



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT AMANAH BUAH UNGGUL

Ami Rosyami¹, Aris Hidayat²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bina Sarana Informatika

e-mail: amirose78@gmail.com¹, aay@bsi.ac.id²

Accepted: 13/1/2026 Published: 14/1/2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Amanah Buah Unggul, baik secara parsial maupun simultan, yang dilatarbelakangi oleh adanya keluhan pelanggan terkait responsivitas pelayanan dan keterlambatan pengiriman produk buah segar selama periode April–Juni 2026. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif terhadap 88 responden dari populasi pelanggan aktif PT Amanah Buah Unggul yang dipilih melalui teknik probability sampling, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda dengan SPSS versi 26.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (t hitung = 8,763; Sig. 0,000) dan Ketepatan Waktu Pengiriman (t hitung = 6,356; Sig. 0,000) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan, serta secara simultan kedua variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan (F hitung = 277,169; Sig. 0,000) dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,851, yang berarti 85,1% variasi Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh kedua variabel tersebut sedangkan 14,9% sisanya dipengaruhi faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang lebih dominan dibandingkan Ketepatan Waktu Pengiriman, sehingga PT Amanah Buah Unggul disarankan memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek ketanggapan (responsiveness), tanpa mengabaikan konsistensi ketepatan waktu pengiriman produk.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kepuasan Pelanggan, Regresi Linier Berganda

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of Service Quality and Delivery Timeliness on Customer Satisfaction at PT Amanah Buah Unggul, both partially and simultaneously, motivated by customer complaints regarding service responsiveness and delays in fresh fruit product delivery during the April–June 2026 period. The research employed a quantitative method with an associative approach involving 88 respondents from the active customer population of PT Amanah Buah Unggul, selected through probability sampling techniques, with data collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis using SPSS version 26.0. The results show that Service Quality (t -value = 8.763; Sig.

0.000) and Delivery Timeliness (t -value = 6.356; Sig. 0.000) each have a positive and significant partial effect on Customer Satisfaction, while simultaneously both variables also have a positive and significant effect (F -value = 277.169; Sig. 0.000) with a coefficient of determination (R^2) of 0.851, indicating that 85.1% of the variation in Customer Satisfaction is explained by these two variables, while the remaining 14.9% is influenced by other factors outside the model. This study concludes that Service Quality is a more dominant factor than Delivery Timeliness in influencing Customer Satisfaction; therefore, PT Amanah Buah Unggul is advised to prioritize improving service quality, particularly in the aspect of responsiveness, without neglecting the consistency of product delivery timeliness.

Keywords: Service Quality, Delivery Timeliness, Customer Satisfaction, Multiple Linear Regression

PENDAHULUAN

Iklim bisnis saat ini mendorong pelaku usaha senantiasa untuk tidak berhenti berinovasi meningkatkan mutu produk maupun pelayanan, sebagai upaya menjaga loyalitas konsumen. Dalam konteks persaingan global, kemampuan perusahaan menciptakan rasa puas di kalangan pelanggannya menjadi salah satu indikator utama yang menentukan keberlangsungan usaha tersebut. Rasa puas ini pada dasarnya terbentuk dari bagaimana pelanggan menilai manfaat yang mereka rasakan atas suatu transaksi, lalu membandingkannya dengan ekspektasi yang muncul ketika mempertimbangkan tawaran dari kompetitor lain (Kotler, P., & Keller, 2022)

PT Amanah Buah Unggul bergerak di sektor impor dan distribusi buah segar, dengan mitra pemasok yang tersebar di sejumlah negara secara internasional. Berdasarkan catatan pelacakan pengiriman selama periode April-Juni 2026, tercatat sebanyak 55 kali pengiriman dilakukan oleh perusahaan tersebut. Jumlah ini mengindikasikan bahwa cakupan operasional PT Amanah Buah Unggul tergolong luas, mengingat rantai pasoknya melibatkan berbagai negara. Atas dasar itulah, dua hal berikut menjadi krusial untuk dijaga konsistensinya: kecepatan serta keakuratan waktu kirim, dan mutu pelayanan secara umum sebab keduanya berdampak langsung pada kesegaran produk yang tiba di tangan pelanggan maupun mitra bisnis.

Berikut adalah Rekapitulasi Negara Asal dan Jenis Komoditas Impor PT Amanah Buah Unggul:

Tabel I. 1

Rekapitulasi Negara Asal dan Jenis Komoditas Impor PT Amanah Buah Unggul Periode April–Juni 2026

No	Negara Asal	Jumlah Pengiriman	Persentase	Komoditas Pertama
1.	Australia	36	65,5%	Fresh Grapes, Fresh Mandarin
2.	New Zealand	9	16,4%	Fresh Apples, Fresh Onions, Fresh Kiwifruit
3.	USA	6	10,9%	Fresh Apples
4.	Chile	2	3,6%	Fresh Grapes
5.	Afrika Selatan	1	1,8%	Fresh Apples
6.	China	1	1,8%	Fresh Garlic
	Total	55	100%	

Sumber: (Data Intenal PT Amanah Buah Unggul, 2026)

Berdasarkan data tracking pengiriman periode April hingga Juni 2026, perusahaan tercatat melakukan 55 kali pengiriman dari enam negara asal, dengan Australia sebagai pemasok dominan sebesar 65,5%, diikuti New Zealand sebesar 16,4%, dan Amerika Serikat sebesar

10,9%. Komoditas yang diimpor didominasi oleh Fresh Grapes (anggur segar) sebesar 67,3% dari total pengiriman, diikuti Fresh Apples sebesar 20%, serta beberapa komoditas lain seperti Fresh Kiwifruit, Fresh Onions, Fresh Mandarin, dan Fresh Garlic.

