

Pengaruh Sistem Distribusi Produk Mebel Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Nelvan Di Kabupaten Nias

Kristian Zebua¹, Martha Surya Dinata Mendrofa², Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea³,
Heniwati Gulo⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

ARTICLE INFO

Article history:

Received Nov 16, 2025

Revised Nov 30, 2025

Accepted Dec 14, 2025

Keywords:

Sistem Distribusi
Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh sistem distribusi produk mebel terhadap kepuasan pelanggan serta mengukur seberapa besar pengaruh tersebut. Berdasarkan observasi awal, UD. Nelvan menghadapi tiga masalah utama dalam sistem distribusi yaitu keterlambatan pengiriman, kerusakan produk saat sampai ke pelanggan, dan kurangnya informasi mengenai status pengiriman yang menyebabkan ketidakpastian bagi pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung dan penyebaran kuesioner kepada 41 responden yang merupakan pelanggan UD. Nelvan. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitasnya serta memenuhi syarat kelayakan untuk digunakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias. Setiap peningkatan kualitas sistem distribusi akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara proporsional. Besaran pengaruh sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 49,8%, sedangkan sisanya sebesar 50,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar sistem distribusi seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan faktor eksternal lainnya. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi UD. Nelvan untuk terus memperbaiki sistem distribusinya guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



Corresponding Author:

Kristian Zebua

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nias

Jln. Karet No. 30 Kelurahan Ilir, Kec. Gunungsitoli. Kota Gunungsitoli

Email: kristianzebua06@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di era globalisasi mendorong setiap perusahaan untuk terus beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan dan harapan konsumen. Persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mengoptimalkan semua aspek kegiatan bisnis, salah satunya melalui sistem distribusi yang efektif dan efisien. Distribusi memegang peran strategis sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh sejauh mana produk tersebut dapat didistribusikan tepat waktu, dalam kondisi baik, dan sesuai dengan permintaan pelanggan (Puspitasari et al., 2023).

Menurut Kotler & Keller (2018), sistem distribusi merupakan sekumpulan organisasi atau individu yang terlibat dalam proses membuat produk atau jasa tersedia bagi konsumen akhir, mulai dari produsen hingga sampai di tangan pengguna. Sistem distribusi tidak hanya mencakup jalur atau saluran yang digunakan, tetapi juga meliputi aktivitas koordinasi, pengelolaan, dan pengendalian arus barang, informasi, serta pembayaran. Sistem distribusi yang dirancang dengan baik akan

mampu meminimalkan biaya operasional, mempercepat waktu pengiriman, dan memastikan kualitas barang tetap terjaga selama proses penyaluran (Septia, 2023).

Produk mebel merupakan jenis produk yang memerlukan perhatian khusus dalam proses pengiriman. Ukuran yang relatif besar, bobot yang berat, serta bentuk yang tidak selalu seragam menjadikan penanganan mebel berbeda dengan produk lain yang lebih mudah diangkut. Setiap tahapan distribusi, mulai dari pengemasan, penataan dalam kendaraan, hingga proses bongkar muat, harus dilakukan dengan cermat untuk meminimalkan risiko kerusakan (Hilary & Wibowo, 2021). Kesalahan kecil dalam penanganan dapat berakibat pada cacat produk, yang pada akhirnya akan memengaruhi kepuasan pelanggan dan citra perusahaan. Dalam industri mebel, penerapan sistem distribusi yang efektif menjadi lebih krusial karena karakteristik produknya yang unik. Mebel umumnya memiliki ukuran yang besar, bobot yang berat, bentuk yang tidak seragam, dan terkadang terdiri dari komponen yang mudah tergores atau rusak jika tidak ditangani dengan hati-hati. Proses distribusi memerlukan teknik pengemasan yang tepat, penggunaan perlengkapan pelindung seperti busa atau karton tebal, serta penataan yang aman di dalam kendaraan pengangkut. Selain itu, waktu pengiriman harus direncanakan secara cermat untuk menghindari keterlambatan yang dapat mengganggu jadwal pemasangan atau penggunaan oleh pelanggan (Mahira et al., 2021).

