untuk mempermudah memahami penulisan ini, maka peneliti dapat memberikan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. **BAB I PENDAHULUAN**
 Dalam bab tersebut berisi latar belakang untuk menjelaskan tentang alasan dan pemikiran peneliti terhadap masalah tersebut, rumusan masalah yang berisi permasalahan yang ada di dalam penelitian, batasan masalah yang memberikan batasan tentang penelitian tersebut, tujuan penelitian yang menjelaskan tujuan penulis meneliti perusahaan tersebut.
2. **BAB II LANDASAN TEORI**
 Dalam bab ini berisi tentang hasil dari penjelasan yang berhubungan dengan pembahasan yang memberikan teori mengenai penelitian tersebut.
3. **BAB III METODE PENELITIAN**
 Di dalam bab tiga ini mengamati pada lokasi, waktu, populasi, sumber data, analisis data dll supaya penelitian tersebut menjadi terarah dan terstruktur dengan baik.
4. **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**
 Di dalam bab empat ini menganalisis pada hasil di teliti di Surabaya.
5. **BAB V PENUTUP**
 Dalam bab yang terakhir ini berisi jawaban dari masalah yang diteliti di dalam penelitian tersebut. Serta saran ditujukan pada pihak – pihak terkait didalam

objek penelitian untuk memberikan masukan mengenai penelitian yang kurang yang berfungsi untuk membuat penelitian yang lebih baik lagi di masa yang akan datang.

LANDASAN TEORI

Distribusi

Definisi Distribusi

Distribusi merupakan proses terjadinya aktivitas baik itu perpindahan atau pergerakan barang/jasa mulanya dari tempat produksi hingga ke tempat konsumen (Nur & Indra, 2018). Memperhatikan dengan runtut alur pengiriman dari pihak produsen hingga pada konsumen sehingga sangat diperlukan penggunaannya (Arif, 2018).

Faktor Internal dan Eksternal

Definisi Faktor Internal

Menurut Susanthi (2017) lingkungan internal adalah lingkungan yang berada didalam organisasi dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada perusahaan.

Definisi Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor dari luar perusahaan atau organisasi, namun dapat berimbas kepada proses dalam perusahaan atau organisasi tersebut.

Transportasi

Definisi Transportasi

Dalam buku Andriansyah (2015) transportasi dapat diartikan sebagai usaha memindahkan, menggerakkan, mengangkut, atau mengalihkan suatu objek dari suatu tempat ke tempat lain, dimana ditempat lain objek tersebut lebih bermanfaat atau dapat berguna untuk tujuan-tujuan tertentu.

Indikator Transportasi

Menurut Zainal (2015), indikator transportasi barang adalah sebagai berikut :

1. Rute, wilayah yang dilewati transportasi umum
2. Aksesibilitas, panjang jarak wilayah yang dilewati transportasi umum/luas wilayah yang dilewati
3. Kecepatan perjalanan, daerah kepadatan tinggi dan daerah kepadatan rendah (km/jam)
4. *Load factor*, rasio jumlah barang yang diangkut
5. *Availability*, rasio jumlah transportasi barang yang beroperasi

Ketersediaan Barang

Assauri (2016 : 225) berpendapat, proses pendistribusian barang sangat berpengaruh atas ketersediaan suatu barang.

Indikator Ketersediaan Barang

Grubor (2016:227) menyatakan, stok gudang merupakan bagian dari indikator tersedianya barang.

1. Tata letak atau *layout merchandising* merupakan upaya mengatur tampilan utama toko guna memudahkan pelanggan dalam mengklasifikasi dan memilih jenis barang dagangan. Pengaturan tata letak ini berfungsi untuk meningkatkan pemasaran dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan yang ada dari barang yang dimiliki. Paling penting tata letak tidak dibuat ribet dan memudahkan akses pelanggan.

2. *Point of sale* merupakan kantor bagian cabang dan *costumer service* yang dipakai perusahaan untuk memfasilitasi capaian barang.
3. Kendaraan operasional merupakan sarana yang sering digunakan oleh perusahaan untuk mendistribusikan barang.

Ketepatan Waktu Pengiriman

Definisi Ketepatan Waktu

Pengiriman dan upaya penjadwalannya menjadi faktor penentu dalam melaksanakan manajemen distribusi (Hud, 2016).

Indikator ketepatan pengiriman

Indikator Ketepatan Waktu Pengiriman Menurut Arini (2018) :

1. Ketepatan dalam jasa pengiriman barang, ketika pesanan terkirim secara lengkap dan tepat pada tanggal yang disepakati antara toko dan pelanggan, atau sebelum tanggal yang disepakati.
2. Ketepatan dalam menentukan harga, dipengaruhi oleh kebijakan penentuan harga jual, pemanfaatan kapasitas, dan tujuan perusahaan.
3. Ketepatan dalam menentukan waktu, suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atas kemampuannya untuk mengambil keputusan.

Pelayanan

Definisi Pelayanan

Menurut Tjiptono (2016) pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office* atau *frontstage*).

Indikator Pelayanan

Pelayanan mempunyai 5 Indikator dalam kualitas pelayanan yang ada untuk konsumen (Sunyoto, 2016), yaitu :

1. Bukti langsung (*tangible*)
2. Keahlian perseroan buat membuktikan ketersediaannya pada pihak luar yang telah yakin seluruhnya. Membuktikan bila perlengkapan serta prasarana yang dapat diamati di industri buat bisa dialami di area dekat merupakan fakta jelas dari layanan yang diserahkan oleh fasilitator layanan.
3. Keandalan (*reliability*)
4. Mampu untuk melakukan dengan andal dan cepat kerja seseorang diberi layanan saat melakukan tindakan kepada pelanggan.
5. Daya tangkap (*responsiveness*)
6. Perbantuan dalam pelayanan yang cepat dan akurat untuk pelanggan pengguna supaya tidak adanya persepsi negative dari pelanggan.
7. Empati (*empathy*)
8. Kesiapan untuk membantu sesama yang ada disekitar kita dan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan.
9. Jaminan (*assurance*)
10. Janji apa yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan agar bisa terjamin misalnya seperti ramah pemberian informasi, keamanan dan layanan yang baik.