Temuan di lapangan mengungkap bahwa keluhan pelanggan PT Amanah Buah Unggul masih kerap terjadi, terutama berkaitan dengan adanya selisih antara sesuatu yang diharapkan dengan apa yang sesungguhnya dirasakan konsumen, baik itu dari pelayanan maupun ketepatan waktu kirim. Hasil pra-riset bulan Maret 2026 mendapati

sejumlah pelanggan mengaku kecewa terhadap lambannya respons petugas, sedangkan pelanggan lain mengeluhkan keterlambatan kiriman dalam tiga bulan terakhir. Konsep ini lebih jauh dijabarkan melalui kerangka SERVQUAL, Menurut (Windayani & Dewi, 2023) dipecah menjadi lima dimensi pengukuran: "keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), serta bukti fisik (*tangibles*)". Kelima dimensi tersebut pada intinya menggambarkan satu logika yang sama—makin baik performa perusahaan di tiap dimensi, makin besar pula rasa puas yang tercipta pada pelanggannya. Logika ini juga selaras dengan temuan riset Windayani & Dewi (2023) lainnya, yang membuktikan dengan hubungan positif dan berarti secara statistik antara mutu pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Di antara berbagai faktor pembentuk kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan memegang peran paling menonjol. (Windayani & Dewi, 2023) mengukur variabel ini melalui lima dimensi SERVQUAL sebagaimana telah diuraikan sebelumnya. Hasil pengujian mereka menunjukkan pola yang konsisten: kualitas pelayanan memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, setiap peningkatan mutu layanan yang pelanggan terima akan diikuti kenaikan rasa puas yang mereka rasakan.

Faktor ketepatan waktu pengiriman juga ikut menentukan seberapa puas pelanggan pada akhirnya khususnya bagi perusahaan yang bergerak di jalur distribusi. Sifat buah segar yang mudah rusak (*perishable*) membuat setiap keterlambatan dalam proses pengiriman berisiko menurunkan mutu produk yang sampai ke tangan konsumen, dan hal ini pada gilirannya ikut memengaruhi kepuasan yang mereka rasakan secara langsung. (Utomo & Putra, 2024), memandang ketepatan waktu pengiriman sebagai cerminan kemampuan perusahaan memenuhi jadwal penyerahan

produk yang telah disepakati bersama pelanggan. Sudut pandang ini menempatkan ketepatan waktu sebagai tolok ukur penting saat menilai kepuasan pelanggan di sepanjang rantai pasok. Pelanggan menilai kinerja perusahaan bukan hanya dari mutu produknya, tetapi juga dari kepastian barang tiba sesuai janji.

Berangkat dari uraian masalah tersebut, penulis mengangkat topik penelitian berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Amanah Buah Unggul"**.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

(Sugiyono, 2019) mengartikan desain penelitian sebagai gambaran prosedur yang peneliti tempuh untuk memperoleh data dan informasi yang penelitiannya butuhkan. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei asosiatif kausalitas. Metode ini menelusuri hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Peneliti memakainya untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan ketepatan waktu pengiriman (X2) terhadap kepuasan pelanggan

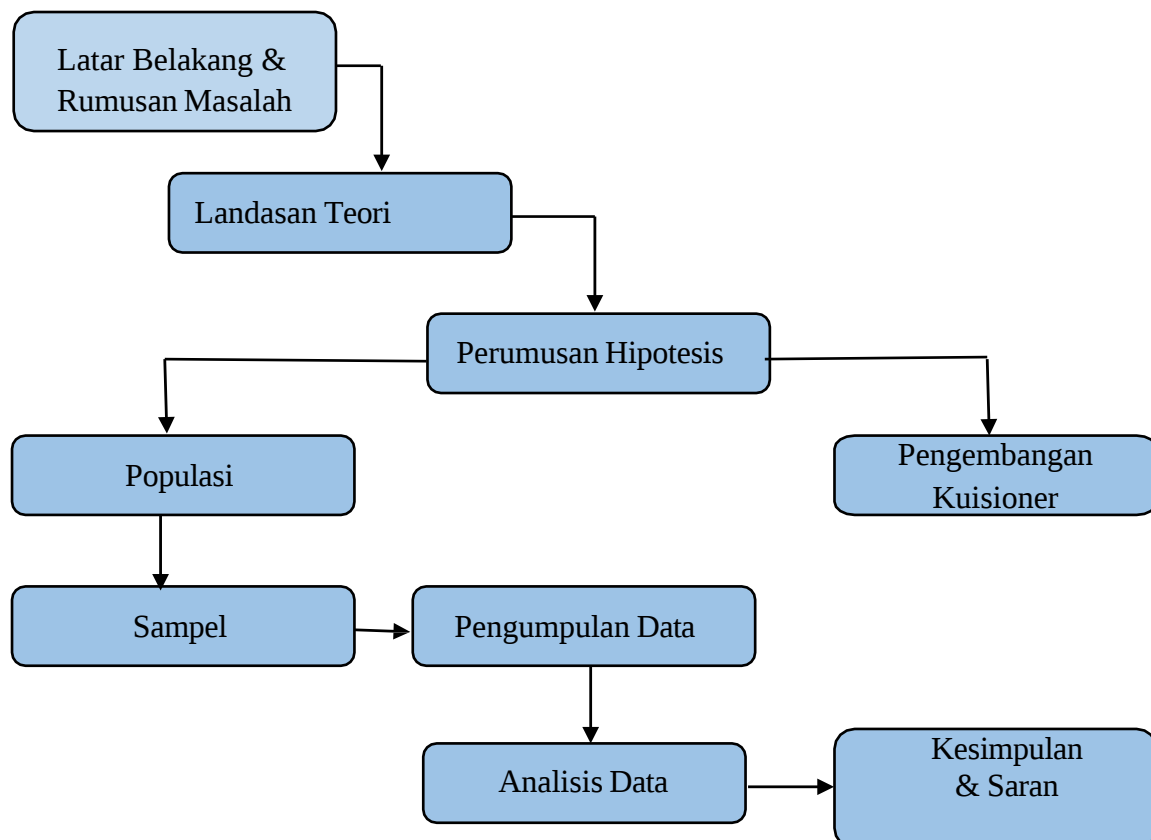
(Y) pada PT Amanah Buah Unggul.