Kabupaten Nias, sebagai salah satu wilayah di Provinsi Sumatera Utara, memiliki pertumbuhan permintaan mebel yang cukup pesat, baik untuk rumah tangga, fasilitas publik, maupun perkantoran. Persaingan bisnis mebel di Kabupaten Nias semakin ketat. Kehadiran berbagai usaha mebel, baik skala kecil maupun menengah, membuat pelanggan memiliki banyak pilihan dalam menentukan tempat membeli produk yang mereka butuhkan. Dalam kondisi seperti ini, faktor distribusi dapat menjadi pembeda yang signifikan. UD. Nelvan yang telah berdiri sejak 2013 di Desa Fulolo Lalai, Kecamatan Hiliserangkai, sebagai salah satu pelaku usaha mebel lokal, telah memproduksi dan memasarkan berbagai jenis perabot seperti lemari, meja, kursi, ranjang, dan peralatan interior lainnya. Perusahaan ini melayani penjualan tidak hanya untuk wilayah sekitar, tetapi juga ke beberapa daerah lain di Pulau Nias. Dalam praktiknya, UD. Nelvan menerapkan sistem distribusi langsung (produk diantar langsung ke pelanggan) maupun tidak langsung (melalui perantara atau jasa ekspedisi), bergantung pada lokasi pelanggan, jenis produk, dan jumlah pesanan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal peneliti serta informasi yang diperoleh dari Bapak Yasofati Mendrofa (Pemilik UD. Nelvan), ditemukan adanya sejumlah permasalahan yang kerap muncul dalam sistem distribusi produk mebelnya. Permasalahan pertama adalah keterlambatan pengiriman yang umumnya disebabkan oleh jadwal distribusi yang kurang terstruktur sehingga barang tidak selalu tiba sesuai dengan waktu yang dijanjikan kepada pelanggan. Keterlambatan tersebut semakin sering terjadi ketika permintaan meningkat signifikan, misalnya menjelang hari raya atau musim pernikahan, di mana kebutuhan mebel melonjak tajam. Permasalahan kedua berkaitan dengan kerusakan produk selama proses distribusi. Beberapa pelanggan melaporkan adanya cacat pada produk yang diterima berupa goresan, penyok, atau retakan. Hal ini diduga terjadi karena pengemasan yang kurang memadai sehingga perlindungan produk tidak optimal. Permasalahan ketiga adalah keterbatasan informasi mengenai status pengiriman. Saat ini, komunikasi antara pihak UD. Nelvan dengan pelanggan hanya dilakukan melalui panggilan telepon seluler, sehingga interaksi dinilai belum maksimal. Kondisi ini membuat pelanggan harus melakukan konfirmasi berulang kali untuk mengetahui posisi barang yang mereka pesan.

Menurut Tjiptono (2016), kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Lebih lanjut Tjiptono menjelaskan, apabila sistem distribusi mampu menjamin ketepatan waktu, keamanan produk, serta memberikan layanan informasi yang memadai, maka kepuasan pelanggan dapat tercapai. Sebaliknya, jika distribusi kurang efektif, maka kepercayaan dan loyalitas pelanggan akan menurun. Penelitian dengan topik yang sama juga pernah dilakukan oleh Vanessa Muri Septia pada tahun 2023 dengan judul "Pengaruh Sistem Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sikumbang Karya Kota Padang" yang menunjukkan bahwa sistem saluran distribusi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menjelaskan bahwa kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh sistem distribusi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini tidak hanya relevan dari segi akademis, tetapi juga memiliki nilai praktis yang tinggi bagi pengembangan usaha mebel di Kabupaten Nias, khususnya bagi UD. Nelvan dalam menghadapi persaingan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias.

2. METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara random. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian seperti kuesioner, sedangkan analisis data dilakukan secara statistik dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini dapat mengukur hubungan sebab-akibat antara variabel independen yaitu sistem distribusi produk mebel dengan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data numerik yang objektif, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara sistematis dan kesimpulannya dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Variabel Penelitian

Menurut Sahir (2021), variabel penelitian adalah komponen yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari agar memperoleh jawaban atau kesimpulan dari penelitian tersebut. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah Sistem Distribusi (X) dengan indikator sistem transportasi, ketersediaan produk, dan waktu pengiriman Maemunah et al (2021). Sementara itu, variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pelanggan (Y) dengan indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan (Kharisma et al 2023).

Populasi dan Sampel

Menurut Umar (2018), populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini, populasi adalah seluruh pelanggan UD. Nelvan yang telah melakukan transaksi pembelian produk mebel dalam rentang enam bulan terakhir (Februari-Juli 2025) yang berjumlah 41 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus atau sampling jenuh, di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Berdasarkan pendapat Arikunto (2018), apabila jumlah subjek penelitian kurang dari 100 orang, maka sebaiknya seluruh populasi dijadikan sampel agar hasil penelitian lebih akurat dan representatif. Dengan demikian, sampel dalam penelitian ini berjumlah 41 orang konsumen UD. Nelvan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Nelvan yang bergerak pada usaha mebel dan berada di Jl. Nias Tengah, Desa Fulolo Lalai, Kecamatan Hiliserangkai, Kabupaten Nias, Sumatera Utara. Penelitian dilakukan dengan meneliti sistem distribusi di UD. Nelvan pada bulan Februari sampai bulan Juli 2025.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan dengan metode observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung seluruh proses distribusi produk mebel di UD. Nelvan. Hal ini mencakup pengelolaan stok di gudang, penjadwalan dan pelaksanaan pengiriman barang, serta interaksi antara karyawan dengan pelanggan. Sementara itu, kuesioner berupa angket pernyataan disebarakan kepada 41 responden yaitu pelanggan UD. Nelvan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap produk dan pelayanan yang diberikan. Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju).

