



Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli

The Effect of Distribution and Service Quality on Customer Satisfaction at PT. Pos Indonesia, Gunungsitoli City

Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, Odaligoziduhu Halawa & Aferiaman Telaumbanua

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas distribusi dan layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli. Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif, yang melibatkan serangkaian proses mulai dari pengumpulan data, pemrosesan, hingga interpretasi data melalui penerapan persamaan guna menghasilkan gambaran yang akurat mengenai kondisi yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Berdasarkan analisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24, hasil menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari kualitas distribusi dan layanan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli, dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, serta kontribusi sebesar 33%. Temuan penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan berkelanjutan pada sistem distribusi dan kualitas layanan, sehingga loyalitas pelanggan terwujud dan mendukung daya saing perusahaan terhadap pesaing lainnya..

Kata Kunci: Distribusi; Kualitas Layanan; dan Kepuasan Pelanggan

Abstract

This research aims to analyze the influence of distribution quality and service on customer loyalty at PT. Pos Indonesia in Gunungsitoli City. This study is descriptive quantitative in nature, involving a series of processes from data collection, processing, to data interpretation through the application of equations to produce an accurate depiction of the researched conditions based on the obtained data. Based on the analysis using SPSS version 24 software, the results indicate a significant influence of distribution quality and service on customer loyalty at PT. Pos Indonesia in Gunungsitoli City, with a significance value (sig) of 0.000, which is smaller than 0.05, and a contribution of 33%. The findings of this research are expected to encourage sustainable improvements in the distribution system and service quality, thereby realizing customer loyalty and supporting the company's competitiveness against other competitors.

Keywords: Distribution; Service Quality; and Customer Satisfaction

How to Cite: Gea, J.B.I.J., , Halawa, O., & Telaumbanua, A.. (2025). Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 6(2) 2025: 217-224

*E-mail: jeliswan89@gmail.com

ISSN 2774-3004 (Online)



PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis logistik di Indonesia saat ini berkembang cukup cepat seiring dengan teknologi sehingga mendorong pertumbuhan E-Commerce dan globalisasi. Jasa pengiriman yang semakin banyak juga mendorong penyedia jasa logistik untuk terus meningkatkan kualitas layanannya sehingga pelanggan terus memilih dan menggunakan jasa layanan yang ditawarkan oleh usaha jasa layanan yang ada.

Salah satu strategi yang perlu ditingkatkan dalam merebut hati konsumen dan mempertahankan pelanggan yang ada pada jasa logistik adalah distribusi. Distribusi yang efisien merupakan kunci dalam operasional logistik. Distribusi yang baik tidak hanya mencakup kecepatan pengiriman tetapi juga mencakup kecepatan waktu, keandalan dan kondisi barang yang selalu utuh saat barang diterima oleh konsumen. Distribusi merupakan penyebaran atau penyediaan barang atau jasa oleh produsen kepada pelanggan. Kegiatan ini mencakup aspek utama, antara lain : saluran distribusi, logistic, manajemen persediaan, transportasi dan teknologi dalam distribusi. Menurut Daryanto dalam Arslan, (2021) distribusi adalah perangkat organisasi yang saling bergantung untuk menyediakan produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna. Faktor yang mempengaruhi distribusi menurut Morissan dalam Batubara, (2019) Variabilitas yang memengaruhi distribusi yaitu : sifat-sifat barang, sifat penyebaran barang, tingkat keuntungan , jumlah pembelian. Menurut Abdullah & Tantri dalam Batubara, (2019), indikator distribusi antara lain : informasi, promosi, negosiasi, pesanan, pendanaan, pengambilan resiko, kepemilikan fisik, pembayaran dan kepemilikan. Sedangkan menurut Heru Suciato Tjia dan Suharno dalam Darsono, (2020) distribusi dapat diukur berdasarkan : Kemudahan memperoleh produk, proses pemesanan, kecepatan pengiriman dan ketersediaan barang.