Pendekatan kuantitatif sendiri berpijak pada paham positivisme. (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa pendekatan ini mengkaji populasi atau sampel tertentu, menghimpun data lewat instrumen penelitian, lalu mengolahnya secara statistik untuk menguji hipotesis yang sudah peneliti tetapkan. Penerapannya dalam penelitian ini berjalan dua tahap. Peneliti mula-

mula menyebarkan kuesioner kepada pelanggan PT Amanah Buah Unggul yang terpilih sebagai sampel, kemudian menganalisis data yang terkumpul memakai regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26.0.

Desain asosiatif kausalitas terpilih karena satu alasan. Peneliti ingin membuktikan secara empiris ada tidaknya pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, baik saat diuji sendiri-sendiri maupun bersama-sama. (Sugiyono, 2019) menyebut penelitian asosiatif sebagai penelitian yang menelaah hubungan antara dua variabel atau lebih. Lewat desain ini, peneliti mampu menjelaskan fenomena di PT Amanah Buah Unggul secara terstruktur dan terukur, lalu menarik kesimpulan yang berlaku bagi populasi penelitian.

Tahapan-tahapan penelitian ini digambarkan dalam desain penelitian sebagai berikut:



Gambar III. 1 Desain Peneliti
Sumber: (Syahlani, 2026), Diadaptasi oleh

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi

(Sugiyono, 2019) memandang populasi sebagai ranah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek dengan sesuatu karakter. Peneliti menetapkan wilayah itu, mempelajarinya, lalu menarik simpulan darinya. Wilayah generalisasi tersebut mencakup semua pelanggan aktif PT Amanah Buah Unggul yang bertransaksi sepanjang April hingga Juni 2026. Hasil pra-riset ke pihak perusahaan mencatat 112 perusahaan pelanggan memakai jasa logistiknya pada rentang itu.

Sampel

Sampel mewakili populasi dalam skala lebih kecil. (Sugiyono, 2019) menyebutnya sebagai bagian dari populasi yang membawa serta jumlah dan karakter populasi induknya. Penelitian ini menarik sampel lewat probability sampling jenis simple random sampling. Cara ini

memberi peluang setara bagi tiap anggota populasi untuk masuk sebagai sampel.

Jumlah anggota populasi sudah diketahui pasti, sehingga peneliti menghitung besaran sampel memakai rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel (jumlah anggota sampel)

N = Ukuran populasi (jumlah anggota populasi) = 112 orang e = Taraf signifikansi (tingkat kesalahan) = 5% = 0,05

Dengan memasukkan data populasi ke dalam rumus Slovin dengan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05), maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = 112 / (1 + 112 \times (0,05)^2)$$

$$n = 112 / (1 + 112 \times 0,0025)$$

$$n = 112 / (1 + 0,28)$$

$$n = 112 / 1,28$$

$$n = 87,5 \approx 88 \text{ responden}$$

Perhitungan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 5% menghasilkan angka minimal 88 responden. Peneliti lalu menyalurkan kuesioner kepada 88 pelanggan aktif perusahaan yang lolos penarikan acak sebagai sampel. Kuesioner itu memuat pernyataan seputar ketiga hal yang penelitian ini uji.

Definisi Operasional Variabel

(Sugiyono, 2019) menerangkan bahwa definisi operasional menguraikan cara mengukur dan menjalankan tiap unsur yang diteliti sepanjang penelitian. Peneliti menyusunnya bertolak dari definisi konseptual yang Bab II sudah paparkan. Uraian ini lalu menjadi pijakan saat peneliti merumuskan indikator untuk pengembangan kuesioner. Penelitian ini melibatkan tiga unsur: dua berkedudukan sebagai pemengaruh dan satu sebagai yang dipengaruhi.

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Unsur pertama menunjuk pada penilaian pelanggan atas keseluruhan layanan yang perusahaan berikan. Pengukurannya bersandar pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh (Windayani dan Dewi, 2023). Instrumen pengukuran variabel kualitas pelayanan disusun menggunakan skala Likert.

Variabel Ketepatan Waktu Pengiriman (X2)

Unsur kedua menunjuk pada kesanggupan perusahaan mengantarkan buah segar ke pelanggan sesuai jadwal yang kedua pihak sepakati, sejalan dengan kajian (Utomo dan Putra, 2024). Peneliti mengukurnya memakai skala Likert dengan rentang nilai 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang paling krusial dalam suatu penelitian, sebab tujuan utama penelitian adalah memperoleh data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

Observasi

Observasi dilakukan dengan memperhatikan secara tatap muka kegiatan operasional PT Amanah Buah Unggul, khususnya yang berkaitan dengan proses pelayanan kepada pelanggan dan sistem pengiriman produk buah segar. Observasi ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai kondisi nyata di lapangan yang dapat menjadi pendukung dalam penyusunan instrumen penelitian dan latar belakang permasalahan.

Wawancara

Wawancara dilaksanakan dengan format tidak terstruktur terhadap pihak manajemen PT Amanah Buah Unggul untuk memperoleh informasi tambahan terkait kondisi pelayanan dan sistem pengiriman yang diterapkan perusahaan. Hasil wawancara digunakan sebagai data

pendukung untuk memperkuat temuan lapangan yang diperoleh melalui kuesioner.

Kuesioner

(Sugiyono, 2019) mengartikan kuesioner sebagai cara menghimpun data lewat serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang responden jawab sendiri. Peneliti menyebarkan kuesioner ini kepada 88 pelanggan aktif perusahaan yang lolos sebagai sampel. Butir-butir pernyataannya lahir dari indikator yang menempel pada ketiga unsur penelitian. Pengukurannya memakai skala Likert dengan lima pilihan jawaban sebagaimana Tabel III.4 berikut sajikan:

Tabel III. 4
Skala Pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Skor	Keterangan
Sangat Setuju (SS)	5	Responden sangat setuju dengan pernyataan yang diajukan
Setuju (S)	4	Responden setuju dengan pernyataan yang diajukan
Netral (N)	3	Responden bersikap netral terhadap pernyataan yang diajukan
Tidak Setuju (TS)	2	Responden tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan

Sumber: (Sugiyono, 2019)

Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilaksanakan dengan menghimpun serta menelaah data sekunder berupa berbagai dokumen yang relevan dengan penelitian ini seperti data pelanggan aktif, catatan pengiriman, dan laporan operasional PT Amanah Buah Unggul. Data dokumentasi ini digunakan sebagai pelengkap data primer yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap objek penelitian.