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang terdiri dari 27 item pernyataan yang terbagi menjadi 12 item untuk variabel Sistem Distribusi (X) dan 15 item untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Setiap item pernyataan disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan menggunakan skala Likert 5 poin.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan Microsoft Excel untuk tabulasi data dan IBM SPSS Statistics versi 26 untuk pengujian statistik. Tahapan analisis data meliputi beberapa uji statistik. Uji validitas dilakukan untuk mengukur kesahihan instrumen penelitian. Menurut Arikunto (2018), sebuah item pernyataan dikatakan sah atau valid apabila memenuhi kriteria $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengacu pada pendapat Ghozali (2018) yang menyatakan bahwa jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka instrumen penelitian reliabel, jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka instrumen penelitian tidak reliabel. Uji koefisien korelasi menurut Yamin (2025) digunakan untuk menguji dan membuktikan secara statistik hubungan antara variabel independen dan dependen menggunakan uji korelasi Product Moment. Uji koefisien determinasi menurut Darmadi (2016) merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai ketepatan prediksi model regresi dan menilai kualitas keseluruhan model dalam penelitian kuantitatif. Uji regresi linear sederhana menurut Ghozali (2018) digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel dan memprediksi perubahan variabel dependen ketika variabel independen berubah. Terakhir, uji t (hipotesis) digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara individual dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan metode yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu instrumen dapat dipercaya atau dinyatakan sah. Suatu butir pernyataan kuesioner dianggap valid apabila memenuhi ketentuan $r\text{-hitung}$ lebih besar dari $r\text{-tabel}$, atau nilai instrumen melebihi nilai $r\text{-tabel}$. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 41 responden yang merupakan pelanggan UD. Nelvan. Dengan jumlah responden sebanyak 41 orang, maka derajat kebebasan (df) dalam uji validitas ditentukan dengan rumus $df = N - 2$, sehingga diperoleh $df = 41 - 2 = 39$. Mengacu pada tabel r Product Moment Pearson dengan taraf signifikansi 5% (0,05) dan $df = 39$, diperoleh nilai $r\text{-tabel}$ sebesar 0.3081. Dengan demikian, suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai $r\text{-hitung}$ lebih besar atau sama dengan 0.3081, sedangkan jika $r\text{-hitung}$ lebih kecil dari 0.3081, maka item tersebut dianggap tidak valid atau tidak layak digunakan dalam instrumen penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	r-hitung X	r-hitung Y	r-tabel	Keterangan
1	0.654	0.425	0.3081	Valid
2	0.484	0.429	0.3081	Valid
3	0.470	0.490	0.3081	Valid
4	0.450	0.612	0.3081	Valid
5	0.536	0.488	0.3081	Valid
6	0.594	0.531	0.3081	Valid
7	0.736	0.694	0.3081	Valid
8	0.493	0.428	0.3081	Valid
9	0.476	0.562	0.3081	Valid
10	0.602	0.360	0.3081	Valid
11	0.423	0.511	0.3081	Valid
12	0.460	0.460	0.3081	Valid
13	-	0.533	0.3081	Valid
14	-	0.411	0.3081	Valid
15	-	0.606	0.3081	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Sistem Distribusi (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai $r\text{-hitung}$ yang berkisar antara 0.360 hingga 0.736, yang kesemuanya lebih besar dari $r\text{-tabel}$ sebesar 0.3081. Hal ini menunjukkan bahwa

setiap item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, sehingga mampu mengukur indikator yang dimaksud dengan tepat.

Pada variabel Sistem Distribusi (X), nilai r-hitung tertinggi terdapat pada item pernyataan nomor 7 dengan nilai 0.736, yang menunjukkan bahwa item tersebut memiliki korelasi paling kuat dengan total skor variabel. Sementara itu, nilai r-hitung terendah pada variabel ini adalah item nomor 11 dengan nilai 0.423, namun tetap berada di atas batas minimum validitas. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y), nilai r-hitung tertinggi terdapat pada item nomor 7 dengan nilai 0.694, sedangkan nilai terendah adalah item nomor 10 dengan nilai 0.360, yang masih memenuhi kriteria valid. Hasil uji validitas ini sangat penting karena menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah mampu mengukur konstruk yang seharusnya diukur dengan baik. Validitas ini juga menandakan bahwa butir-butir pertanyaan yang disusun telah sesuai dengan konsep variabel yang diukur dan dapat memberikan data yang akurat untuk mendukung hasil penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian ini dapat dipercaya untuk digunakan pada analisis selanjutnya karena telah memenuhi kriteria validitas yang ditetapkan.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat keajegan atau konsistensi suatu alat ukur. Reliabilitas mengacu pada sejauh mana pengukuran yang dilakukan dapat memberikan hasil yang konsisten jika dilakukan berulang kali pada subjek yang sama. Dalam penelitian kuantitatif, uji reliabilitas biasanya dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana instrumen dikatakan reliabel jika nilai $\alpha \geq 0.60$. Metode Cronbach's Alpha dipilih karena dapat mengukur konsistensi internal dari sekelompok item yang digunakan untuk mengukur suatu konstruk.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	No Of Item	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
Sistem Distribusi (X)	12	0.766	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	15	0.791	0.6	Reliabel

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh hasil bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Sistem Distribusi (X) dengan 12 item pernyataan adalah 0.766, sedangkan untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari 15 item pernyataan adalah 0.791. Nilai ini menunjukkan bahwa kedua variabel berada di atas batas minimal reliabilitas yang umum digunakan, yaitu 0.60. Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.766 untuk variabel Sistem Distribusi menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik, yang berarti bahwa item-item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur sistem distribusi secara konsisten. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, semakin tinggi pula konsistensi internal dari item-item tersebut. Dengan nilai 0.766, dapat dikatakan bahwa jika kuesioner ini digunakan berulang kali pada sampel yang berbeda dari populasi yang sama, hasil yang diperoleh akan relatif stabil dan konsisten. Demikian dengan variabel Kepuasan Pelanggan yang memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.791, menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik bahkan sedikit lebih tinggi dibandingkan variabel Sistem Distribusi. Hal ini mengindikasikan bahwa item-item pernyataan yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan memiliki konsistensi internal yang sangat baik. Nilai ini juga menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang konsisten terhadap item-item yang mengukur konstruk yang sama.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian pada kedua variabel tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang baik, sehingga item-item pernyataan dalam kuesioner mampu memberikan hasil yang stabil dan dapat dipercaya jika digunakan berulang kali. Hal ini berarti bahwa instrumen yang digunakan layak dipakai dalam analisis selanjutnya, karena telah memenuhi kriteria uji reliabilitas yang ditetapkan dalam penelitian kuantitatif.

