

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUASAN AGEN SANCU CREATIVE INDONESIA

Anisa dan Rushadiyati

Universitas Respati Indonesia

Jl. Bambu Apus 1 No.3 Cipayung Jakarta Timur 13890

Telp. 021-845 7627.www.urindo.ac.id

ABSTRAK

Jasa yang bersaing di era globalisasi menimbulkan persaingan antar produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen (pelanggan), terutama kualitas pelayanan yang baik, yang akan menciptakan kepuasan pelanggan, agar melakukan pembelian ulang. Begitu pula yang terjadi pada Agen Sancu Creative Indonesia (SCI), yang menggunakan sistem keagenan jaringan penjualan berantai agar agen mempunyai reseller langsung kepada pemakai langsung. Sehingga memperluas pasar yang terjangkau oleh seluruh masyarakat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian adalah kuantitatif, dengan teknik sampling jenuh dan besaran sampel 60 responden. Penelitian dilakukan selama bulan Maret - Agustus 2017. Hasil penelitian adalah dari Uji Regresi Berganda adalah bahwa variable (X1) Kualitas Pelayanan berpengaruh 0,312 (31,2%) terhadap Kepuasan Pelanggan, variable (X2) Saluran Distribusi berpengaruh 0,599 (59,9%) terhadap Kepuasan Pelanggan, yang membuktikan bahwa Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh faktor Saluran Distribusi > Kualitas Pelayanan. dan hasil uji Determinasi menunjukkan pengaruh variable bebas (Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi) terhadap Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) secara simultan adalah sebesar 0,658 (65,8%), sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kesimpulan: Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Saluran Distribusi > Kualitas Pelayanan. Saran: perlu meningkatkan Kualitas Pelayanan maksimal, karena Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci : konsumen, kualitas pelayanan, saluran distribusi, Kepuasan

Influence of Service Quality and Distribution Channel to Sancu Creative Indonesia Agent Satisfaction

ABSTRACT

Competitive services in the era of globalization raise competition among producers in meeting the needs of consumers (customers), especially the quality of good service, which will create customer satisfaction, to re-purchase. Similarly, what happens to Agent Sancu Creative Indonesia (SCI), which uses a chain of chain sales agency system so that agents have direct resellers to direct users. So as to expand the market that is affordable by the whole society. The purpose of this study is to know and analyze the Quality of Service and Distribution Channels on Customer Satisfaction. The research method is quantitative, with sampling technique saturated and sample size 60 respondents. The result of research is from Multiple Regression Test is that variable (X1) Service Quality influence 0,312 (31,2%) to Customer Satisfaction, variable (X2) Distribution Channel has effect 0,599 (59,9%) to Customer Satisfaction, which proves that Customer Satisfaction is influenced by Channel Distribution factor> Quality of Service. and Determination test results showed the effect of free variables (Service Quality and Distribution Channel) to the dependent variable (Customer Satisfaction) simultaneously is 0.658 (65.8%), the rest is influenced by other variables not discussed in this study. Conclusion: Customer Satisfaction is affected by Distribution Channel> Quality of Service. Suggestion: need to improve Service Quality maximally, because Quality Service and Distribution Channels have a significant effect on Customer Satisfaction.

Keywords: consumer, service quality, distribution channel, Satisfaction

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, produk/jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam, sehingga menimbulkan persaingan antar produsen dalam pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan. Karena Kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama, karena pelayanan dalam kepuasan pelanggan merupakan aspek vital bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145). Sancu Creative Indonesia (SCI), berkantor pusat di Jakarta dan pabrik di Sidoarjo adalah perusahaan yang memproduksi sandal karakter bermerek SANCU, dengan ragam karakter tokoh film kartun, hewan dan sandal boneka lucu (Boncu), sandal outdoor pria (Xtreme), maupun sandal wanita dewasa (Pretty). SCI menetapkan pelanggan tetapnya sebagai agen yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. dengan peraturan satu wilayah hanya ada satu agen, dan agen aktif berjumlah 80 agen tersebar di Sumatera: 10 agen, pulau Jawa : 63 agen, Kalimantan 2 agen, Sulawesi : 3 agen, lombok: 1 agen dan Bali: 1 agen. Sistem pendistribusian barang menggunakan ekspedisi dari pabrik Sidoarjo ke masing-masing agen, agar jaringan penjualan dapat berantai karena para agen mempunyai reseller langsung ke penjual langsung/ eceran atau pemakai langsung. Sehingga dapat memperluas wilayah pasar hingga ke seluruh masyarakat.