Sumber Daya Manusia (SDM)

Definisi Sumber Daya Manusia

Sumber daya itu bisa berupa sumber daya alam dan sumber daya manusia. Manusia merupakan aset paling berharga dalam mengelola sebuah organisasi. SDM menjadi sebuah aset untuk mencapai sebuah tujuan organisasi.

Indikator Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) mempunyai 5 Indikator dalam kualitas SDM yang ada untuk konsumen (Zohra, 2016), yaitu :

1. Kuantitas merupakan jumlah yang dihasilkan dan dinyatakan dalam istilah seperti jumlah unit dan jumlah siklus aktivitas yang diselesaikan.
2. Kualitas merupakan ketaatan dalam prosedur, disiplin, dedikasi.
3. Keandalan merupakan kemampuan untuk melakukan pekerjaan yang disyaratkan dengan supervisi minimum.
4. Kehadiran merupakan keyakinan akan masuk kerja setiap hari dan sesuai dengan jam kerja.
5. Kemampuan bekerja sama adalah kemampuan seorang tenaga kerja untuk bekerja bersama dengan orang lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan pekerjaan yang telah ditetapkan sehingga mencapai daya guna dan hasil guna yang sebesar-besarnya.

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Definisi Kepuasan Pelanggan

Loyalitas konsumen adalah tingkat sensasi kesenangan atau kekecewaan klien yang muncul karena kontras dengan eksekusi item yang nyata dan asumsi mereka (Kotler dan Keller, 2016).

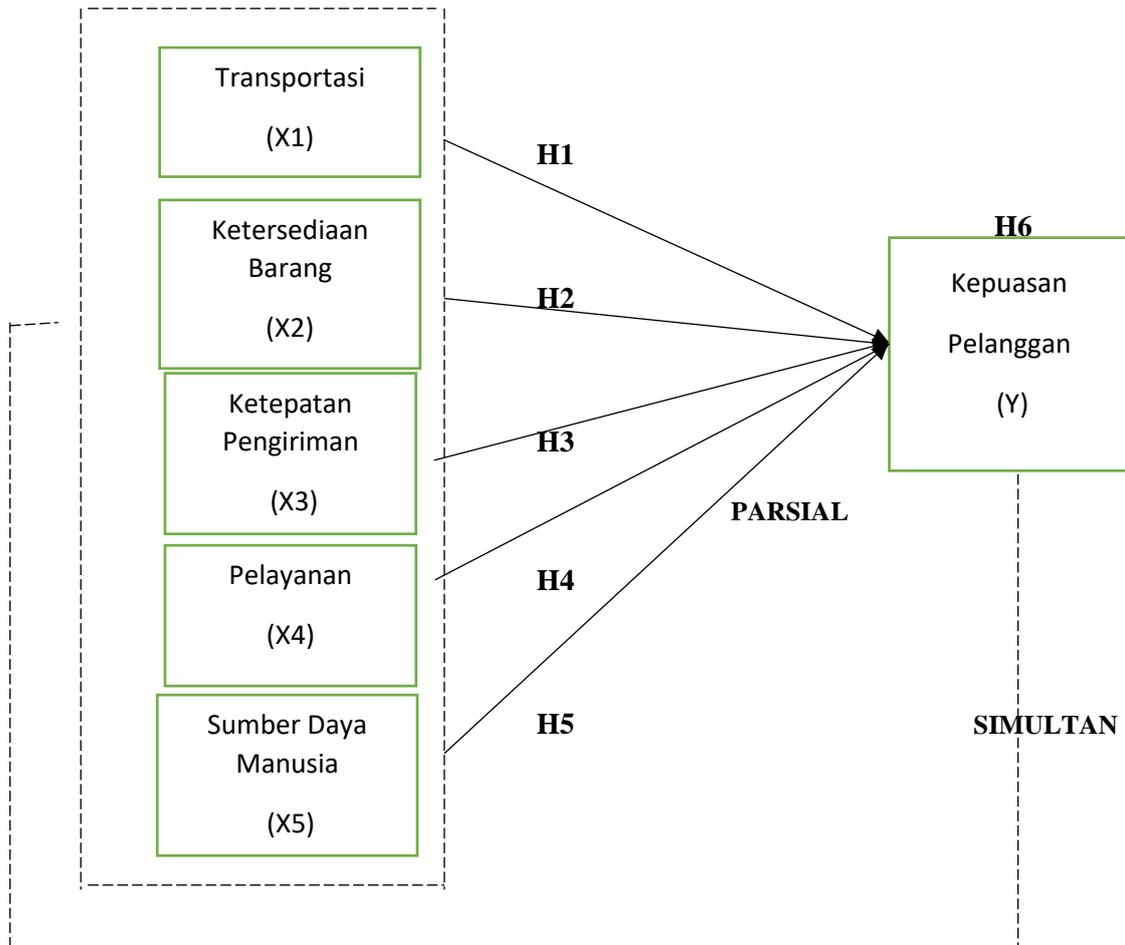
Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen atau pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan sumber daya manusia organisasi. Menurut Tjiptono (2016:101), ada beberapa indikator dari variabel kepuasan konsumen diantaranya:

1. Kesesuaian harapan semua konsumen pasti selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan dibelinya.
2. Minat membeli kembali keadaan ini biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu perusahaan.
3. Kesiediaan merekomendasikan suatu perusahaan biasanya akan mencoba meminta para konsumen tetap mereka untuk merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.
4. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama Jika seorang konsumen sudah merasa puas pada produk suatu perusahaan, maka seorang konsumen pasti akan mencari produk yang lain pada perusahaan tersebut dikarenakan konsumen sudah menilai produk dari perusahaan tersebut bagus dan sesuai dengan apa yang inginkan konsumen.
5. Menciptakan citra merk pada suatu perusahaan bisa dikenal oleh khalayak umum apabila produk dari nama merk tersebut sudah bisa membuat kepuasan pada semua konsumennya.