Hasil Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi adalah metode statistik yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini, digunakan analisis Pearson Correlation untuk mengukur arah dan kekuatan hubungan antar variabel. Koefisien korelasi Pearson (r) memiliki nilai antara -1 hingga +1, di mana nilai mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, nilai

mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat, dan nilai mendekati 0 menunjukkan tidak ada hubungan linear antara kedua variabel.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi

	Sistem Distribusi (X)	Kepuasan Pelanggan (Y)
Sistem Distribusi (X)	1.000	0.590**
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.590**	1.000
Sig. (2-tailed)	-	0.000
N	41	41

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa nilai Pearson Correlation antara variabel Sistem Distribusi (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 0.590 dengan tanda bintang ganda (**) yang menunjukkan bahwa korelasi signifikan pada level 0.01 (two-tailed). Nilai ini berada pada rentang 0.40 – 0.59, yang menurut kriteria interpretasi koefisien korelasi termasuk dalam kategori hubungan sedang atau moderate correlation. Nilai korelasi 0.590 menunjukkan arah hubungan yang positif, yang berarti semakin baik sistem distribusi yang diterapkan oleh UD. Nelvan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.

Nilai signifikansi sebesar 0.000 ($p < 0.01$) menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel tersebut sangat signifikan secara statistik. Dengan tingkat kepercayaan 99%, dapat dinyatakan bahwa hubungan yang ditemukan bukanlah hasil dari kebetulan semata, melainkan benar-benar mencerminkan pola hubungan yang ada dalam populasi. Hal ini memberikan keyakinan yang tinggi terhadap hasil penelitian ini.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) dalam suatu model regresi. Hasil pengujian ini dinyatakan dengan nilai R^2 (R-Square) atau Adjusted R^2 , yang berkisar antara 0 hingga 1 atau dalam bentuk persentase (0% sampai 100%). Semakin besar nilai R^2 , semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.590	0.348	0.331	6.452

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh nilai R sebesar 0.590 yang menunjukkan korelasi antara variabel Sistem Distribusi dengan Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori sedang. Nilai R-Square sebesar 0.348 atau setara dengan 34.8% menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu Sistem Distribusi (X), mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), sebesar 34.8%.

Dengan kata lain, kontribusi pengaruh sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 34.8%, yang menunjukkan bahwa sistem distribusi memiliki peranan yang cukup penting dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan UD. Nelvan. Sistem distribusi yang mencakup proses pemesanan, produksi, pengemasan, transportasi, dan komunikasi dengan pelanggan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y) dengan menggunakan persamaan garis lurus (linear). Analisis ini menghasilkan persamaan regresi yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	27.749	8.651	-	3.208	0.003
Sistem Distribusi	0.767	0.168	0.590	4.561	0.000

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 27.749 + 0.767(X)$$

Persamaan ini menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 27.749, yang berarti apabila variabel Sistem Distribusi (X) bernilai nol atau tidak ada pengaruh sistem distribusi sama sekali, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) akan berada pada level 27.749. Nilai konstanta ini merepresentasikan tingkat kepuasan pelanggan dasar yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar sistem distribusi.

Sedangkan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.767 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Sistem Distribusi (X) akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.767 satuan, dengan asumsi faktor-faktor lain tetap konstan (*ceteris paribus*). Koefisien regresi yang bernilai positif menandakan bahwa hubungan antara variabel Sistem Distribusi dan Kepuasan Pelanggan adalah positif dan searah.

Artinya, semakin baik sistem distribusi yang diterapkan oleh UD. Nelvan, yang meliputi ketepatan waktu pengiriman, kualitas pengemasan produk, kelengkapan produk yang dikirim, kemudahan komunikasi dalam proses pemesanan dan pengiriman, serta keramahan petugas pengiriman, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Sebaliknya, jika terjadi penurunan kualitas sistem distribusi, seperti keterlambatan pengiriman, produk rusak saat diterima, atau komunikasi yang buruk, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

Hasil Uji t (Uji Hipotesis)

Uji t adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh atau perbedaan dalam analisis data, khususnya pada penelitian kuantitatif. Dalam konteks regresi, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel, serta membandingkan nilai signifikansi dengan alpha yang ditetapkan.

Untuk jumlah responden 41 orang, maka derajat kebebasan (df) dihitung dengan rumus $df = N - 2 = 41 - 2 = 39$. Berdasarkan distribusi t-tabel pada taraf signifikansi 5% (0.05) untuk uji dua arah (two-tailed), diperoleh nilai t-tabel = 2.022. Kriteria pengujian hipotesis adalah jika t-hitung ≥ 2.022 dan nilai signifikansi < 0.05 , maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh signifikan.