Permasalahannya adalah jauhnya jarak kantor pusat Jakarta dengan pabrik SCI di Sidoarjo, dalam komunikasi intens antara Admin Jakarta dengan Kepala Bagian/ karyawan di Sidoarjo, dimana kantor pusat Jakarta menerima data dari agen, sesuai pesanan, selanjutnya pengiriman sesuai alamat agen, namun masih terdapat ketidaksesuaian data, padahal Sancu Creative Indonesia (SCI) menginginkan produknya menjadi pemimpin pasar (*market leader*) di Indonesia dengan kualitas dan pelayanan melebihi harapan konsumen. Faktor lain yang juga mempengaruhi adalah bagaimana distribusi barang dari pabrik sampai ke konsumen dengan mudah dan aman. selanjutnya adalah belum meratanya penyebaran produk di Indonesia, karena belum ada agen di Papua dan Sulawesi yang hanya ada 3 agen. Hal ini

perlu diperhatikan Manajemen SCI untuk terus mengembangkan saluran distribusinya ke seluruh wilayah Indonesia agar terjangkau seluruh masyarakat.

2. TUJUAN PENELITIAN

Untuk mengetahui & menganalisis “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan di Sancu Creative Indonesia”

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik sampling jenuh, menggunakan data primer, data sekunder, Analisa Koefisien Korelasi Berganda, Uji Koefisien Determinasi, uji validitas, uji reliabilitas, dan alat bantu kuesioner dari sampel seluruh agen SCI yang berjumlah 60 agen

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat : Sancu Creative Indonesia, Jl. Persahabatan VI, Kelapa Dua Wetan, Ciracas Jakarta Timur.

Waktu : Maret - Agustus 2017.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis data:

4.1.1. Kalibrasi (Uji Coba Instrumen)

Penelitian ini menggunakan teknik *one-shot measure* yaitu dengan penyebaran satu kali penyebaran saja, dilanjutkan dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan analisa regresi berganda.

4.1.2. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketetapan alat ukur terhadap apa yang diukur dalam suatu penelitian, Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor, menggunakan korelasi *product moment*:

4.2. Teknik Analisa Data, meliputi :

4.2.1. Analisa Koefisien Korelasi Berganda

Untuk mengukur hubungan variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan.

4.2.2. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X_1 dan X_2 secara serentak terhadap variabel terikat Y. untuk memberi interpretasi pada kuat atau lemahnya hubungan digunakan pedoman berikut :

Tabel 1. Tabel Product Moment

No	Interval koefisien	Tingkat hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	sedang
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2015:287)

4.2.3. Analisa Regresi Berganda

Analisa regresi untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat, dengan rumus : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, Keterangan: Y: Kepuasan Pelanggan, A: Konstanta, b1, b2: Koefisien Regresi, X1: kualitas pelayanan, X2: saluran distribusi

4.3. Karakteristik Responden

Tabel 2. Analisis Univariat Karakteristik Responden

No	Variabel	Frequensi	Persentase	Valid %	Cumulative %
1	Jenis kelamin				
	-laki-laki	44	73,3	73,3	73,3
	-perempuan	16	26,7	26,7	100
	Jumlah	60	100	100	
2	Usia				
	-21-40	46	76,7	76,7	76,7
	-41-60	13	21,7	21,7	98,4
	-61-80	1	1,7	1,7	100
	Jumlah	60	100	100	
3	Pendidikan				
	-SMA/ SMK	17	28,3	28,3	28,3
	-Diploma	8	13,3	13,3	41,7
	-Sarjana	35	58,3	58,3	100
	Jumlah	60	100		

Sumber : hasil olah data tahun 2016

4.4. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

Kalibrasi data

a. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas instrumen untuk mengukur sah/ valid tidaknya kuesioner. Yaitu jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, dan bernilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai

4.2.4. Uji F

Uji F untuk mengetahui apakah Variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi) secara serentak berpengaruh signifikan terhadap Variabel terikat; Kepuasan pelanggan (Y).

Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan menggunakan $\alpha=5\%$ (0,05) dengan Kriteria Pengujian :

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig. $< 0,05$ ($\alpha=5\%$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya koefisien regresi tidak berhubungan.

r_{tabel} dari $n= 60$, pada $df= n-2= 60-2 = 58$, diperoleh nilai = 0,259.

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

Dari perhitungan statistik $n = 60$ untuk variabel Kualitas Pelayanan (X₁), diperoleh nilai validitas masing-masing butir pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Validitas Variabel X₁ Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan	Pearson correlations	Sig. (2-tailed)	N	r tabel	keterangan
1	.599	.000	60	0,259	Valid
2	.608	.000	60	0,259	Valid
3	.558	.000	60	0,259	Valid
4	.556	.000	60	0,259	Valid
5	.536	.000	60	0,259	Valid
6	.732	.000	60	0,259	Valid
7	.546	.000	60	0,259	Valid
8	.571	.000	60	0,259	Valid
9	.561	.000	60	0,259	Valid
10	.569	.000	60	0,259	Valid
11	.621	.000	60	0,259	Valid
12	.679	.000	60	0,259	Valid
13	.654	.000	60	0,259	Valid
14	.399	.000	60	0,259	Valid
15	.666	.000	60	0,259	Valid
16	.662	.000	60	0,259	Valid
17	.671	.000	60	0,259	Valid
18	.571	.000	60	0,259	Valid
19	.500	.000	60	0,259	Valid
20	.501	.000	60	0,259	Valid

Sumber: hasil olah data tahun 2016

Dari (tabel 2) uji validitas variabel X₁ (Kualitas Pelayanan), terlihat bahwa semua nilai pernyataannya: $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan dinyatakan valid, dan mampu dijadikan alat ukur penelitian untuk variabel X₁.

c. Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X₂)

Berdasarkan perhitungan statistik dari 60 responden variabel Saluran Distribusi (X₂), diperoleh nilai validitas masing-masing butir pernyataan adalah seperti tabel di bawah ini

Tabel 4. Uji Validitas Variabel X₂ Saluran Distribusi

Saluran distribusi	Pearson correlations	Sig. (2-tailed)	N	r tabel	keterangan
1	.531	.000	60	0,259	Valid
2	.569	.000	60	0,259	Valid
3	.650	.000	60	0,259	Valid
4	.426	.001	60	0,259	Valid
5	.551	.000	60	0,259	Valid
6	.611	.000	60	0,259	Valid
7	.621	.000	60	0,259	Valid
8	.552	.000	60	0,259	Valid
9	.780	.000	60	0,259	Valid
10	.488	.000	60	0,259	Valid
11	.518	.000	60	0,259	Valid
12	.535	.000	60	0,259	Valid
13	.528	.000	60	0,259	Valid
14	.593	.000	60	0,259	Valid
15	.597	.000	60	0,259	Valid
16	.562	.000	60	0,259	Valid
17	.597	.000	60	0,259	Valid
18	.597	.000	60	0,259	Valid
19	.636	.000	60	0,259	Valid
20	.400	.002	60	0,259	Valid

Sumber: hasil olah data tahun 2016

Dari (tabel 3). uji validitas pernyataan kuesioner variabel X_2 (Saluran Distribusi) terlihat bahwa semua pernyataan nilainya $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga semua pernyataan kuesioner dinyatakan valid. Dan mampu dijadikan alat ukur penelitian untuk variabel X_2 .

d. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Dari uji validitas pernyataan kuesioner variabel Y (Kepuasan Pelanggan) terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga

semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid, dan mampu dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang diteliti. Dengan demikian semua pernyataan layak dijadikan instrumen untuk variabel Y.