Kerangka Hipotesis

Perumusan Hipotesis Sugiyono (2013: 96) mengatakan bahwa hipotesis adalah tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat tanya. Berdasarkan teori dan kerangka konseptual, dirumuskan hipotesis sebagai berikut :



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

Keterangan :

- > : Berpengaruh Secara Parsial
- - - - -> : Berpengaruh Secara Simultan

X1, X2, X3, X4, X5 : Variabel Independen

Y : Variabel Dependen

Hipotesis

Berkaitan dengan premis hipotetis serta sistem perasaan yang telah dihubungkan, spekulasi ini masih mengemuka, yakni :

- H1 : Transportasi mempengaruhi loyalitas konsumen pada PT Nugraha Inti Mulia.
H2 : Ketersediaan Barang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT Nugraha Inti Mulia.
H3 : Pengiriman yang tepat waktu akan mempengaruhi loyalitas konsumen PT Nugraha Inti Mulia.
H4 : Kualitas Pelayanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan PT Nugraha Inti Mulia.
H5 : Pengaruh SDM terhadap kepuasan pelanggan PT Nugraha Inti Mulia.
H6 : Transportasi, Ketersediaan barang, Pengiriman tepat waktu, Kualitas pelayanan dan Sumber daya manusia secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT NIM.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Pemikiran

Dalam mengerjakan penelitian karya ilmiah kita akan diterapkan dengan variabel yang akan diteliti agar dapat menentukan hasil dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa metode kuantitatif merupakan metode yang di aplikasikan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan berlandaskan pada filsafat positivisme, statistik, dan pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian yang bertujuan untuk memberikan ujian pada jawaban sementara yang telah di jelaskan diatas.

Populasi

Populasi terdiri dari objek dan subjek yang disertai dengan karakteristik tertentu yang belum sepenuhnya ditentukan dan dipelajari sebagai penentuan (Sugiono, 2018). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Survei ini melakukan pengujian pada PT. Nugraha Intimulia dengan populasi sebanyak 100 pelanggan.

Sampel

Sampel merupakan pendugaan terhadap populasi pada penelitian tetapi bukan dari populasi itu sendiri. Menurut Sugiyono (2014) adalah bagian dari populasi yang secara tidak beraturan yang tidak melihat strata yang ada pada populasi tersebut.

Data Penelitian

Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan sumber yang dapat memberikan informasi didalam penelitian. Untuk penggunaan data itu peneliti menggunakan dua jenis untuk sumber data nya, yaitu:

1. Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018) data primer merupakan data yang bersifat langsung untuk diberikan datanya kepada yang mengumpulkan data. Dalam data primer di dalam penelitian ini adalah seperti interview kepada pelanggan PT Nugraha Inti Mulia mengenai kepuasan para pelanggan PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

2. Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2018) Data Sekunder adalah data yang bersifat tidak langsung diberikan datanya kepada orang yang mengumpulkan data, seperti halnya dengan dokumen atau lewat orang lain. Di dalam penelitian ini untuk data

sekunder adalah artikel, jurnal, buku, skripsi yang ada kaitanya dengan topik transportasi, ketersediaan barang, ketepatan pengiriman, pelayanan dan sumber daya manusia.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian terdapat pengumpulan data, supaya untuk mencapai pola pikir yang sesuai dengan penelitian ini. Berikut langkah pengumpulan data agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan.

1. Observasi

Sutrisno Hadi Sugiyono (2016) memberikan penjelasan yaitu observasi adalah proses yang erat, yaitu terdiri dari proses psikologis dan biologis. Dalam penelitian ini peneliti meneliti transportasi, ketersediaan barang, ketepatan pengiriman, elayanan dan sumber daya manusia.

2. Wawancara

Menurut Siregar (2013) wawancara merupakan proses tanya jawab yang bertujuan untuk menghasilkan informasi atau data dengan bertatap muka. Dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung oleh narasumber. Dimana nasurمبر disini adalah para pelanggan PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

3. Kuesioner

Sugiyono (2016) menyebutkan, kuesioner adalah metode untuk mengumpulkan data dengan memberikan kepada responden dengan memberikan pernyataan yang untuk dijawab oleh responden. Untuk alat ukur di penelitian ini memakai skala likert. Yang di setiap responden melengkapi jawaban pada pernyataan yang ada di kuesioner tersebut. Untuk tingkat skala likert di penelitian ini adalah sebagai berikut :

- | | | |
|----|--------------------------------------|---------|
| 1) | Memiliki jawaban Sangat Setuju | point 5 |
| 2) | Memiliki jawaban Setuju | point 4 |
| 3) | Memiliki jawaban Netral | point 3 |
| 4) | Memiliki jawaban Tidak Setuju | point 2 |
| 5) | Memiliki jawaban Sangat Tidak Setuju | point 1 |

4. Studi Pustaka

Menurut pendapat Sugiyono (2016), merupakan kajian teori dan fikiran untuk mendapatkan nilai dan budaya yang luas dalam lingkungan sosial yang di teliti.

Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2016) Analisis data adalah suatu dalam kegiatan yang setelah terkumpulnya sumber data dari orang yang telah mengisi kuesioner. Di dalam analisis data meliputi pengelompokkan data yang didasari pada variabel untuk responden, penyajian data pada variabel akan melakukan hitungan dalam uji hipotesis yang diajukan. Di dalam penelitian ini kita menggunakan penedekatan deskriptif dengan alat uji SPSS dengan analisis regresi berganda.