Tabel 6. Hasil Uji t

Model	t-hitung	t-tabel	Sig.	Alpha	Keputusan
Sistem Distribusi → Kepuasan Pelanggan	4.561	2.022	0.000	0.05	Ha Diterima

Sumber: Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh hasil uji t dengan nilai t-hitung sebesar 4.561, yang jauh lebih besar dibandingkan dengan t-tabel yaitu 2.022. Perbandingan ini menunjukkan bahwa t-hitung $> t$ -tabel ($4.561 > 2.022$), yang berarti bahwa pengaruh sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan secara statistik.

Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang jauh lebih kecil dari taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Nilai signifikansi 0.000 menunjukkan bahwa probabilitas kesalahan dalam menerima hipotesis alternatif sangat kecil, bahkan mendekati nol. Dengan kata lain, tingkat keyakinan bahwa sistem distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mencapai lebih dari 99.9%.

Kedua hasil ini, baik dari perbandingan t-hitung dengan t-tabel maupun dari nilai signifikansi, secara konsisten menunjukkan bahwa variabel Sistem Distribusi (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan demikian, hipotesis nol (H_o) yang menyatakan "Tidak terdapat pengaruh sistem distribusi produk mebel terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias" ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan "Terdapat

pengaruh sistem distribusi produk mebel terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias" diterima.

Pembahasan

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha mebel UD. Nelvan dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada 41 orang pelanggan UD. Nelvan sebagai responden. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 dan Microsoft Excel untuk tabulasi data. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sistem distribusi produk mebel terhadap kepuasan pelanggan, serta mengukur seberapa besar kontribusi pengaruh tersebut pada usaha mebel UD. Nelvan yang berlokasi di Kabupaten Nias.

Pengaruh Sistem Distribusi Produk Mebel Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Nelvan Di Kabupaten Nias

Berdasarkan hasil pengujian regresi linear sederhana, diperoleh persamaan $Y = 27.749 + 0.767(X)$. Persamaan ini menunjukkan bahwa variabel Sistem Distribusi (X) memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada sistem distribusi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.767 satuan. Hasil ini diperkuat oleh uji t, di mana nilai t-hitung sebesar 4.561, jauh lebih besar daripada t-tabel sebesar 2.022. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) adalah 0.000, yang jauh lebih kecil daripada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sistem distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan. Pengaruh yang signifikan ini menunjukkan bahwa sistem distribusi bukan hanya faktor pendukung, tetapi merupakan elemen penting yang secara langsung mempengaruhi persepsi dan evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh UD. Nelvan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Chopra dan Meindl (2016) yang menyatakan bahwa sistem distribusi merupakan salah satu elemen penting dari rantai pasokan yang berperan dalam menyalurkan produk dari produsen hingga sampai ke konsumen akhir. Artinya, semakin baik sistem distribusi yang diterapkan, semakin lancar proses penyaluran produk kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan mereka. Dalam konteks UD. Nelvan, sistem distribusi yang efektif memastikan bahwa produk mebel yang dipesan sampai ke tangan pelanggan dengan tepat waktu, dalam kondisi baik, dan sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.

Selain itu, menurut Gitosudarmo (2014), sistem distribusi adalah kelompok individu atau perusahaan yang memiliki dan menyalurkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen, tidak hanya memindahkan barang secara fisik tetapi juga hak kepemilikan secara legal dan ekonomis. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi tidak hanya tentang pengiriman, tetapi juga menyangkut kepastian hak milik produk sampai ke pelanggan, yang dapat menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bertransaksi, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, hasil ini juga sesuai dengan pandangan Sahabuddin (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi pelanggan terhadap pengalaman penggunaan produk atau layanan dengan membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimiliki. Dalam konteks penelitian ini, ketika sistem distribusi berjalan baik—tepat waktu, produk tersedia, dan pelayanan memuaskan—maka kinerja yang dirasakan pelanggan akan sesuai bahkan melebihi harapan mereka, sehingga tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yang relevan. Anisa & Rushadiyati (2018) menemukan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 59.9% pada Agen Sancu Creative Indonesia. Meskipun persentase pengaruh yang ditemukan dalam penelitian tersebut lebih tinggi dibandingkan hasil penelitian pada UD. Nelvan, namun keduanya sama-sama mengkonfirmasi bahwa sistem distribusi memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Demikian pula, Nasruddin & Nurchayati (2019) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t = 4.312$, yang lebih besar dari t-tabel (2.036), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini sangat sejalan dengan temuan penelitian pada UD. Nelvan yang juga menunjukkan nilai t-hitung (4.561) lebih besar