Teknik Analisis Data

Seluruh data hasil kuesioner diolah secara kuantitatif memakai perangkat lunak SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 26.0 (Ghozali, 2021) merinci rangkaian uji yang harus data itu lewati, mulai dari tahap berikut:

Uji Kualitas Data

Tahap awal ini menyaring mutu instrumen sebelum data dipakai lebih jauh. (Ghozali, 2021) menekankan bahwa instrumen wajib lolos dua syarat, yakni valid dan reliabel, agar data yang terkumpul bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dua uji menyusun tahap ini:

Uji Validitas

Uji validitas memeriksa sah tidaknya sebuah kuesioner. (Ghozali, 2021) menetapkan tolok ukurnya: kuesioner tergolong valid bila setiap butir pernyataan di dalamnya sanggup mengungkap hal yang memang hendak diukur. Peneliti menjalankan uji ini dengan menghitung korelasi antara skor tiap butir pernyataan dan skor keseluruhan lewat rumus Pearson Product Moment. Kriterianya sederhana. Butir pernyataan dinyatakan valid bila r hitung melebihi r tabel pada taraf signifikansi 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menakar konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang berperan sebagai penunjuk suatu konstruk. (Ghozali, 2021) memberi patokannya: kuesioner masuk kategori reliabel bila jawaban responden atas tiap pernyataan tetap stabil dari waktu ke waktu. Peneliti menguji reliabilitas lewat metode Cronbach Alpha. Sebuah konstruk lolos uji ini bila nilai

Cronbach Alpha-nya melampaui 0,70.

Uji Asumsi Klasik

Regresi linier berganda menuntut sejumlah prasyarat sebelum modelnya layak dipakai. (Ghozali, 2021) menyebut prasyarat itu sebagai kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE). Peneliti memeriksa pemenuhannya lewat tiga uji berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas memeriksa sebaran variabel pengganggu atau residual di dalam model regresi, apakah mengikuti pola distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Peneliti memakai dua cara sekaligus:

- Metode Grafik melalui Normal Probability Plot of Regression Standardized Residual dengan kriteria data dianggap berdistribusi normal apabila titik-titik data tersebar mengikuti arah garis diagonal;
- Metode Kolmogorov-Smirnov. Data berdistribusi normal bila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) melampaui 0,05.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas menelisik apakah antar variabel bebas dalam model regresi terjalin korelasi (Ghozali, 2021). Model yang baik justru bersih dari korelasi semacam itu. Peneliti memeriksanya lewat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Multikolinearitas dinyatakan tidak terjadi bila nilai Tolerance melampaui 0,10 dan VIF berada di bawah 10.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t mengukur sumbangan tiap variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021). Caranya dengan menyandingkan nilai t hitung terhadap t tabel pada taraf signifikansi 0,05. Dua kemungkinan hasilnya: pertama, variabel bebas berpengaruh signifikan secara parsial bila t hitung melampaui t tabel atau nilai Sig. berada di bawah 0,05; kedua, pengaruh signifikan itu tidak terbukti bila t hitung berada di bawah t tabel atau nilai Sig. melampaui 0,05.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F menakar pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat saat semuanya bekerja serentak (Ghozali, 2021). Caranya sama dengan uji t, yaitu menyandingkan F hitung terhadap F tabel pada taraf signifikansi 0,05. Hasilnya bercabang dua. Seluruh variabel bebas terbukti berpengaruh signifikan secara bersama-sama bila F hitung melampaui F tabel atau nilai Sig. berada di bawah 0,05. Kebalikannya berlaku bila F hitung tidak mencapai F tabel atau nilai Sig. melampaui 0,05, pengaruh serentak itu dinyatakan tidak terbukti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti melaksanakan penelitian di PT Amanah Buah Unggul, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan pengiriman buah segar. Data bersumber dari kuesioner yang pelanggan perusahaan isi selaku responden. Kuesioner memuat 30 pernyataan yang terbagi rata ke tiga kelompok. Tiap kelompok berisi 10 pernyataan dan mewakili satu variabel penelitian, sebagaimana Tabel IV.1 berikut rinci.

Tabel IV. 1
Jumlah Butir Pernyataan Setiap Variabel

No	Variabel	Kode Variabel	Jumlah Butir
1	Kualitas Pelayanan	X1	10
2	Ketepatan Waktu Pengiriman	X2	10
3	Kepuasan Pelanggan	Y	10

Sumber: (Diolah peneliti, 2026)

Pengumpulan data berlangsung sepanjang April hingga Juni 2026. Dari seluruh kuesioner yang tersebar, sebanyak 88 kembali dalam kondisi layak olah. Angka itu memenuhi ukuran sampel minimal hasil perhitungan Slovin, sehingga analisis berjalan dengan 88 responden.

Karakteristik Identitas Responden

Tabel IV. 2 Karaktersitik Responden

No	Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah	(%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	38	43,2%
		Perempuan	50	56,8%
		Total	88	100%
2	Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	49	55,7%
		D3	14	15,9%
		S1	24	27,3%
		S2/S3	1	1,1%
		Total	88	100%
3	Jabatan	Manajer Operasional	19	21,6%
		Pemilik/Owner	17	19,3%
		Staff Gudang	16	18,2%
		Staff Purchasing	16	18,2%
		Staff Logistik	9	10,2%
		Admin/Administrasi	9	10,2%
		HR/HRD	2	2,3%
		Total	88	100%
4	Lama Bermitra	< 1 Tahun	15	17,0%
		1 - 2 Tahun	28	31,8%
		3 - 4 Tahun	45	51,1%
		Total	88	100%

Sumber: (Data Primer, diolah, 2024)

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel IV.2, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari total 88 responden, sebanyak 50 orang atau setara dengan 56,8% berjenis kelamin perempuan, sedangkan sisanya sebanyak 38 orang atau 43,2% berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa mayoritas responden yang terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa dalam lingkungan usaha mitra PT Amanah Buah Unggul, perempuan memiliki peran yang lebih besar dan aktif, terutama dalam proses pengambilan keputusan terkait pembelian produk, serta pengelolaan kegiatan operasional dan distribusi buah yang diterima dari perusahaan.

2. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Apabila dilihat dari latar belakang pendidikan, responden dengan jumlah terbanyak adalah lulusan SMA atau SMK, yaitu sebanyak 49 orang atau 55,7%. Posisi berikutnya diduduki oleh lulusan jenjang S1 sebanyak 24 orang (27,3%), kemudian lulusan D3 sebanyak 14 orang (15,9%), dan yang paling sedikit adalah lulusan S2/S3 hanya sebanyak 1 orang atau 1,1%. Dominasi responden dengan latar belakang pendidikan setingkat SMA/SMK menunjukkan bahwa sebagian besar mitra dan pelanggan bergerak di bidang usaha yang bersifat operasional lapangan, seperti kegiatan distribusi, penyimpanan, dan pergudangan. Bidang pekerjaan ini lebih mengutamakan keterampilan teknis dan pengalaman kerja dibandingkan dengan jenjang pendidikan formal yang tinggi, sehingga tidak memerlukan syarat pendidikan akademis yang tinggi untuk menjalankan tugas sehari-hari.

3. Berdasarkan Jabatan

Ditinjau dari posisi atau jabatan yang diemban, responden terbanyak adalah Manajer Operasional sebanyak 19 orang (21,6%), diikuti oleh Pemilik atau Pimpinan Usaha sebanyak 17 orang (19,3%). Selanjutnya, terdapat Staf Gudang dan Staf Pembelian yang masing-masing berjumlah 16 orang atau 18,2%, kemudian Staf Logistik dan Staf Administrasi yang masing-masing berjumlah 9 orang atau 10,2%, serta yang paling sedikit adalah bagian Sumber Daya Manusia (HR/HRD) sebanyak 2 orang atau 2,3%. Sebaran jabatan yang beragam ini mengindikasikan bahwa responden berasal dari berbagai tingkatan dalam struktur organisasi mitra, mulai dari tingkat pengambil keputusan strategis seperti pemilik usaha dan manajer, hingga tingkat pelaksana operasional seperti staf gudang dan logistik. Hal ini menjadikan data yang diperoleh lebih komprehensif, karena penilaian terhadap kualitas pelayanan dan ketepatan waktu pengiriman didapatkan dari berbagai sudut pandang dan posisi yang berbeda.

4. Berdasarkan Lama Menjalani Kerja Sama

Berdasarkan lamanya waktu menjalin hubungan kemitraan dengan PT Amanah Buah Unggul, sebagian besar responden telah bekerja sama selama 3 hingga 4 tahun, yaitu sebanyak 45 orang atau 51,1%. Selanjutnya, terdapat responden yang telah bermitra selama 1 hingga 2 tahun sebanyak 28 orang (31,8%), dan sisanya telah bermitra dalam waktu kurang dari 1 tahun sebanyak 15 orang atau 17,0%. Dominasi responden dengan masa kerja sama 3–4 tahun menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan telah memiliki pengalaman yang cukup panjang dan mendalam dalam berinteraksi dengan perusahaan. Dengan pengalaman yang telah terjalin dalam jangka waktu yang lama, maka tanggapan dan penilaian yang diberikan oleh responden dianggap lebih objektif, akurat, serta dapat dipercaya karena didasarkan pada pengamatan dan pengalaman nyata yang berlangsung secara terus-menerus.

Deskripsi Data Penelitian

Bagian ruang lingkup sudah menyinggung jumlah populasi penelitian, yakni 112 pelanggan PT Amanah Buah Unggul. Jumlah itu diketahui pasti, sehingga peneliti menghitung ukuran sampel lewat rumus Slovin dan memperoleh 88 responden. Jawaban ke-88 responden atas kuesioner itulah yang peneliti tabulasi menjadi gambaran data penelitian. Tiap pernyataan terukur lewat skala Likert dengan lima jenjang jawaban: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Hasil tabulasinya tersaji dalam bentuk frekuensi dan persentase jawaban responden pada tiap variabel berikut.

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total
1	Petugas PT Amanah Buah Unggul selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah dijanjikan kepada pelanggan.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
2	PT Amanah Buah Unggul mampu menyelesaikan masalah pelanggan dengan akurat dan dapat diandalkan.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
3	Petugas merespons keluhan atau pertanyaan saya dengan cepat dan tanggap.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
4	PT Amanah Buah Unggul memberikan solusi atas keluhan pelanggan dalam waktu yang singkat.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
5	Petugas PT Amanah Buah Unggul memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan saya.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
6	Petugas PT Amanah Buah Unggul memberikan jaminan keamanan dan kepercayaan dalam setiap transaksi yang dilakukan.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
7	Petugas memahami kebutuhan spesifik saya sebagai pelanggan dengan baik.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
8	PT Amanah Buah Unggul memberikan perhatian yang tulus dan personal kepada setiap pelanggan.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
9	Fasilitas fisik (kendaraan, kemasan, peralatan) yang digunakan PT Amanah Buah Unggul terlihat rapi dan profesional.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)
10	Penampilan petugas PT Amanah Buah Unggul terlihat bersih, rapi, dan mencerminkan citra perusahaan yang baik.	3 (3,41%)	7 (7,95%)	27 (30,68%)	32 (36,36%)	19 (21,59%)	88 (100%)

Sumber: (Data Primer Diolah, 2026)

Berdasarkan Data yang tersaji pada Tabel IV.3, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kesesuaian Pelayanan dengan Janji

Pada pernyataan bahwa petugas selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dari total 88 responden diperoleh hasil: 3 orang (3,41%) menyatakan sangat tidak setuju, 7 orang (7,95%) tidak setuju, 27 orang (30,68%) netral, 32 orang (36,36%) setuju, dan 19 orang (21,59%) sangat setuju. Secara keseluruhan, sebanyak 57,95% responden memberikan penilaian positif (gabungan setuju dan sangat setuju). Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dirasakan cukup sesuai dengan apa yang telah dijanjikan, meskipun masih terdapat sekitar sepertiga responden yang memberikan tanggapan netral.