Uji Validitas

(Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa uji validitas merupakan uji yang dapat menentukan kuat atau tidak nya suatu angket.

Uji Realibilitas

(Siregar, 2013) menyatakan bahwa, uji reliabilitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur tetap stabil dengan ukur yang akan dilakukan dalam dua kali atau bisa lebih dalam gejala yang sama.

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini peneliti membuat ujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Untuk melakukan uji tersebut perlu melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu untuk menghindari dari penyimpangan asumsi klasik. Berikut uji asumsi klasik yang digunakan di penelitian ini:

1. Uji Normalitas
2. Uji Multikolinearitas
3. Uji Heteroskedastisitas
4. Uji Linieritas

Uji Regresi Linier Berganda

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji ini dapat digunakan untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh dari satu atau lebih independen. Rumus untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = Var Brand Loyalty
- a = Koefisien Konstanta
- X₁ = Var Sosial Media
- X₂ = Var Brand Trust
- b₁ = Koefisien Regresi Sosial Media
- b₂ = Koefisien Regresi Brand Trust
- e = Standart Error

Uji Hipotesis

Untuk memenuhi syarat asumsi klasik perlu dilakukan uji hipotesis diantaranya adalah:

1. Koefisien Determinasi
Menurut Ghozali (2013), uji tersebut dapat berfungsi untuk dapat memberi ukuran untuk sejauh mana antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Uji T (Parsial)
Menurut (Priyastama dan Imron, 2019), uji t berfungsi untuk memberikan hasil uji secara parsial apakah ada pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.
3. Uji F (Simultan)
Menurut (Ghozali, 2016) Uji F berfungsi untuk dapat memberikan pengetahuan secara bersamaan apakah variabel bebas dapat bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas ini berfungsi untuk dapat memberi ukuran benar atau tidaknya kuesioner yang telah dilaksanakan. Dengan memberi perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk (df) = n-k, besarnya df = 100-2=98, dengan df 98 dan

alpha = 0,05 didapat rtabel adalah 0,196. Jika r hitung > r tabel itu hasilnya baik dan kuat, dan jika r hitung < r tabel itu hasilnya tidak baik dan tidak kuat Imam Ghozali (2013). Berikut hasil dari hitungan pada semua variabel :

Tabel 1.10
Hasil Uji Validitas Setiap Variabel

Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Transportasi (X1)			
X1.1	0,265	0,196	Valid
X1.2	0,391	0,196	Valid
X1.3	0,451	0,196	Valid
X1.4	0,485	0,196	Valid
X1.5	0,485	0,196	Valid
Ketepatan Pengiriman (X2)			
X2.1	0,551	0,196	Valid
X2.2	0,635	0,196	Valid
X2.3	0,698	0,196	Valid
X2.4	0,686	0,196	Valid
X2.5	0,665	0,196	Valid
Ketersediaan Pelanggan (X3)			
X3.1	0,537	0,196	Valid
X3.2	0,686	0,196	Valid
Item Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X3.5	0,767	0,196	Valid
Pelayanan (X4)			
X4.1	0,611	0,196	Valid
X4.2	0,669	0,196	Valid
X4.3	0,663	0,196	Valid
X4.4	0,705	0,196	Valid
X4.5	0,525	0,196	Valid
Sumber Daya Manusia (SDM) (X5)			
X5.1	0,535	0,196	Valid
X5.2	0,672	0,196	Valid

X5.3	0,626	0,196	Valid
X5.4	0,587	0,196	Valid
X5.5	0,637	0,196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y.1	0,601	0,196	Valid
Y.2	0,587	0,196	Valid
Y.3	0,698	0,196	Valid
Y.4	0,697	0,196	Valid
Y.5	0,715	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 22 (2022)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel tersebut bahwa hasil uji validitas indikator dari semua variabel bebas dan terikat menunjukkan hasilnya valid, karena nilai r_{hitung} variabel-variabel yang memiliki nilainya lebih besar daripada r_{tabel} yaitu 0,196 sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang dikerjakan untuk dapat memberi ukuran tingkat stabil pada alat pengukur untuk mengukur suatu kejadian. Untuk mengukurnya dengan melihat *Cronbach Alpha* $> 0,60$ menurut Imam Ghozali (2016). Berikut ini hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 1.11
Hasil Uji Reliabilitas Setiap Variabel

Variabel	<i>Cronbach Alpha's</i>	Kriteria	Keterangan
Transportasi (X1)	0,700	0,60	Reliabel
Ketepatan Pengiriman (X2)	0,653	0,60	Reliabel
Ketersediaan Barang (X3)	0,759	0,60	Reliabel
Pelayanan (X4)	0,626	0,60	Reliabel
Sumber Daya Manusia (X5)	0,653	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,677	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 22 (2022)

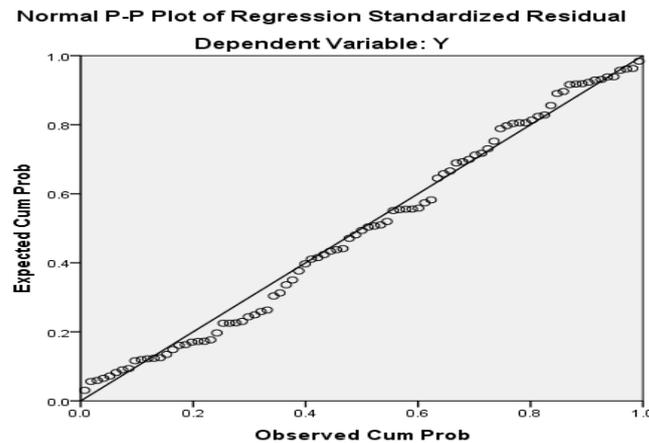
Dari hasil uji tersebut dapat diketahui bahwa variabel sosial media, brand trust, brand loyalty semuanya Reliabel (terbukti), karena didalam semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk Uji normalitas didalam penelitian ini kita menguji menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dan *klomogorov-Smirnov*. Yang nantinya akan menjelaskan dengan analisis grafik untuk menentukan normal atau tidak nya dengan melihat titik – titik yang dapat mengikuti garis diagonal. Dan dapat dilihat dari pengujian *klomogorov-Smirnov* nantinya dapat dinyatakan normal apabila menghasilkan nilai sig yang lebih besar 0,05.