dari t-tabel (2.022), yang menegaskan bahwa distribusi yang efektif berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil observasi langsung di lokasi penelitian, sistem distribusi yang diterapkan oleh UD. Nelvan mencakup beberapa tahapan yang terstruktur. Pertama, tahap pemesanan produk di mana pelanggan melakukan konsultasi mengenai desain dan ukuran produk yang diinginkan. Setelah mencapai kesepakatan, UD. Nelvan memberikan penawaran tertulis yang mencakup detail harga, bahan, jenis finishing, serta estimasi waktu pengerjaan. Jika penawaran disetujui, pelanggan melakukan pembayaran uang muka (DP) sebagai tanda jadi. Semua transaksi dilengkapi dengan dokumentasi berupa nota atau invoice yang dibuat secara manual dan/atau dikirim dalam bentuk digital melalui WhatsApp. Kedua, tahap produksi mebel pesanan yang biasanya memakan waktu 3 hingga 10 hari, tergantung pada jumlah dan ukuran produk yang dipesan. Pencatatan stok dilakukan secara semi-manual melalui buku atau lembar kerja dan didukung dengan foto produk di ponsel untuk memudahkan pengecekan. Kontrol bahan baku seperti kayu, plywood, cat, dan aksesoris dilakukan secara rutin, dengan menyediakan stok cadangan dalam jumlah terbatas untuk bahan yang sering digunakan. Ketiga, tahap pengemasan barang di mana setiap sudut meja atau lemari diberi pelindung berupa karton atau foam. Permukaan produk dilapisi plastik stretch atau bubble wrap, sedangkan komponen kecil seperti handle dan sekrup disimpan dalam kantong berlabel. Selama proses loading, produk dilindungi dengan selimut pelindung dan diikat menggunakan tali agar tidak bergeser atau tergores saat perjalanan. Keempat, tahap transportasi dan pengiriman di mana UD. Nelvan menghubungi konsumen untuk menjadwalkan pengiriman. Konfirmasi dilakukan satu hari sebelumnya (H-1) atau pada hari pengiriman (H-0) untuk memastikan alamat, akses jalan, dan titik penurunan barang. UD. Nelvan menggunakan armada sendiri berupa mobil pickup L300, dan jika ukuran atau jumlah barang melebihi kapasitas, maka disewa truk tambahan untuk pengantaran. Kelima, tahap pelacakan dan komunikasi yang dilakukan secara sederhana melalui WhatsApp. UD. Nelvan memberikan informasi terkait progres produksi, jadwal pengiriman, dan keberangkatan kru. Setelah barang diterima, tim melakukan follow-up singkat untuk memastikan barang dalam kondisi baik dan pelanggan merasa puas. Kelima tahapan sistem distribusi ini menunjukkan bahwa UD. Nelvan telah menerapkan sistem yang cukup terstruktur, meskipun masih bersifat sederhana dan semi-manual. Sistem ini memungkinkan UD. Nelvan untuk menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan di setiap tahapan, mulai dari pemesanan hingga produk diterima. Komunikasi yang baik ini merupakan salah satu faktor penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan.

Namun demikian, sistem distribusi UD. Nelvan juga masih memiliki beberapa keterbatasan. Pencatatan dan dokumentasi yang masih semi-manual dapat menyebabkan kesulitan dalam pelacakan pesanan secara real-time, terutama jika jumlah pesanan meningkat. Ketergantungan pada komunikasi melalui WhatsApp juga dapat menjadi kendala jika terjadi masalah teknis atau keterlambatan respon. Selain itu, penggunaan armada sendiri yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam mengakomodasi pesanan dalam jumlah besar atau pengiriman ke lokasi yang jauh. Meskipun demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem distribusi yang diterapkan saat ini telah mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya-upaya yang telah dilakukan oleh UD. Nelvan dalam mengelola sistem distribusi, meskipun masih sederhana, telah diapresiasi oleh pelanggan dan berkontribusi positif terhadap kepuasan mereka. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem distribusi yang efektif dan efisien sangat penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha mebel seperti UD. Nelvan. Sistem distribusi yang baik memastikan produk sampai tepat waktu, dalam kondisi baik, dan menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kualitas layanan. Distribusi yang lancar membuat pelanggan merasa puas karena pesanan diterima sesuai kesepakatan, tanpa kerusakan, dan dengan biaya yang wajar.

Sebaliknya, distribusi yang buruk, seperti keterlambatan pengiriman, produk rusak saat diterima, atau komunikasi yang buruk, dapat menimbulkan keluhan dan menurunkan kepuasan pelanggan. Bagi UD. Nelvan, pengelolaan distribusi yang baik sangat penting untuk memenuhi pesanan, terutama yang bersifat custom, menjaga keunggulan di pasar lokal, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, serta meningkatkan keuntungan perusahaan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh sistem distribusi produk mebel terhadap kepuasan pelanggan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias dapat diterima dan terbukti

kebenarannya secara empiris. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan teori dan praktek manajemen distribusi, khususnya pada usaha kecil dan menengah di sektor mebel.

Seberapa Besar Pengaruh Sistem Distribusi Produk Mebel Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UD. Nelvan Di Kabupaten Nias

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai Pearson Correlation sebesar 0.590, yang termasuk dalam kategori hubungan sedang (rentang 0.40–0.59) menurut kriteria interpretasi koefisien korelasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara sistem distribusi yang diterapkan UD. Nelvan dengan tingkat kepuasan pelanggan. Meskipun tergolong dalam kategori sedang, nilai korelasi 0.590 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel cukup kuat dan bermakna. Selanjutnya, hasil uji koefisien determinasi (R -Square) sebesar 0.348 atau setara dengan 34.8%, artinya sistem distribusi (X) mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan (Y) sebesar 34.8%, sedangkan sisanya 50.2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Kontribusi sebesar 34.8% ini menunjukkan bahwa sistem distribusi memiliki peranan yang cukup substansial dalam membentuk kepuasan pelanggan UD. Nelvan.

