

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Merujuk pada hasil penelitian mengenai Pengaruh Distribusi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Madina Murni Kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa Distribusi (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $4,443 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Distribusi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik proses distribusi yang dilakukan oleh CV Madina Murni, maka kepuasan pelanggan juga cenderung meningkat. Kemudahan pelanggan dalam memperoleh produk, kelancaran penyaluran, serta ketepatan dalam proses distribusi menjadi bagian yang dapat memengaruhi pengalaman pelanggan ketika berhubungan dengan perusahaan.
2. Pada pengujian hipotesis kedua, diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $2,962 > t_{tabel}$ sebesar $1,986$, dengan nilai signifikansi $0,004 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang diterima pelanggan menjadi salah satu pertimbangan dalam membentuk kepuasan. Produk yang sesuai dengan harapan pelanggan akan memberikan penilaian yang lebih baik terhadap perusahaan, sehingga menjaga kualitas produk secara konsisten menjadi hal yang penting bagi CV Madina Murni.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Distribusi (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal

ini ditunjukkan oleh nilai f_{hitung} sebesar $80,905 > f_{tabel}$ sebesar $3,10$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Distribusi dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dapat diterima. Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $63,7\%$ menunjukkan bahwa variabel Distribusi dan Kualitas Produk dapat memberikan penjelasan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar $63,7\%$. Sementara itu, sebesar $36,3\%$ merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki peranan yang cukup besar dalam membentuk kepuasan pelanggan di CV Madina Murni. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan perlu didukung oleh distribusi yang baik sekaligus kualitas produk yang mampu memenuhi harapan pelanggan.

Secara keseluruhan, ketiga hipotesis dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Distribusi dan Kualitas Produk, baik secara parsial maupun secara simultan, memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di CV Madina Murni Kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.

B. Saran

Berdasarkan temuan penelitian yang telah diperoleh, penulis menyampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi CV Madina Murni Kota Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal

Perusahaan diharapkan dapat terus meningkatkan kinerja distribusi, terutama dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman, memastikan ketersediaan produk di setiap wilayah pemasaran, serta memperbaiki komunikasi antara pihak perusahaan dengan pelanggan apabila terjadi kendala dalam proses pengiriman. Selain itu, perusahaan juga perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, baik dari segi keamanan, kualitas isi, maupun kondisi kemasan, sehingga produk yang diterima pelanggan selalu sesuai dengan harapan. Upaya tersebut

diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk CV Madina Murni.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian berikutnya yang membahas kepuasan pelanggan. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang diduga turut memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti kualitas pelayanan, harga, promosi, citra merek, atau loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian dapat dilakukan pada objek maupun wilayah yang berbeda agar diperoleh hasil yang lebih beragam dan dapat memperluas kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran mengenai hubungan antara distribusi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan tema atau variabel yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhul Muslimin, M., Rafi Akbar, M., & Sri Rahayu, Y. S. (2025). Nilai dan Kepuasan Pelanggan : Strategi Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Nilai dan Kepuasan di Era Digital. In *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) eISSN* (Vol. 3). <http://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/index>
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Azam, A. M., Mauluddiyah, L. Z., Rukin, & Aisafitri, A. (2025). *Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan* (E. Hartutik, Ed.). Widina Media Utama.
- Chakim, M. H. R., Hadikusumo, S. S. R., Nusantara, P. N. R., Herdiyanti, N. F. A. S., & Sarah, R. N. (2025). *Manajemen Distribusi, Strategi, Logistik, dan Inovasi*. Sada Kurnia Pustaka.
- Deby Gunawan, & Romauli Nainggolan. (2024). The Effect of Product Quality and Price on Customer Loyalty Through Customer Satisfaction at Uniqlo Surabaya. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.37715/jee.v13i1.4379>
- Devini, S. Z., & Pohan, Y. A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazatto Chicken & Amp; Burger Cabang Umsu. *Jurnal Daya Saing*, 11(3), 899–905. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i3.2504>
- FH. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- H. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Hulud, S., Arifin, R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Mahasiswa Unisma Pengguna GrabBike di Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*.
- Jatmiko, R. D. (2025). *Kualitas Layanan, Kualitas Produk: Sebagai Basis Keunggulan Bersaing*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Juanda, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Air Mineral Seria Pada Pt.Talang Lindung Sakti Di Kecamatan Kumun Debai*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci.
- Kamilrizka, M. F. P., Kurniawan, F., & Kustandi, T. (2025). Pengaruh Distribusi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus PT. Daya Muda Agung Cirebon untuk Penjualan Produk Mahakam). *Jejak Digital*. <https://doi.org/doi.org/10.63822/pee32g08>
- Karina, M., & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Saluran Distribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Pelanggan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Konveksi Desa Legok. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(1), 87. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i1.11882>
- Komaludin, D., & Cokki, C. (2023). Peran Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Makanan Anjing. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(4), 907–916. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26950>

- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). Principles of Marketing. In *Pearson Global Edition* (17th ed.). Pearson education limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson education limited.
- Lailia, K., & Guritno, A. (2025). Membangun Customer Loyalty Melalui Service Quality, Product Quality, Islamic Business Ethic dan Customer Satisfaction. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 11–20. <https://doi.org/10.57151/jeko.v4i1.1017>
- Latifah, E. S., & Avianti, W. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan JNE agen Cibatu Kabupaten Purwakarta. *Jurnal Bisnis*, 11(1), 109–126. <https://doi.org/10.62739/jb.v11i1.12>
- Lesmana, W., Nurjanah, S., Manajemen, M., Bisnis, F., & Kalbis Jalan Pulomas Selatan Kav, U. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi, Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan PT.XYZ. In *Business Journal* (Vol. 4, Number 2).
- Mangarengi, M. Y., Fajriah, Y., & Djaharuddin, D. (2025). Pengaruh Kebijakan Harga dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Green Marketing pada PT. Samudera Indonesia Tbk. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 1651–1660. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i2.1432>
- Manggala, H., & Adirineksa, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53. <https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.49600>
- Manil, C. D., & Ramagelar, W. W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 230–240. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i2.40079>
- Manullang, A. D., Ayu Nurul Haryudiniarti, Restuasih, S., & Widi Kurniawan, I. B. I. (2026). Analisis pengendalian kualitas air minum dalam kemasan (AMDK) CV. XYZ untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan metode quality function deployment. *Jenius: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 7(1), 190–202. <https://doi.org/10.37373/jenius.v7i1.2025>
- Parwati, D. G., Fadila, N., Izzati, S., & Harahap, M. A. (2025). Distribusi Barang dan Jasa dalam Perspektif Ekonomi Islam: Antara Keadilan dan Etika Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 345–353. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i1.5272>
- Pratiwi, F., Puspita, F., & Saputri, R. (2024). Kajian literatur tentang pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Journals of Indonesian Multidisciplinary Research*, 3(2), 111–123. <https://doi.org/10.61291/3qc5z735>
- Pratiwi, S., & Tanjung, Y. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Natural Seasoning Well Medan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 7044–7054. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.3061>
- Putri, D. A., Jonathan, R., & Kulsum, U. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Sijiro Di Samarinda. *Ekonomia*.

- Rifa'i, K. (2023). *Kepuasan Konsumen* (M. Hamdi, Ed.). UIN Khas Press.
- S. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Salma Huwaida, R. (2025). Pengaruh Ketersediaan, Distribusi, Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen AMDK VOCA UNDIP Semarang. *Oktober Management & Accountancy in Practice Journal*, 14(2). <https://doi.org/10.56444/rdg0ty32>
- Shah An, K., Hasan, S., Fithriyana, R., Jamil Farhas Rizqon, & Librianty, N. (2026). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Distribusi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Air Sikumbang di Bangkinang Kota. *Journal Of Business, Economics, And Finance*, 4.
- SR. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Sudaryana, bambang. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Deepublish.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Research & Development (R&D)* (3rd ed.). Alfabeta.
- Wahyu kurniadi. (2025). The Role of Distribution Channels in Improving Marketing Performance and Customer Satisfaction. *Greenation Management and Business Review*, 1(3), 119–124. <https://doi.org/10.38035/gmbr.v1i3.483>
- Widodo, T., & Setyawan, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Umkm Olahan Singkong Dan Ubi “Yaska 57” Tingkir Salatiga. *Among Makarti*.
- Wulan, R., & Andy. (2025). Pengaruh Saluran Distribusi, Kualitas Produk, Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. Labquip Indoprima Alam Sutera). *Nikamabi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/nikamabi>
- Y. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Yakin, A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Air Mineral Kemasan Adeni Di Kabupaten Pamekasan. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 1(01), 71–78. <https://doi.org/10.19105/mabny.v1i01.4633>
- YS. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Zebua, R. D., Gea, J. B. I. J., Zebua, S., & Mendrofa, M. S. D. (2025). Pengaruh Distribusi Logistik Terhadap Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada Pt. Pos Indonesia Persero Kota Gunungsitoli. *Jurnal Suluh Pendidikan*, 13(1), 124–130. <https://doi.org/10.36655/jsp.v13i1.1821>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Lengkap : Khoirunnisa Lubis
Tempat, Tanggal Lahir : Muara Soma, 11 Desember 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Nomor HP : 0812-6991-0651
Email : khoirunnisalubis56@gmail.com
Instagram : khoirunnisa_llubis
Alamat : Muara Soma, Kecamatan Batang Natal, Kabupaten Mandailing Natal



RIWAYAT PENDIDIKAN

SD : SD Negeri 277 Muara Soma (2010-2016)
SMP : Madrasah Tsanawiyah Darul Ikhlas (2016-2019)
SMA/SMK : Madrasah Aliyah Darul Ikhlas (2019-2022)
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal (2022-2026)

PENGALAMAN ORGANISASI

: Anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)

PRESTASI DAN PENGALAMAN

: Juara Harapan I Lomba *Business Plan*.
: Juara Harapan I Lomba Orasi PMII
: Mengikuti Program Magang Reguler Periode 1 Tahun 2026 Kementerian Keuangan Republik Indonesia selama 3 (tiga) bulan di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang (KPKNL) Padang Sidempuan.