Selain distribusi, kualitas layanan juga sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha jasa logistik. Kualitas layanan terdiri dari kemampuan sumber daya manusia dalam memberikan layanan seperti kemudahan akses layanan, memberikan informasi yang jelas dan memudahkan serta mampu menciptakan suasana yang kondusif sehingga konsumen merasa nyaman dan tetap loyal pada jasa layanan yang diberikan.

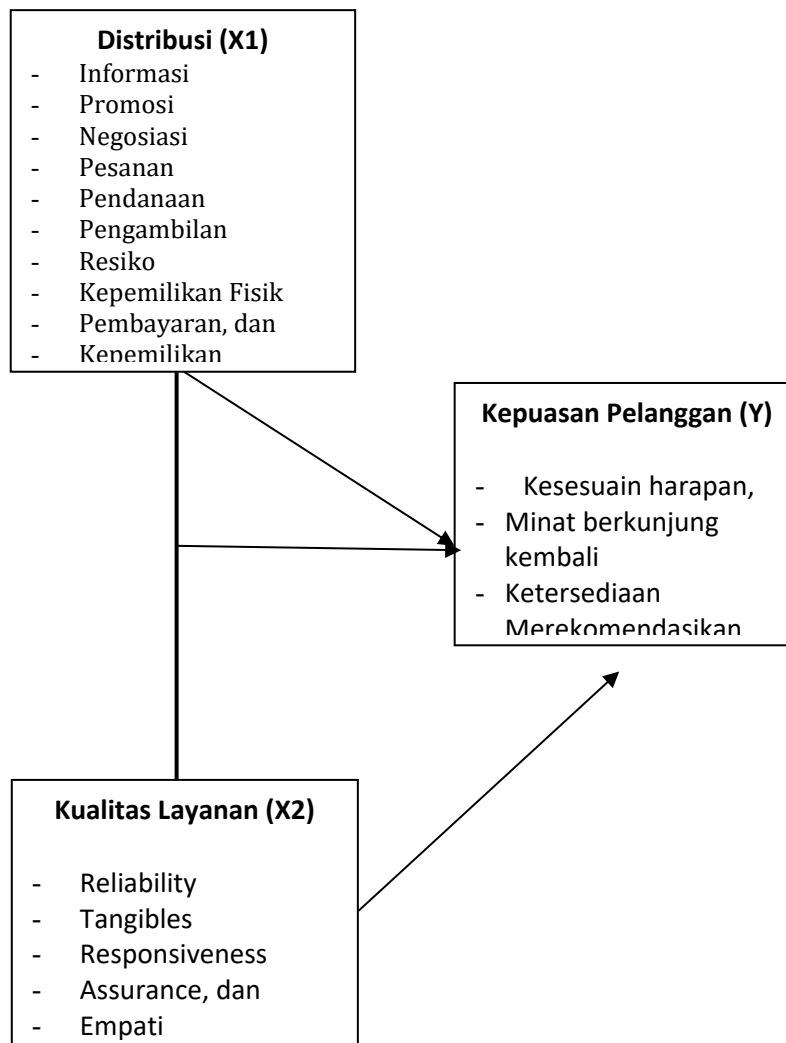
Kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah perusahaan melalui layanan yang diberikan dan produk yang bermutu. Kepuasan atau ketidakpuasan adalah hasil dari interaksi antara harapan dan pengalaman setelah menggunakan layanan atau jasa yang diberikan. Menurut Kotler dalam Elliyana, (2022) kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Selanjutnya Anderson et all dalam Rifa'i, (2020) menyebutkan bahwa konsumen atau pelanggan yang merasa puas akan bersedia untuk membayar lebih atas barang dan jasa yang telah mereka peroleh dan mereka akan lebih mentoleransi perubahan harga serta tetap loyal. Menurut Kotler dalam Elliyana, (2022) metode untuk memastikan kepuasan konsumen, yaitu: sistem keluhan dan saran, survei kepuasan konsumen, ghost shopping, analisis kehilangan konsumen