Berikut hasil uji normalitas *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*



Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24 (2022)

Pada grafik tersebut dapat dijelaskan bahwa untuk titik – titik yang tersebar itu tidak jauh dari garis yang artinya itu bahwa dinyatakan normal karena titik – titik tersebut telah mengikuti garis diagonal.

Tabel 1.12 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		89
Normal	Mean	.1916236
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.31182649
Most Extreme	Absolute	.048
Differences	Positive	.047
	Negative	-.048
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24 (2022)

Berdasarkan dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* tersebut dapat terlihat bahwa nilai *Kolmogorov-mirnov* adalah 0,200 dengan tingkat signifikan 0,200 bahwa dikatakan data tersebut benar – benar normal karena tingkat signifikan itu lebih besar dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$.

Uji Multikolinieritas

Uji ini untuk memberikan proses pengujian yang nanti hasilnya dapat mengetahui apakah ada variabel bebas dari variabel lain. Dapat dilihat dari nilai $VIF < 10$ dan nilai *tolerance* $> 0,1$ dapat dikatakan bahwa tidak ada korelasi dari variabel lain. Dan hasil dari uji tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 1.13
Uji Multikolinieritas

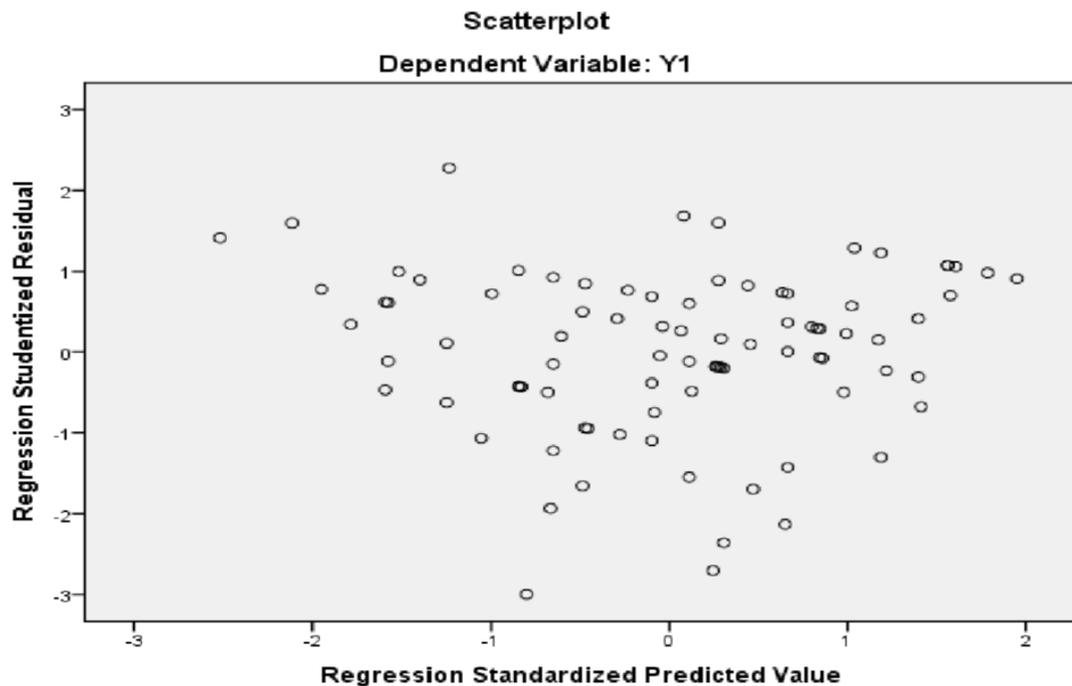
Model	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
X1	0.470	2.129	Tidak terjadi multikolinieritas
X2	0.979	1.022	Tidak terjadi multikolinieritas
X3	0.794	1.260	Tidak terjadi multikolinieritas
X4	0.436	2.296	Tidak terjadi multikolinieritas
X5	0.728	1.374	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 22 (2022)

Berdasarkan dari tabel tersebut. Diketahui bahwa nilai VIF variabel transportasi (X1), variabel ketepatan pengiriman (X2), variable ketersediaan pengiriman (X3), variable pelayanan (X4) dan variable sumber daya manusia (X5) kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,1. Maka data tersebut tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menunjukkan jika terdapat ketidaksamaan varians residual pada pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Untuk dapat melihat tidak terjadinya tersebut maka dapat dilihat dari grafik berikut ini.



Berdasarkan dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena titik-titik tersebut dapat menyebar dan dapat membentuk pola – pola tertentu.

Uji Linearitas

Pada uji linearitas memiliki fungsi yang dapat mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antar variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Untuk dasar pengambilan keputusan uji linearitas adalah jika nilai sig. > 0,05 maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y. Dan sebaliknya jika nilai sig. < 0,05 maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel X dan variabel Y. Dan berikut hasil dari uji linieritas.

<i>Linierity</i>	Sig.	Fhitung	Ftabel	Kesimpulan
Kepuasan Pelanggan*Transportasi	0,163	1,68	2,32	Linier
Kepuasan Pelanggan*Ketepatan Pengiriman	0,056	2,32	2,47	Linier
Kepuasan Pelanggan*Ketersediaan Barang	0,823	0,513	2,32	Linier

Kepuasan Pelanggan*Pelayanan	0,256	1,321	2,32	Linier
Kepuasan Pelanggan*Sumber Daya Manusia	0,498	0,881	2,32	Linier

Tabel 1.14 Uji Linearitas

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa antara kelima variabel tersebut terdapat hubungan yang linier dan signifikan.