2. Keandalan Menyelesaikan Masalah

Untuk indikator kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan masalah pelanggan secara akurat dan dapat diandalkan, diperoleh pola jawaban yang serupa, yaitu 3,41% sangat tidak setuju, 7,95% tidak setuju, 30,68% netral, 36,36% setuju, dan 21,59% sangat setuju. Angka ini mengindikasikan bahwa tingkat keandalan perusahaan dalam menangani dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelanggan sudah cukup diakui dan diterima oleh sebagian besar responden.

3. Kecepatan Tanggapan Terhadap Keluhan

Dalam hal kecepatan merespons keluhan atau pertanyaan, sebanyak 36,36% responden menyatakan setuju dan 21,59% menyatakan sangat setuju, sedangkan sisanya 30,68% memilih tanggapan netral dan 11,36% memberikan penilaian negatif. Hal ini menandakan bahwa daya tanggap petugas dinilai cukup baik oleh lebih dari separuh responden, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan guna mengubah persepsi responden yang bersikap netral hingga kurang puas.

4. Kecepatan Penyelesaian Keluhan

Terkait kemampuan perusahaan memberikan solusi atas keluhan dalam waktu singkat, diperoleh hasil yang sama yaitu 36,36% responden setuju dan 21,59% sangat setuju. Dengan demikian, kecepatan penyelesaian keluhan dinilai memadai oleh mayoritas responden, meskipun masih ada 30,68% responden yang belum memberikan penilaian tegas dan memilih bersikap netral terhadap hal ini.

5. Kompetensi dan Pengetahuan Petugas

Pada indikator pengetahuan petugas yang memadai untuk menjawab pertanyaan pelanggan, sebanyak 57,95% responden menyatakan setuju hingga sangat setuju. Hal ini membuktikan bahwa kompetensi petugas dalam memberikan informasi sudah cukup baik, sedangkan sebanyak 30,68% masih bersikap netral dan hanya 11,36% yang menilai bahwa pengetahuan petugas belum memadai.

6. Jaminan Keamanan dan Kepercayaan

Mengenai jaminan keamanan dan kepercayaan dalam setiap transaksi yang dilakukan, tingkat kepercayaan pelanggan tergolong baik, dengan 57,95% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Persentase tersebut menunjukkan bahwa sistem keamanan dan kepercayaan yang dibangun perusahaan sudah cukup dirasakan oleh pelanggan, meskipun sebagian kecil masih membutuhkan kepastian lebih lanjut.

7. Pemahaman Terhadap Kebutuhan Pelanggan

Sebagian besar responden atau sebesar 57,95% merasa bahwa petugas telah memahami kebutuhan spesifik mereka dengan baik. Namun demikian, masih terdapat 30,68% responden yang bersikap netral atau masih ragu terhadap tingkat pemahaman petugas, sehingga perusahaan perlu lebih mendalami kebutuhan masing-masing pelanggan secara lebih mendalam.

8. Perhatian yang Diberikan Kepada Pelanggan

Penilaian terhadap sikap perusahaan dalam memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi kepada pelanggan juga menunjukkan hasil yang positif, dengan total 57,95% responden menyatakan setuju dan sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup terasa dekat dan tidak kaku di mata para pelanggan dan mitra usaha.

9. Kondisi Fasilitas Fisik

Ditinjau dari kondisi fasilitas fisik seperti kendaraan operasional, kemasan produk, serta peralatan yang digunakan, mayoritas responden yaitu 57,95% menilai bahwa fasilitas tersebut terlihat rapi dan profesional. Hal ini mencerminkan bahwa citra profesional perusahaan telah tersampaikan dengan baik secara visual melalui kelengkapan dan kerapian sarana yang dimiliki.

10. Penampilan Petugas

Terakhir, untuk aspek penampilan petugas yang harus bersih, rapi, dan mencerminkan citra perusahaan yang baik, diperoleh hasil yang sama yaitu 57,95% responden memberikan penilaian positif. Hal ini memperkuat kesan profesionalisme secara keseluruhan, di mana penampilan petugas turut mendukung kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

Uji Validitas

Uji validitas memeriksa ketepatan tiap butir pernyataan kuesioner dalam mengukur hal yang memang jadi sarannya. Peneliti menjalankannya lewat teknik korelasi Pearson (Bivariate Correlation). (Sugiyono, 2019) memberi patokannya: sebuah pernyataan lolos uji bila nilai Sig. (2-tailed) yang muncul berada di bawah 0,05. Pengujian ini menyangar seluruh butir pernyataan dari ketiga unsur penelitian.

Tabel IV. 6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Butir	r hitung (Pearson)	Nilai Sig.	Kesimpulan
X1.1	0,898	<.001	Valid
X1.2	0,859	<.001	Valid
X1.3	0,887	<.001	Valid
X1.4	0,886	0,000	Valid
X1.5	0,897	0,000	Valid
X1.6	0,902	<.001	Valid
X1.7	0,849	<.001	Valid
X1.8	0,839	<.001	Valid
X1.9	0,855	<.001	Valid
X1.10	0,875	<.001	Valid

Sumber: (Data diolah dengan SPSS 26.0, 2026)

Tabel IV.6 memperlihatkan hasil yang seragam. Kesepuluh butir pernyataan pada unsur pertama mencatat nilai Sig. di bawah 0,05. Seluruh butir itu karenanya lolos uji validitas dan sah dipakai sebagai alat ukur.