PT. Pos Indonesia memiliki banyak produk atau jasa layanan yang ditawarkan kepada konsumen, antara lain : Layanan Pos dan Surat, Layanan Paket dan Logistik, Layanan Keuangan, Layanan Filateli, Layanan E-Commerce, Layanan Internasional, Layanan Khusus (Pos Sameday Service dan Pos Udara), serta Layanan Bisnis. Dengan berbagai macam produk dan layanan yang diberikan oleh PT. Pos Indonesia diharapkan terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar.

PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli merupakan salah satu Cabang dari PT. Pos Indonesia yang berlokasi di Pulau Nias dan memiliki daerah layanan seluruh wilayah Kepulauan Nias. Dalam menjalankan operasionalnya PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli sudah memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur yang sudah ada, namun sebagai sebuah perusahaan yang memiliki produk yang lumayan banyak dan daerah layanan yang cukup luas masih terdapat keluhan-keluhan dari konsumen atau pelanggan yang menggunakan jasa layanannya. Dari pantauan peneliti, masih kurangnya layanan yang diberikan akibat dari pegawai yang masih kurang dan layanan yang begitu banyak juga distribusi paket yang tidak tepat waktu akibat territorial pengiriman yang luas dan jauh serta infrastruktur yang tidak mendukung. Kondisi ini yang kemudian mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa pengiriman lainnya.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam, seperti Salman et al (2022) bahwa distribusi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Chandra (2022) menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian Asir (2017) menunjukkan bahwa secara parsial saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Perbedaan hasil penelitian di atas mencerminkan bahwa adanya gab yang penting untuk diteliti lebih lanjut. Secara teori penelitian ini diusahakan mampu memahami kondisi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara langsung penelitian ini memberikan sumbangsih strategis kepada produsen untuk meningkatkan distribusi dan kualitas layanan sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan dilakukan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli yang beralamat di Jalan Muhammad Hatta No. 1 Pasar Gunungsitoli Nias. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli sebanyak 982 pelanggan. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teori Arikunto (2017:104), Sampel pada penelitian ini sebanyak 98 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari Angket yang disebarakan kepada seluruh responden untuk selanjutnya ditabulasikan dan diolah menggunakan aplikasi SPSS. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber lain diluar

Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, Odaligoziduhu Halawa & Aferiaman Telaumbanua, Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli dari objek penelitian berupa referensi pustaka sebagai dasar teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, kuosioner dan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS. 24, jumlah sampel sebanyak 98 orang dan masing-masing variabel terdiri dari 10 (sepuluh) pernyataan angket didapat hasil bahwa seluruh pernyataan angket variabel X1 (Distribusi), X2 (Kualitas Layanan) dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dibawah 0,05 atau sig.<0,05. Dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam setiap variabel valid.

b. Uji Reliabilitas

Dari hasil pengolahan data didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1: Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Pernyataan	Keterangan
1	Distribusi	0,778	10 Pernyataan	Reliabel
2	Kualitas Layanan	0,852	10 Pernyataan	Reliabel
3.	Kepuasan Pelanggan	0,753	10 Pernyataan	Reliabel

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel diperoleh nilai Cronbach's Alpha > 0,06 maka dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas seuruhnya reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Tabel 2. Uji Normalitas Data

Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
0,006	Residual tidak berdistribusi normal

Sumber : data diolah oleh peneliti, 2025

b. Uji Multi Kolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Collinearity Tolerance	Nilai VIF	
Distribusi	0,893	1.120	Tidak terjadi Multi Kolinieritas dalam regresi
Kualitas Layanan	0,893	1.120	Tidak terjadi Multi Kolinieritas dalam regresi

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.538E-15	2.741		.000
	TOTAL_X2	.000	.071	.000	.000
	TOTAL_X1	.000	.080	.000	.000