Uji Regresi Linier Berganda

Untuk uji ini bertujuan untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh dari satu atau lebih independen. berikut hasil uji nya.

Tabel 1.15
Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.260	1.823		.691	.491
	Transportasi	.184	.088	.181	2.092	.039
	Ketepatan Pengiriman	.082	.085	.081	.973	.333
	Ketersediaan Barang	.249	.060	.282	4.153	.000
	Pelayanan	.505	.108	.495	4.690	.000
	Sumber Daya Manusia	.062	.078	.055	.796	.428

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24 (2022)

Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien dalam persamaan regresi linier berganda. Dalam uji regresi linier berganda untuk nilai persamaan yang dipakai yaitu nilai yang berada di kolom B (koefisien). Untuk standar persamaan regresi linier berganda dapat diperoleh dari cara berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefisien Konstanta

X₁ = Transportasi

X₂ = Ketersediaan Barang

X₃ = Ketepatan Pengiriman

X_4	= Pelayanan
X_5	= Sumber Daya Manusia (SDM)
b_1	= Koefisien Regresi Transportasi
b_2	= Koefisien Regresi Ketersediaan Barang
b_3	= Koefisien Regresi Ketepatan Pengiriman
b_4	= Koefisien Regresi Pelayanan
b_5	= Koefisien Regresi Sumber Daya Manusia (SDM)
e	= Standart Error

Berikut hasil uji regresi linier berganda bahwa nilai koefisien konstanta (a) adalah 1,260 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kepuasan pelanggan belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel transportasi (X_1), variabel ketepatan pengiriman (X_2), variable ketersediaan barang (X_3), variable pelayanan (X_4), variable sumber daya manusia (X_5) dan jika kelima variabel independent tersebut tidak ada maka variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan itu tidak akan mengalami perubahan.

Nilai $b_1.x_1$ (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,184 menunjukkan bahwa variabel transportasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel transportasi maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,184 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai $b_2.x_2$ (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,082 menunjukkan bahwa variabel ketepatan pengiriman mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ketepatan pengiriman maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,082 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai $b_3.x_3$ (nilai koefisien regresi X_3) sebesar 0,249 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan barang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ketersediaan barang maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,249 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai $b_4.x_4$ (nilai koefisien regresi X_4) sebesar 0,505 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,505 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai $b_5.x_5$ (nilai koefisien regresi X_5) sebesar 0,062 menunjukkan bahwa variabel sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel sumber daya manusia maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,062 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisiensi (R²) memiliki fungsi untuk kemampuan model untuk menerangkan variabel independen. Berikut hasil uji nya:

Tabel 1.16
Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.688	.670	1.01014

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24 (2022)

Dari tabel berikut dapat diketahui bahwa di pengaruhi nilai koefisien R Square (R²) adalah sebesar 0,688 dan di persenkan menjadi 68,8%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel sosial media dan variabel brand trust terhadap brand loyalty sebesar 0,688 (68,8%).

Uji T (Parsial)

Uji T berfungsi mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas (transportasi, ketepatan pengiriman, ketersediaan barang, pelayanan dan sumber daya manusia) secara parsial (individual) menerangkan variabel terikat (kepuasan pelanggan). Berikut hasil dari uji tersebut.

Tabel 1.17
Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.260	1.823		.691	.491
Transportasi	.184	.088	.181	2.092	.039
Ketepatan Pengiriman	.282	.085	.081	2.973	.033
Ketersediaan Barang	.249	.060	.282	4.153	.000
Pelayanan	.505	.108	.495	4.690	.000
Sumber Daya Manusia	.162	.078	.155	2.796	.028

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 22 (2022)

1. Perumusan hipotesis untuk uji T (parsial) pada variabel transportasi (X1):

- a. $H_0 = 0$
 $H_1 \neq 0$
Atau

H0 : Variabel bebas transportasi (X1) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H1 : Variabel bebas transportasi (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

- a. Jika nilai signifikansi variabel transportasi (X1) pada uji t $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Dan sebaliknya jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- b. $T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n-k-1)$
 - a. $= t(0,05/2 : 100-2-1)$
 - b. $= 0,025 : 97$
 - c. $= 1,985$

Sesuai dengan tabel tersebut bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,039 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,092 > t_{\text{tabel}} 1,985$. Maka menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh transportasi terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

2. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel ketepatan pengiriman (X2):

- a. $H_0 = 0$
 $H_1 \neq 0$

Atau

H0 : Variabel bebas ketepatan pengiriman (X2) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H1 : Variabel bebas ketepatan pengiriman (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

- b. Jika nilai signifikansi variabel ketepatan pengiriman (X2) pada uji t $\text{sig} < 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Dan sebaliknya jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- c. $T_{\text{tabel}} = t(a/2 : n-k-1)$
 $= t(0,05/2 : 100-2-1)$
 $= 0,025 : 97$
 $= 1,985$

Sesuai dengan tabel tersebut bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,033 < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,973 > t_{\text{tabel}} 1,985$. Maka menunjukkan H0 ditolak dan H1 diterima, artinya terdapat pengaruh ketepatan pengiriman terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

3. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel ketersediaan barang (X3):

- a. $H_0 = 0$
 $H_1 \neq 0$

Atau

H0 : Variabel bebas ketersediaan barang (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H1 : Variabel bebas ketersediaan barang (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)

- b. Jika nilai signifikansi variabel ketersediaan barang (X3) pada uji t sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Dan sebaliknya jika nilai t sig 0,05 > atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- c. $T_{tabel} = t(a/2 : n-k-1)$
 $= t(0,05/2 : 100-2-1)$
 $= 0,025 : 97$
 $= 1,985$