Uji Validitas

Uji validitas memeriksa ketepatan tiap butir pernyataan kuesioner dalam mengukur hal yang memang jadi sarannya. Peneliti menjalankannya lewat teknik korelasi Pearson (Bivariate

Correlation). (Sugiyono, 2019) memberi patokannya: sebuah pernyataan lolos uji bila nilai Sig. (2-tailed) yang muncul berada di bawah 0,05. Pengujian ini menyangkut seluruh butir pernyataan dari ketiga unsur penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur konsistensi dan kestabilan instrumen penelitian. Peneliti menempuhnya lewat metode Cronbach's Alpha. (Sugiyono, 2019) menetapkan ambangnya: kuesioner tergolong reliabel bila nilai Cronbach's Alpha melampaui 0,60. Tabel IV.9 berikut menyajikan hasilnya.

Variabel	Nama Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Kesimpulan
X1	Kualitas Pelayanan	0,966	> 0,60	Reliabel
X2	Ketepatan Waktu Pengiriman	0,958	> 0,60	Reliabel
Y	Kepuasan Pelanggan	0,969	> 0,60	Reliabel

Sumber: (Data diolah dengan SPSS 26.0 , 2026)

Uji Normalitas

Uji normalitas menelusuri apakah data penelitian tersebar mengikuti distribusi normal. Peneliti memakai metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dengan patokan dari Sugiyono (2019) data tergolong berdistribusi normal bila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) melampaui 0,05. Pengujian berjalan dua tahap, yakni uji normalitas tiap unsur lalu uji normalitas residual regresi.

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan	Kesimpulan
X1 - Kualitas Pelayanan	0,789	1,267	> 0,10 / < 10	Tidak ada multikolinearitas
X2 - Ketepatan Waktu Pengiriman	0,789	1,267	> 0,10 / < 10	Tidak ada multikolinearitas

Sumber: (Data diolah dengan SPSS 26.0, 2026)

Uji Parsial (Uji t)

Uji t menimbang pengaruh tiap unsur bebas terhadap unsur terikat secara sendiri-sendiri. Patokannya: pengaruh parsial dinyatakan signifikan dan H_a diterima bila nilai Sig. berada di bawah 0,05. Tabel IV.15 berikut memuat hasilnya.

Variabel	B	t hitung	Sig.	Keterangan	Kesimpulan
(Constant)	1,719	0,586	0,560	-	-
X1 - Kualitas Pelayanan	0,498	6,656	< 0,001	< 0,05	Berpengaruh Signifikan
X2 - Ketepatan Waktu Pengiriman	0,455	5,927	< 0,001	< 0,05	Berpengaruh Signifikan

Sumber: (Data diolah dengan SPSS 26.0, 2026)

Uji Simultan (Uji F)

Kedua unsur bebas saat keduanya bekerja serentak terhadap unsur terikat. Patokannya: pengaruh simultan dinyatakan signifikan dan H_0 ditolak bila nilai Sig. berada di bawah 0,05. Tabel IV.16 berikut memuat hasilnya.

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F hitung	Sig.
Regression	4.456,258	2	2.228,129	73,246	< 0,001
Residual	2.585,697	85	30,420	-	-
Total	7.041,955	87	-	-	-

Sumber: (Data diolah dengan SPSS 26.0, 2026)

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Temuan pertama menjawab rumusan masalah awal penelitian ini. Mutu layanan yang perusahaan berikan terbukti ikut menentukan puas tidaknya pelanggan secara parsial, dan hubungan keduanya berjalan positif. Bukti statistiknya tersaji di Tabel IV.15: t hitung mencapai 6,656 dengan taraf nyata di bawah ambang 0,05, sehingga hipotesis pertama diterima dan hipotesis nolnya gugur. Sumbangan unsur ini terhadap naik turunnya rasa puas pelanggan tercatat 34,14%.

Angka tersebut selaras dengan temuan (Windayani dan Dewi, 2023). Keduanya membuktikan hal serupa lewat lima dimensi SERVQUAL yang mencakup keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, dan bukti fisik. Rahmawati dan Santoso (2021) sampai pada simpulan sejenis di sektor distribusi. Benang merahnya satu: makin tinggi mutu tiap dimensi layanan, makin besar pula rasa puas yang tumbuh di benak pelanggan.

Bagi PT Amanah Buah Unggul, temuan ini membawa pesan praktis. Perusahaan perlu merawat mutu layanannya secara berkelanjutan, terutama pada sisi jaminan, sambil terus memperhatikan aspek responsivitas demi menjaga rasa puas pelanggannya.

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

Temuan kedua menegaskan peran jadwal antar yang tertepatan. Kedisiplinan perusahaan menepati waktu kirim ikut mengangkat rasa puas pelanggan secara parsial dengan arah yang positif. Tabel IV.15 memuat buktinya: t hitung tercatat 5,927 dengan taraf nyata di bawah 0,05, sehingga hipotesis kedua diterima dan hipotesis nolnya gugur. Sumbangan parsialnya mencapai 29,08%.

(Utomo dan Putra, 2024) menemukan pola yang sama. Menurut keduanya, jadwal antar yang tertepatan adalah penanda keandalan sekaligus komitmen perusahaan di mata pelanggan, dan penanda itulah yang menumbuhkan rasa puas. Lebih lanjut, mengingat produk PT Amanah Buah Unggul berupa buah segar yang bersifat perishable, ketepatan waktu pengiriman menjadi sangat krusial karena keterlambatan sekecil apapun dapat berdampak langsung terhadap kualitas produk yang diterima pelanggan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa PT Amanah Buah Unggul harus memberikan perhatian serius terhadap manajemen logistik dan sistem pengiriman, termasuk perencanaan rute pengiriman yang efisien dan penyediaan informasi status pengiriman secara real-time kepada pelanggan.

KESIMPULAN

Seluruh hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengerucut ke beberapa simpulan berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X1) terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Amanah Buah Unggul. Buktinya tampak pada nilai t hitung sebesar 6,656 dengan signifikansi di bawah ambang 0,05, yang bermakna H_{a1} diterima.

Sumbangan parsialnya mencapai 34,14%. Angka ini menegaskan bahwa makin baik layanan yang pelanggan terima, mulai dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, sampai bukti fisik, makin tinggi pula rasa puas yang tumbuh pada diri mereka.

2. Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Amanah Buah Unggul. Nilai t hitung tercatat 5,927 dengan signifikansi di bawah ambang 0,05, sehingga Ha2 diterima. Sumbangan parsialnya sebesar 29,08%. Temuan ini menunjukkan kedisiplinan perusahaan menepati jadwal antar ikut menentukan puas tidaknya pelanggan, meski porsinya sedikit di bawah sumbangan kualitas pelayanan..
3. Kualitas Pelayanan (X1) dan Ketepatan Waktu Pengiriman (X2) secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT Amanah Buah Unggul. Nilai F hitung mencapai 73,246 dengan signifikansi di bawah ambang 0,05, sehingga Ha3 diterima dan H03 ditolak. Nilai R Square sebesar 0,633 bermakna kedua variabel itu bersama-sama menerangkan 63,3% naik turunnya kepuasan pelanggan, dengan rincian 34,14% dari kualitas pelayanan dan 29,08% dari ketepatan waktu pengiriman. Sisanya sebesar 36,7% berasal dari faktor lain di luar model penelitian, seperti mutu produk, harga, promosi, dan kondisi persaingan. Persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 1,719 + 0,498X1 + 0,455X2$

Saran

Temuan di atas melahirkan beberapa saran berikut:

Bagi PT Amanah Buah Unggul

- a. Perusahaan sebaiknya membenahi kualitas pelayanannya, terutama dimensi responsivitas dan jaminan layanan. Prioritas ini berpijak pada sumbangan variabel tersebut yang mencapai 34,14% terhadap kepuasan pelanggan, terbesar di antara kedua variabel bebas. Pelatihan rutin bagi staf operasional dan customer service perlu berjalan berkala demi menjaga standar pelayanan yang konsisten dan profesional bagi seluruh pelanggan.
- b. Perusahaan juga perlu menajamkan sistem manajemen pengirimannya. Caranya lewat perencanaan rute yang efisien, pemanfaatan teknologi pelacakan real-time, serta penetapan standar waktu kirim yang terukur. Langkah ini mendesak karena variabel tersebut menyumbang 29,08% terhadap kepuasan pelanggan, sementara buah segar yang perusahaan distribusikan gampang rusak (perishable) dan tidak memberi toleransi pada keterlambatan.
- c. Faktor di luar model penelitian ini turut layak perusahaan perhatikan. Porsinya tidak kecil, 36,7%, dan kemungkinan mencakup mutu produk, kebijakan harga yang kompetitif, program loyalitas, serta komunikasi pemasaran yang efektif. Membenahi faktor-faktor itu secara menyeluruh akan mengangkat kepuasan pelanggan lebih jauh lagi.

Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti berikutnya dapat memperluas model dengan menambahkan variabel bebas lain yang berpotensi menggerakkan kepuasan pelanggan, misalnya mutu produk, harga, atau citra perusahaan. Ruang untuk itu terbuka lebar karena 36,7% variasi kepuasan pelanggan masih berada di luar jangkauan model penelitian ini.
- b. Objek dan cakupan penelitian masih terbuka untuk diperlebar. Peneliti berikutnya bisa menyasar perusahaan distribusi produk segar lain atau menjangkau wilayah yang lebih luas. Hasilnya kelak bisa digeneralisasikan dengan lebih mantap sekaligus memperkaya khazanah ilmu manajemen pemasaran dan logistik di Indonesia.
- c. Metode analisis yang lebih variatif juga patut dicoba, misalnya Structural Equation Modeling (SEM) atau analisis mediasi dan moderasi. Kedua pendekatan itu sanggup membedah keterkaitan antar variabel secara lebih dalam, terutama pada konteks distribusi produk pertanian dan hortikultura.

Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini terbuka sebagai bahan referensi dan kajian di bidang manajemen pemasaran, khususnya topik seputar mutu layanan, manajemen logistik, dan kepuasan pelanggan pada industri distribusi produk pertanian dan hortikultura di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KETEPATAN PENGIRIMAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA PENGIRIMAN BARANG NINJA EXPRESS DI MASA PANDEMI COVID-19.
- Delia, S., Putri, D., & Firdausi, Y. K. (2026). *DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT . ANDIARTA MUZIZAT NINJAXPRESS SIDOARJO*. 15(01), 481–495.
- Firmansyah, N. &. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di PT XYZ. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(3), 78–91.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Manajemen Pemasaran. *Marketing Management*, (Edisi Ke 16). 8
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, K. & C. (2022). *Marketing Management* (2022nd ed.). Pearson.
- Kusuma, A. &. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 15(10), 33–47.
- Marlina, & Suryana. (2021). Dampak Ketepatan Waktu Pengiriman dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Distribusi Makanan. *Jurnal Sains Manajemen*, 9(2), 110–123.
- Prasetyo & Hidayat. (2022). Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Logistik. *Jurnal Logistik Indonesia*, 6(1), 12– 25.
- Rahmawati & Santoso. (2021). Dampak Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Distribusi Jakarta. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran*, 8(2), 45–58.
- Rusdianto, A. S., & Purnomo, B. H. (2024). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jaringan distribusi PT. XYZ Kabupaten dan Kota Probolinggo. *Teknologi Industri Pertanian*, 18.
- Selvy Christian Sitompula, Hary Sulaksonob, A. S. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Syahlani, A. (2026). *Materi Bimbingan BAB III*. 3.
- Taufiqul Huda, Sri Nuringwahyu, A. C. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pelanggan J&T Grati Pasuruan)*. 14, 85–92.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, dan Strategi*. (A. Diana, Ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2021). *Manajemen Jasa dan Kualitas Pelayanan*.
- Tjiptono, Fandy, dan G. C. (2020). *Service, Quality & Satisfaction* (5th ed.). Andi Offset.
- Utomo, W. T., & Sukono Putra, F. I. F. (2024). Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan Kilat (TIKI) Semarang. *Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis (JIEMBI)*, 41–52.
- Utomo, W. T., & Putra, F. I. F. S. (2024). Pengaruh Tarif Pengiriman, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa PT. Citra Van Titipan

Kilat (TIKI) Semarang. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2 (1), 41–52.

This work is licensed under



a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)