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: diolah dengan SPSS.24, 2025

c. Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Valuea	.72636
Cases < Test Value	49
Cases >= Test Value	49
Total Cases	98
Number of Runs	51
Z	.203
Asymp. Sig. (2-tailed)	.839
a. Median	

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat Autokorelasi yaitu nilai Sig 0,839 > 0,05

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear berganda antara Distribusi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	12.359	2.741
	Distribusi (X1)	.447	.080
	Kualitas Layanan (X2)	.143	.071

Sumber : Olahan SPSS. 2025

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi yang terjadi adalah :

$$Y = 12.359 + 0,447X1 + 0,143 + e$$

Dari persamaan di atas dapat disimpulkan :

- a. Kerugian sebesar 12,359 dinyatakan bahwa apabila Distribusi dan Kualitas Layanan diabaikan atau sebanding dengan 0 (nol) dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan sebesar 12,359.
- b. Koefisien regresi variabel Distribusi memiliki nilai 0,447 dapat disimpulkan bahwa jika distribusi diperlakukan dengan baik maka kepuasan pelanggan semakin bertambah.
- c. Koefisien regresi Kualitas Layanan dengan nilai 0,143 memiliki arti bahwa dengan kualitas layanan diperlakukan dengan baik maka kepuasan pelanggan juga naik.

4. Uji Koefisien Determinan

Uji koefisien determinan digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi menjelaskan variabilitas dalam data yang diamati. Nilai uji koefisien determinan menunjukkan :

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.333	.319	4.239

Sumber : Olahan. SPSS. 2025

Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, Odaligoziduhu Halawa & Aferiaman Telaumbanua, Pengaruh Distribusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli Berdasarkan tabel di atas, kita dapat mengetahui bahwa variabel Distribusi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) memberikan pengaruh sebesar 33% terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini memberikan pengaruh sebesar 67%.

5. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel Distribusi (X1) dan Kualitas Layanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Keputusan uji F ini ditunjukkan oleh nilai signifikansinya. Jika nilai sig < 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebaliknya jika nilai sig > 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

Variabel Independent	Variabel Dependent	Sig.	Keterangan
Distribusi (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,000	Menolah H ₀ dan Menerima H _a
Kualitas Layanan (X2)			

Sumber : Olahan SPSS. 2025

Berdasarkan tabel hasil uji F (simultan) di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Variabel Distribusi (X1) dan Variabel Kualitas Layanan (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini ditunjukkan oleh nilai sig < 0,05.

b. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji signifikansi koefisien dari variabel independen secara individu dalam model regresi. Keputusan uji t (parsial) ini ditunjukkan oleh nilai signifikansinya. bila hasil sig < 0,05 dapat disimpulkan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel yang dipengaruhi kemudian bila hasil sig > 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel yang mempengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi.

Tabel 9. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel Independent	Variabel Dependent	Sig.	Keterangan
Distribusi (X ₁)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,000 < 0,05	Menolah H ₀ dan Menerima H _a
Kualitas Layanan (X ₂)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,001 < 0,05	Menolah H ₀ dan Menerima H _a

Sumber: Olahan SPSS. 2025

Dari tabel sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai uji t variabel Distribusi (X1) efektif terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.
- Hasil uji t variabel (X2) Kualitas Layanan berpengaruh positif pada variabel (Y) Kepuasan Pelanggan.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli.