Sesuai dengan tabel tersebut bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,00 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,153 > t_{tabel} 1,985$. Maka menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh ketersediaan barang terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

4. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel pelayanan (X4):

- a. $H_0 = 0$
 $H_1 \neq 0$
 Atau
 H_0 : Variabel bebas pelayanan (X4) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 H_1 : Variabel bebas pelayanan (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- b. Jika nilai signifikansi variabel pelayanan (X4) pada uji t sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Dan sebaliknya jika nilai t sig 0,05 > atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- c. $T_{tabel} = t(a/2 : n-k-1)$
 $= t(0,05/2 : 100-2-1)$
 $= 0,025 : 97$
 $= 1,985$

Sesuai dengan tabel tersebut bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,00 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,690 > t_{tabel} 1,985$. Maka menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

5. Perumusan hipotesis untuk uji t (parsial) pada variabel sumber daya manusia (X5):

- a. $H_0 = 0$
 $H_1 \neq 0$
 Atau
 H_0 : Variabel bebas sumber daya manusia (X5) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)
 H_1 : Variabel bebas sumber daya manusia (X5) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y)
- b. Jika nilai signifikansi variabel sumber daya manusia (X5) pada uji t sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh X terhadap Y. Dan sebaliknya jika nilai t sig 0,05 > atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.
- c. $T_{tabel} = t(a/2 : n-k-1)$
 $= t(0,05/2 : 100-2-1)$
 $= 0,025 : 97$

$$= 1,985$$

Sesuai dengan tabel tersebut bahwa hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai sig. $0,028 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,796 > t_{tabel} 1,985$. Maka menunjukkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan secara signifikan.

Uji F (Simultan)

Uji F berfungsi untuk dapat melihat apakah variabel bebas transportasi (X1) ketersediaan barang (X2), ketepatan pengiriman (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) berpengaruh secara simultan atau bersamaan terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan (Y). Berikut hasil dari uji F.

Tabel 1.18
Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	202.156	5	40.431	39.624	.000 ^b
Residual	91.834	90	1.020		
Total	293.990	95			

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 22 (2022)

Perumusan hipotesis Uji F (Simulan) :

1. $H_0 = 0$

$H_1 \neq 0$

Atau

H_0 : Seluruh variabel bebas yaitu transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H_1 : Seluruh variabel bebas yaitu transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Jika nilai signifikansi dari uji F sig $< 0,05$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka adanya pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Jika nilai sig $> 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

2. $F_{tabel} = K : n-k-1$

$= 2 : 100-2-1$

$= 2 : 97$

$= 3,09$

Berdasarkan tabel uji F tersebut bahwa dapat diketahui nilai signifikansi untuk transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 39,624 > F_{tabel} 3,09$. Dalam hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya transportasi (X1),

ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pembahasan

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh transportasi, ketersediaan barang, ketepatan pengiriman, pelayanan dan sumber daya manusia terhadap kepuasan pelanggan pada PT Nugraha Inti Mulia. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan dalam hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh Transportasi (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Transportasi adalah sarana penghubung yang umum. Dalam rana distribusi barang, transportasi adalah proses berpindahnya barang/jasa ke tempat tujuan.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel transportasi (X1) sebesar 0,184 menunjukkan bahwa variabel transportasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel transportasi maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,184 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

H1 : Transportasi (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Pengaruh Ketepatan Pengiriman (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Assauri (2016 : 225) berpendapat, proses pendistribusian barang sangat berpengaruh atas ketersediaan suatu barang

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel ketepatan pengiriman (X2) sebesar 0,082 menunjukkan bahwa variabel ketepatan pengiriman mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ketepatan pengiriman maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,082 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

H1 : Ketepatan Pengiriman (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Pengaruh Ketersediaan Barang (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Pengiriman dan upaya penjadwalannya menjadi faktor penentu dalam melaksanakan manajemen distribusi (Hud, 2016).

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel ketersediaan barang (X3) sebesar 0,249 menunjukkan bahwa variabel ketersediaan barang mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel ketersediaan barang maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,249 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

H1 : Ketersediaan Barang (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Pengaruh Pelayanan (X4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Tjiptono (2016) pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni service operations yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (back office

atau backstage) dan service delivery yang biasanya tampak (visible) atau diketahui pelanggan (sering disebut pula front office atau frontstage).

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel pelayanan (X4) sebesar 0,505 menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pelayanan maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,505 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

H1 : Pelayanan (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Pengaruh Sumber Daya Manusia (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber daya itu bisa berupa sumber daya alam dan sumber daya manusia. Manusia merupakan aset paling berharga dalam mengelola sebuah organisasi. SDM menjadi sebuah aset untuk mencapai sebuah tujuan organisasi.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel sumber daya manusia (X5) sebesar 0,062 menunjukkan bahwa variabel sumber daya manusia mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel sumber daya manusia maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 0,062 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

H1 : Sumber Daya Manusia (X5) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Nugraha Inti Mulia Surabaya.

Pengaruh Transportasi (X1), Ketepatan Pengiriman (X2), Ketersediaan Barang (X3), Pelayanan (X4) dan Sumber Daya Manusia (X5) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel uji F tersebut bahwa dapat diketahui nilai signifikansi untuk transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 39,624 > F_{tabel} 3,09$. Dalam hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya transportasi (X1), ketepatan pengiriman (X2), ketersediaan barang (X3), pelayanan (X4) dan sumber daya manusia (X5) signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

PENUTUP

Kesimpulan

1. Pada X1 (Variabel transportasi) mempunyai pengaruh yang signifikan atas kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig. $0,039 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,092 > t_{tabel} 1,985$. Tentu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti X1 mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi X1 memiliki pengaruh terhadap Y.
2. Pada X2 (Variabel ketepatan pengiriman) mempunyai pengaruh yang signifikan atas kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig. $0,033 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,973 > t_{tabel} 1,985$. Tentu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti X2 mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi X2 memiliki pengaruh terhadap Y.
3. Pada X3 (Ketersediaan barang) mempunyai pengaruh yang signifikan atas kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig. $0,033 < 0,05$

dan nilai t hitung $2,973 > t$ tabel $1,985$. Tentu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti X_3 mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi X_3 memiliki pengaruh terhadap Y .