Nilai R -Square sebesar 34.8% mengindikasikan bahwa sistem distribusi bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan di luar sistem distribusi antara lain adalah kualitas produk mebel yang meliputi ketahanan, kehalusan finishing, kesesuaian dengan desain yang diminta, dan daya tahan produk (Farida & Purba, 2024). Faktor harga juga berpengaruh, di mana kesesuaian harga dengan kualitas produk, keterjangkauan harga bagi konsumen lokal, dan perbandingan harga dengan kompetitor dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor pelayanan juga memegang peranan penting, mencakup keramahan pemilik dan karyawan, kecepatan respon terhadap pertanyaan dan keluhan, fleksibilitas dalam menerima perubahan desain, dan kesediaan memberikan konsultasi desain (Piyoh et al., 2024). Selain itu, faktor inovasi dan desain produk, seperti variasi model yang ditawarkan, kemampuan membuat desain custom sesuai keinginan pelanggan, dan mengikuti tren desain terkini juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Faktor eksternal seperti reputasi UD. Nelvan di masyarakat, rekomendasi dari pelanggan lain (word of mouth), kondisi ekonomi konsumen, dan aksesibilitas lokasi usaha juga turut berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini secara bersama-sama dengan sistem distribusi membentuk persepsi dan evaluasi pelanggan terhadap UD. Nelvan secara keseluruhan.

Hasil ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang juga menemukan pengaruh signifikan sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan, meskipun dengan besaran yang berbeda-beda. Anisa & Rushadiyati (2018) menemukan bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 59.9% pada Agen Sancu Creative Indonesia. Penelitian tersebut menunjukkan pengaruh yang lebih kuat dibandingkan hasil penelitian pada UD. Nelvan yang mencapai 34.8%. Perbedaan besaran pengaruh ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, karakteristik konsumen yang berbeda, di mana konsumen Agen Sancu Creative Indonesia mungkin lebih mengutamakan kecepatan dan kemudahan distribusi dalam pembelian produk kreatif, sementara konsumen UD. Nelvan juga sangat mempertimbangkan aspek kualitas produk dan desain mebel yang mereka pesan. Kedua, cakupan distribusi yang berbeda, di mana Agen Sancu Creative Indonesia mungkin memiliki jaringan distribusi yang lebih luas dan terorganisir, sementara UD. Nelvan masih beroperasi dengan skala lokal dan sistem yang lebih sederhana. Ketiga, jenis produk yang berbeda, di mana produk kreatif yang dijual oleh Agen Sancu Creative Indonesia mungkin lebih bersifat standar dan mass-produced, sehingga aspek distribusi menjadi sangat krusial. Sementara itu, produk mebel UD. Nelvan bersifat custom-made, sehingga aspek kualitas pengerjaan dan kesesuaian dengan desain yang diminta juga sangat penting bagi pelanggan. Keempat, sistem manajemen yang berbeda, di mana sebagai agen yang lebih besar, Sancu Creative Indonesia mungkin memiliki sistem manajemen distribusi yang lebih canggih dan terukur dibandingkan UD. Nelvan yang masih menggunakan sistem semi-manual.

Nasruddin dan Nurchayati (2019) juga menyatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan hasil uji t menunjukkan nilai $t = 4.312$, yang lebih besar dari t -tabel (2.036), sehingga hipotesis diterima. Meskipun penelitian tersebut tidak secara spesifik menyebutkan besaran pengaruh dalam bentuk persentase, namun nilai t -hitung yang signifikan

menunjukkan bahwa pengaruh distribusi terhadap kepuasan pelanggan adalah nyata dan bermakna. Hal ini menegaskan bahwa distribusi yang efektif berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sesuai dengan temuan penelitian ini. Selain itu, Taib (2016) menemukan pengaruh positif saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan di PT. Awet Sarana Sukses dengan pengaruh sebesar 17.5%, yang lebih rendah dibandingkan hasil penelitian UD. Nelvan (34.8%). Perbedaan tersebut mungkin disebabkan oleh strategi distribusi dan model bisnis yang berbeda. PT. Awet Sarana Sukses mungkin bergerak di bidang yang berbeda dengan karakteristik distribusi yang berbeda pula, sehingga kontribusi saluran distribusi terhadap kepuasan pelanggan juga bervariasi.

Perbedaan besaran pengaruh dalam berbagai penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan dapat berbeda-beda tergantung pada konteks bisnis, jenis produk, karakteristik konsumen, dan sistem manajemen yang diterapkan. Namun, yang pasti adalah bahwa dalam semua penelitian tersebut, termasuk penelitian ini, sistem distribusi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam konteks UD. Nelvan, pengaruh sebesar 34.8% menunjukkan bahwa sistem distribusi merupakan faktor yang cukup penting, meskipun bukan faktor tunggal yang menentukan kepuasan pelanggan. Hasil ini memberikan implikasi praktis yang penting bagi manajemen UD. Nelvan. Di satu sisi, perusahaan perlu terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas sistem distribusinya karena terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbaikan dapat dilakukan dalam berbagai aspek seperti peningkatan ketepatan waktu pengiriman, perbaikan kualitas pengemasan, peningkatan komunikasi dengan pelanggan, dan penyediaan informasi tracking yang lebih baik.