Berdasarkan perhitungan statistik pada kuesioner dari 60 responden untuk variabel Kepuasan Pelanggan, diperoleh nilai validitas masing-masing butir pernyataan seperti tabel di bawah ini :

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y Kepuasan Pelanggan

Saluran distribusi	Pearson correlations	Sig. (2-tailed)	n	r tabel	keterangan
1	.434	.001	60	0,259	Valid
2	.517	.000	60	0,259	Valid
3	.427	.001	60	0,259	Valid
4	.621	.001	60	0,259	Valid
5	.335	.009	60	0,259	Valid
6	.563	.000	60	0,259	Valid
7	.388	.002	60	0,259	Valid
8	.513	.000	60	0,259	Valid
9	.582	.000	60	0,259	Valid
10	.561	.000	60	0,259	Valid
11	.296	.022	60	0,259	Valid
12	.650	.000	60	0,259	Valid
13	.611	.000	60	0,259	Valid
14	.684	.000	60	0,259	Valid
15	.502	.000	60	0,259	Valid
16	.606	.000	60	0,259	Valid
17	.521	.000	60	0,259	Valid
18	.608	.000	60	0,259	Valid
19	.661	.000	60	0,259	Valid
20	.734	.002	60	0,259	Valid

Sumber: hasil olah data tahun 2016

4.5. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas instrumen untuk mengukur keterhandalan instrumen. Keterandalan instrumen adalah konsistensi, stabilitas, kepercayaan dan daya prediksi terhadap hasil pengukuran dengan menggunakan instrumen tersebut, dan memiliki nilai *Alpha Cronbach* $\geq 0,60$.

a. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of item
.900	20

Sumber : hasil olah data tahun 2016

Dari hasil uji reliabilitas 20 pernyataan variabel X_1 di atas, diperoleh nilai *Alpha Cronbach'*: $0,900 > 0,60$. Dengan demikian kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan). artinya kuesioner akan menghasilkan hasil yang sama atau mendekati meskipun disebarkan berapa kalipun.

b. Uji Reliabilitas Variabel Saluran Distribusi (X₂)

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Saluran Distribusi (X₂)

Reliability Statistics

Dari hasil uji reliabilitas 20 pernyataan variabel X₂ di atas, diperoleh nilai *Cronbach'Alpha*: 0,890 > 0,60. Dengan demikian kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan).

c. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of item
.873	20

Sumber : hasil olah data tahun 2016

Dari hasil uji reliabilitas 20 pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) di atas, diperoleh nilai

Cronbach's Alpha	N of item
.890	20

Sumber : Hasil olah data tahun 2016

Cronbach'Alpha: 0,873 > 0,60. Dengan demikian pernyataan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas (keterandalan).

4.6. Pengujian Statistik dan Hipotesis

a. Uji Koefisien korelasi Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar hubungan Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan digunakan perhitungan korelasi Product Moment Pearson. Dan untuk mengetahui berapa jumlah koefisien korelasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas, dapat dilihat seperti di bawah ini :

Tabel 9. Uji Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan (X₁) dan Saluran Distribusi (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

	X1	X2	Y
X1 Pearson correlation	1	.672**	.699**
Sig. (2-tailed)		.000	.000
n	60	60	60
X2 Pearson correlation	.672**	1	.774**
Sig. (2-tailed)	.000		.000
n	60	60	60
Y Pearson correlation	.699**	.774**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	
n	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Hasil olah data tahun 2016

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil berikut :

- 1) Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan(X₁) dengan Kepuasan Pelangan(Y) didapat nilai r = 0,699, dengan probabilitas 0,00 < 0,05 artinya ada hubungan kuat antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan, sebesar 69,9%.
- 2) Korelasi Variabel Saluran Distribusi dengan Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai r = 0,774 dengan nilai probabilitas 0,00 < 0,05 artinya ada hubungan kuat antara Saluran Distribusi dengan Kepuasan Pelanggan, sebesar 77,4%.

- 3) Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan dengan Saluran Distribusi diperoleh nilai r sebesar 0,672 dengan nilai probabilitas 0,00 < 0,05, nilai ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara Kualitas Pelayanan dengan Saluran Distribusi, sebesar 67,2%.
- 4) Korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel 9. (Model Summary). Dimana nilai R adalah sebesar 0,811 atau 81,1%, artinya ketiga variabel tersebut berhubungan kuat.