4. Variabel pelayanan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,690 > t$ tabel $1,985$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel pelayanan (X_4) terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh signifikan. Pada X_4 (Pelayanan) mempunyai pengaruh yang signifikan atas kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,690 > t$ tabel $1,985$. Tentu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti X_4 mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi X_4 memiliki pengaruh terhadap Y .
5. Variabel sumber daya manusia (X_5) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang ditunjukkan dengan nilai sig. $0,028 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,796 > t$ tabel $1,985$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel sumber daya manusia (X_5) terhadap variable kepuasan pelanggan (Y) berpengaruh signifikan. Pada X_5 (Sumber Daya Manusia) mempunyai pengaruh yang signifikan atas kepuasan pelanggan (Y) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig. $0,028 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,796 > t$ tabel $1,985$. Tentu H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti X_5 mempunyai pengaruh yang signifikan. Jadi X_5 memiliki pengaruh terhadap Y .
6. Transportasi (X_1), ketepatan pengiriman (X_2), ketersediaan barang (X_3), pelayanan (X_4) dan sumber daya manusia (X_5) bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya, variable independen berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen yaitu kepuasan pelanggan dengan pengaruh sebesar $68,8\%$.

Saran

Saran akan dibuat sehubungan dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diharapkan pihak PT. Nugraha Inti Mulia lebih meningkatkan pengawasan terhadap pendistribusian barang di gudang mulai dari proses muat sampai proses bongkar atau sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu dan dengan kualitas barang terjaga.
2. PT. Nugraha Inti Mulia harus selalu memperhatikan dan menanggapi semua keluhan dengan merespon keluhan dari para pelanggan agar pelaksanaan kebijakan distribusi fisik yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan, sehingga dapat memelihara dan menjaga hubungan baik dengan para pelanggan.
3. PT. Nugraha Inti Mulia diharapkan dalam melaksanakan distribusi fisik khususnya dalam hal pengendalian persediaan dan pemrosesan pesanan dilaksanakan secara komputerisasi, sehingga diharapkan dapat mengefisienkan aktivitas kerja dan mempermudah pengendalian dan pemrosesan pesanan.
3. Penelitian ini akan menjadi sangat bermanfaat untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Maka penelitian ini memberikan sumbangsih ilmiah dan sumber ide untuk pengembangan penelitian kedepan. Tentu penelitian ini belum bisa dibilang sempurna, sehingga peneliti juga memberikan saran agar senantiasa menambah variabel terhadap kepuasan pelanggan seperti yang telah peneliti sajikan pada bab sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arrasy, R. W., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional Ix Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 15(2), 342-347.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Keller. 2009 (terj. Bob Sabran). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketigs Belas Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Mufidah, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kereta Api Kutojaya Utara Kelas Ekonomi (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Muhamad, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan E-Ticketing Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Kereta Api (Studi Kasus Pada Kereta Api Harina Jurusan Semarang-Bandung). SKRIPSI.
- Muhammad, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Kereta Api Indonesia (Studi Kasus pada Stasiun Pasar Senen Daop 1 Jakarta) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta).
- Mulatsih, R. (2016). Studi Kepuasan Penumpang Kereta Api Kamandaka Jurusan Semarang-Purwokerto. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2).
- Prawira, S. A., & Pranasari, D. (2020). Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta. Pengaruh Aksesibilitas, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Fasilitas Publik Terhadap Kepuasan Penumpang Disabilitas Di Kereta Rel Listrik Jakarta.
- Puspita, Richa Mega; SANTOSO, Singgih. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 2018, 13.1: 69-80.
- Putranto, T. A. W. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. Studi Kasus pada Konsumen PT. Kereta Api Indonesia Daerah Operasional VI Yogyakarta.
- Shin, C. S., Hwang, G. S., Lee, H. W., & Cho, S. R. (2015). The impact of Korean franchise coffee shop service quality and atmosphere on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Business Environment*, 5(4), 47-57.
- Sinaga, Lesta Riana; EFENDI, Nur; HARORI, M. Iqbal. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Bus Damri. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 2020, 3.2: 89-96.
- Sitohang, T. O. P. (2019). Pengaruh Fasilitas, Keamanan, Penanganan Komplain (Complainhandling) Terhadap Kepercayaan Menggunakan Jasa Transportasi Pt Kereta Api Indonesia (Persero) Medan. *Creative Agung*, 9(2), 196-209.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta

- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: Buku Tunggal.
- Syahlina, M. (2019). Pengukuran kepuasan pengguna kereta api Indonesia (persero) Medan melalui fasilitas dan pelayanan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 12(2), 51-57.
- Syahlina, Maya. Pengukuran kepuasan pengguna kereta api Indonesia (persero) Medan melalui fasilitas dan pelayanan. *Jurnal Abdi Ilmu*, 2019, 12.2: 51-57.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Candra. 2011. *Service, Quality & Satisfication*, Edisi Kedua, Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa*. Andy Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service management, mewujudkan pelayanan prima*. Yogyakarta: Andi.
- Wahyono, A., & Fatmaningsih, S. (2019). Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Ka Bandara Stasiun Sudirman Baru, Bni City). *Jurnal Manajemen*, 3(2), 45-59.
- Widyaningtyas, 2010. *Faktor -faktor yang mempengaruhi loyalitas serta dampaknya pada kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa kereta api Harina (Studi pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*, Skripsi, FE Undip Semarang.
- Yuriansyah, A. L. (2013). Persepsi tentang kualitas pelayanan, nilai produk dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 2(1)