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa Distribusi memiliki nilai koefisien positif sebesar 0,447, yang menunjukkan bahwa distribusi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga distribusi secara signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan

dengan penelitian Susnita, (2020) yang menemukan bahwa distribusi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka, dengan pengaruh sebesar 62,74%. Menurut penelitian Kotler dan Keller (2016) dalam Marketing Management, saluran distribusi yang luas (intensive distribution) dapat meningkatkan kepuasan hingga 20-30% karena pelanggan merasa "didukung" oleh ketersediaan. Distribusi yang optimal mengoptimalkan rantai pasok untuk meminimalkan waktu tunggu, sehingga meningkatkan persepsi nilai produk. Distribusi bukan hanya tentang pengiriman fisik, tetapi juga integrasi dengan dukungan pelanggan, seperti tracking real-time atau pengembalian barang mudah. Ini membangun kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Aspek fisik layanan (fasilitas, penampilan karyawan) dan kemudahan akses memengaruhi persepsi awal kepuasan. Kualitas tinggi di sini menciptakan kesan positif yang bertahan, sementara yang rendah dapat merusak citra merek secara keseluruhan.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, yang berarti Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian yang serupa dilakukan oleh Setiawan, Ajis, (2023) mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Keandalan layanan (pemenuhan janji tepat waktu) dan responsivitas (kecepatan menanggapi kebutuhan) adalah pondasi kepuasan, karena pelanggan mengharapkan layanan yang dapat diandalkan tanpa penundaan. Kualitas rendah di area ini menyebabkan disonfirmasi negatif, yang menurunkan kepuasan secara signifikan. Aspek fisik layanan (fasilitas, penampilan karyawan) dan kemudahan akses memengaruhi persepsi awal kepuasan. Kualitas tinggi di sini menciptakan kesan positif yang bertahan, sementara yang rendah dapat merusak citra merek secara keseluruhan.

3. Pengaruh Distribusi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli

Hasil penelitian regresi linear berganda menunjukkan bahwa Distribusi dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli, dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Artinya, secara bersama-sama, Distribusi dan Kualitas Layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Lubis, Nindi Luffita & Hasibuan, (2022) yang juga menemukan bahwa Distribusi dan Kualitas Pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan PT JNE Medan Johor, dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$.

Distribusi dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan didasarkan pada pendekatan integratif, seperti model Integrated Service-Distribution Framework (dari Lovelock & Wirtz, 2016), yang menekankan sinergi antara operasional (distribusi) dan interaksional (layanan). Kepuasan pelanggan muncul dari interaksi keduanya, di mana distribusi menyediakan "fondasi fisik" dan kualitas layanan menambahkan "nilai emosional". Distribusi yang efisien (misalnya, pengiriman tepat waktu) dikombinasikan dengan kualitas layanan responsif (penanganan cepat keluhan) menciptakan pengalaman seamless, yang secara bersama-sama meningkatkan kepuasan. Tanpa sinergi ini, salah satu elemen saja tidak cukup; misalnya, pengiriman cepat tapi layanan buruk akan menimbulkan frustrasi pasca-pengiriman.

SIMPULAN

Distribusi dan Kualitas Layanan secara bersama-sama(simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pos Indonesia dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dengan memberikan sumbangsih pengaruh sebesar 33%. Hal ini menunjukkan bahwa dengan distribusi dan kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan perusahaan akan mendapatkan keuntungan. Distribusi secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Semakin baik distribusi yang dilakukan atau distribusi yang tepat waktu dan tepat sasaran akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas Layanan secara parsial memiliki

Jeliswan Berkas Iman Jaya Gea, Odaligoziduhu Halawa & Aferiaman Telaumbanua, Pengaruh

Distribusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Kota Gunungsitoli berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pos Indonesia dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Semakin baik layanan yang diberikan, memudahkan pelanggan dalam melakukan transaksi serta memberikan informasi yang jelas akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Terkait variabel Distribusi, PT Pos Indonesia Kota Gunungsitoli diharapkan mampu menjangkau seluruh daerah distribusinya serta melakukan pendistribusian dengan tepat waktu. Untuk menghindari ketidak tepatan waktu perlu penambahan sarana seperti alat teknologi yang bisa melacak keberadaan kurirnya pada saat mengantar barang. Terkait variabel Kualitas layanan, diharapkan penambahan sumber daya manusia sehingga layanan yang diberikan semakin baik akibat banyaknya jasa yang ditawarkan oleh PT. Pos Indonesia Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mengkaji lebih jauh lagi tentang distribusi dan kualitas layanan pada objek penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, S. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko buku Gramedia Pandanaran Semarang. *Ilmu Komunikasi*, 8(5), 2003–2005. (Catatan: Informasi volume dan tanggal asli tampak tidak konsisten; disesuaikan berdasarkan data yang tersedia.)
- Arslan, R. (2021). Pengaruh [topik tidak lengkap] di Lamongan (Studi kasus PT. Trimitra Tunas Sakti) [Tipe dokumen tidak spesifik, kemungkinan laporan atau artikel]. (Catatan: Entri asli tidak lengkap; disarankan verifikasi sumber untuk detail judul penuh.)
- Batubara, R. S. (2019). Pengaruh distribusi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Garudafood pada toko pengecer di kota Medan (Studi kasus di Kecamatan Medan Tembung). [Tipe dokumen tidak spesifik, kemungkinan tesis atau laporan studi kasus].
- Buulolo, D., Gea, J. B. I., Zebua, S., & Kakisina, S. M. (2023). Pengaruh just in time terhadap loyalitas konsumen pada PT TIKI JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Express Kota Gunungsitoli. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3(6), 437–447.
- Darsono. (2020). Pengaruh distribusi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Mulia Makmur Lestari. *Manajemen*. (Catatan: Volume dan halaman tidak tersedia; disarankan verifikasi.)
- Elliyana, E., Lidiana, T. S., Agustina, Y., Sedyoningdih, H., Kadir, H., Abdurrohimb, B. I., Elia, E. A., Ardyan, Y., Yuliani, L., Marlinah, H. M., Mohdari, H. G., Febrisi, D. S., Rachman, N. K., & Bachtiar. (2022). *Dasar-dasar pemasaran* (Vol. 1). Ahlimedia Press. <https://www.ahlimediapress.com> (Catatan: Daftar penulis disederhanakan dari "E. dkk."; gunakan et al. jika terlalu panjang dalam kutipan.)
- Lubis, N. L., & Hasibuan, M. Z. (2022, June 11). Pengaruh distribusi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE Medan Johor. *Journal Artikel*. (Catatan: Jurnal tampak generik; verifikasi detail penerbitan.)
- Lutfi, P., & Wahyudi, Y. O. (2020). Pengaruh kepemimpinan dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan CV. Mitra Bangun Perkasa. *Ekonomi Manajemen Akuntansi*, 5, 88–99. (Catatan: Nama penulis disesuaikan berdasarkan konteks; kemungkinan Lutfi Paring sebagai nama lengkap.)
- Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan reputasi perusahaan terhadap kepuasan konsumen dengan kepercayaan sebagai variabel moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107 <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>
- Rifa'i, K. (2020). Kepuasan konsumen. In Pengaruh pengalaman, pengetahuan dan keterampilan auditor terhadap kualitas audit (Bab II). [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf) (Catatan: Diformat sebagai bab dari dokumen atau tesis; verifikasi jika ini bagian dari buku atau repositori.)
- Setiawan, A., N. Q., & H. H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49> (Catatan: Nama penulis disesuaikan; kemungkinan Setiawan Ajis, N. Q., dan H. H. sebagai kolaborator.)
- Sinollah, & Masrurroh. (2019). [Judul tidak lengkap: Dalam membentuk kepuasan pelanggan sehingga tercipta loyalitas pelanggan (Studi kasus pada Toko Mayang Collection cabang Kepanjen)]. *Jurnal Dialektika*, 4(1), 45–64. (Catatan: Entri asli tidak lengkap; disarankan verifikasi judul penuh.)
- Susnita, T. A. (2020). Pengaruh distribusi terhadap kepuasan konsumen pada CV Maja Menjangan Kabupaten Majalengka. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(4), Article 200. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i4.1084>