Di sisi lain, UD. Nelvan juga perlu memperhatikan dan mengelola faktor-faktor lain yang berkontribusi sebesar 65.2% terhadap kepuasan pelanggan. Faktor-faktor ini tidak boleh diabaikan karena kontribusinya yang lebih besar dibandingkan sistem distribusi. Pendekatan yang holistik dan terintegrasi diperlukan untuk memaksimalkan kepuasan pelanggan, di mana semua aspek bisnis mulai dari kualitas produk, harga, pelayanan, hingga distribusi harus dikelola dengan baik. Strategi yang dapat dilakukan oleh UD. Nelvan untuk meningkatkan kontribusi sistem distribusi terhadap kepuasan pelanggan antara lain adalah dengan melakukan investasi pada teknologi pendukung seperti sistem informasi manajemen yang dapat membantu tracking pesanan secara real-time, aplikasi komunikasi yang lebih terstruktur dengan pelanggan, dan sistem dokumentasi digital yang lebih baik. Peningkatan kapasitas armada pengiriman juga diperlukan untuk mengakomodasi pertumbuhan pesanan dan memperluas jangkauan pasar.

Pelatihan kepada karyawan yang terlibat dalam proses distribusi juga penting, meliputi pelatihan tentang pengemasan yang baik dan aman, komunikasi efektif dengan pelanggan, penanganan keluhan, dan customer service excellence. Standarisasi prosedur distribusi juga perlu dilakukan dengan membuat SOP (Standard Operating Procedure) yang jelas untuk setiap tahapan distribusi, checklist untuk memastikan kelengkapan dan kualitas sebelum pengiriman, serta sistem evaluasi dan perbaikan berkelanjutan. Kerjasama dengan pihak ketiga seperti jasa ekspedisi profesional untuk pengiriman jarak jauh atau dalam jumlah besar, penyedia packaging materials berkualitas, dan konsultan logistik untuk optimalisasi rute pengiriman juga dapat dipertimbangkan. Pengembangan sistem feedback yang terstruktur dari pelanggan mengenai kualitas distribusi, analisis data feedback untuk identifikasi area perbaikan, dan tindakan korektif yang cepat terhadap keluhan terkait distribusi juga merupakan strategi penting yang dapat diterapkan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa sistem distribusi memiliki pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun tingkat pengaruhnya tergolong sedang dengan kontribusi 34.8%, sistem distribusi tetap menjadi faktor penting yang harus diperhatikan oleh UD. Nelvan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun, UD. Nelvan perlu menerapkan pendekatan yang komprehensif dengan memperhatikan dan mengelola semua faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara terintegrasi agar dapat mencapai kepuasan pelanggan yang optimal dan berkelanjutan. Peningkatan kepuasan pelanggan yang optimal akan berdampak pada berbagai aspek bisnis UD. Nelvan, termasuk peningkatan loyalitas pelanggan yang akan melakukan pembelian berulang, word of mouth positif yang akan menarik pelanggan baru, kesediaan pelanggan untuk membayar premium price untuk produk berkualitas, dan pada akhirnya peningkatan profitabilitas dan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, investasi dalam perbaikan sistem distribusi dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan merupakan investasi strategis yang akan memberikan return jangka panjang bagi UD. Nelvan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada UD. Nelvan di Kabupaten Nias dengan melibatkan 41 responden pelanggan, dapat disimpulkan bahwa sistem distribusi produk mebel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi linear sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 27.749 + 0.767(X)$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada sistem distribusi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0.767 satuan. Hasil uji t menunjukkan nilai t-hitung sebesar 4.561 yang lebih besar dari t-tabel 2.022 dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima. Nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0.590 menunjukkan hubungan yang cukup berarti antara kedua variabel, dan nilai R-Square sebesar 34.8% mengindikasikan bahwa sistem distribusi mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan sebesar 34.8%, sedangkan sisanya 65.2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas produk, harga, pelayanan, dan faktor eksternal lainnya. Dengan demikian, meskipun sistem distribusi memiliki kontribusi yang cukup substansial terhadap kepuasan pelanggan, UD. Nelvan perlu menerapkan pendekatan yang komprehensif dengan terus memperbaiki sistem distribusi sekaligus mengelola faktor-faktor lain secara terintegrasi untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, & Rushadiyati. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Agen Sancu Creative Indonesia. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 11(1), 759–768.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Darmadi, H. (2016). *Statistika untuk penelitian kuantitatif: Analisis data dan aplikasi dengan SPSS*. Rajawali Pers.
- Farida, E. R., & Purba, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Desain Iklan Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tiktok. *ECo-Buss*, 7(2), 939–949. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1499>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran*.
- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1).
- Kharisma, D., & others. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Maemunah, A. S., & others. (2021). Peran Chanel Distribution (Saluran Distribusi) Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya). *Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(4), 109–122.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan indihome. *Journal Of Communication Education*, 2(1), 1267–1283.
- Nasruddin, & Nurchayati. (2019). Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 1(2), 232–245.
- Piyoh, D. Dela, Rahayu, A., & Dirgantari, D. (2024). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Edunomika*, 8(1), 1–6.
- Puspitasari, D., Asir, M., & Rahmi. (2023). Efektivitas Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review Manajemen Pemasaran. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), 90–95. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.6933>
- Sahabuddin, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Upaya Untuk Meningkatkan Kepuasan Nasabah Pada Industri Perbankan*. Pustaka Taman Ilmu.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.
- Septia, V. M. (2023). Pengaruh Sistem Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bahan Bangunan Sikumbang Karya Kota Padang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis & Sosial*, 1(3), 39–50.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Taib, R. (2016). *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Awet Sarana Sukses*. Universitas Negeri Gorontalo.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi.
- Umar, H. (2018). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Edisi Revisi). Raja Grafindo Persada.
- Yamin, S. (2025). *PAHAM Analisis Data SEM PLS SmartPLS 4 & 3*. PT Dewangga Energi Internasional.