Tabel 10. Uji Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Model Summary

Model	R	R square	Adjusted R square	Std. Error of the estimate
1	.811 ^a	.658	.646	4.131

a. predictors: (constant), X_2 , X_1 , sumber: hasil olah data tahun 2016

b. Uji Determinasi

Uji Determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas X_1 dan X_2 secara serentak terhadap variabel terikat Y . Korelasi antara Variabel Kualitas Pelayanan, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan (tabel 9. Model summary) diperoleh dari angka R^2 (R Square) sebesar 0,658 atau 65,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi) terhadap Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) adalah sebesar 65,8%, dan sisanya 34,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

c. Hasil Uji Regresi berganda

Uji regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh

variabel bebas dengan variabel terikat. Pada hipotesis awal dituliskan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, maka dapat diduga bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi, maka akan berpengaruh pada Kepuasan Pelanggan. yang diketahui menggunakan analisis model regresi berganda dengan rumus: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ dimana Y =Kepuasan Pelanggan, X_1 =Kualitas Pelayanan, X_2 =Saluran Distribusi, a = nilai konstanta, dan b_1 dan b_2 = koefisien residual. Berdasarkan hasil analisis model regresi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Saluran distribusi Terhadap kepuasan Pelanggan dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Berganda Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan coefficients^a

model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (constants)	15.210	.6.600		2.304	.025
X1	.312	.100	.325	3.110	.003
X2	.559	.105	.556	5.315	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data tahun 2016

Dari tabel 11. di atas dihasilkan persamaan regresi : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$ $\Rightarrow Y = 15,210 + 0,312X_1 + 0,599X_2$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Konstanta (a) sebesar 15,210, artinya jika Kualitas Pelayanan (X_1) dan Saluran Distribusi (X_2) nilainya adalah 0, maka Kepuasan Pelanggan (Y) nilainya adalah sebesar 15,210.
- 3) Koefisien regresi variabel Saluran Distribusi (X_2) sebesar 0,599 artinya jika variabel bebas lain nilainya tetap dan Saluran Distribusi meningkat 1%, maka Kepuasan

- 2) Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,312 artinya jika variabel bebas lainnya tetap dan Kualitas Pelayanan mengalami kenaikan 1%, maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,312 atau (31,2%). Koefisien bernilai positif artinya, semakin tinggi Kualitas Pelayanan maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan.

Pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,599 atau (59,9%). Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Saluran Distribusi dengan

Kepuasan Pelanggan, semakin tinggi Saluran Distribusi maka semakin meningkat Kepuasan Pelanggan.

d. Uji F

Uji Regresi ini untuk mengetahui apakah Variabel bebas (Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi) secara serentak berpengaruh sig. terhadap variabel terikat Y (Kepuasan Pelanggan). Rumusan Hipotesis :

H₀ : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan saluran distribusi secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Sancu Creative Indonesia

H_a : Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan saluran distribusi secara

bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Sancu Creative Indonesia

1) Menentukan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

2) Kriteria Pengujian

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

Jika nilai sig < 0,05 ($\alpha=5\%$) maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai sig > 0,05 ($\alpha=5\%$) maka H₀ diterima dan H_a ditolak

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

model	Sum of squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1868.887	2	934.443	54.750	.000 ^a
Residual	972.847	57	17.067		
Total	2841.733	59			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y, sumber: hasil olah data tahun 2016

Berdasarkan tabel 12. di atas diperoleh F_{hitung} : 54,750 dengan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Nilai F_{tabel} dari 60 sampel dengan taraf signifikansi $\alpha=0,05$ dan derajat kebebasan $df= n-k-1 = 60-2-1=57$, diperoleh nilai $F_{tabel} = 3,16$. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ (yaitu $54,750 > 3,16$) dan nilai sig. < probabilitas $0,000 < 0,05$ H₀ ditolak dan H_a diterima, berarti secara serentak (simultan) Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

e. Uji t

Kriteria uji t :

apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka keputusan pengujian menerima H₀ dan menolak H_a. Hal ini dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tersebut tidak signifikan. Sebaliknya apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka keputusan pengujian menerima H_a dan menolak H₀. Hal ini dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi tersebut signifikan secara statistik.

Tabel 13. Hasil Uji t Korelasi Kualitas Pelayanan (X₁) dan Saluran Distribusi (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1 (constants)	15.210	.6.600		2.304	.025
X1	.312	.100	.325	3.110	.003
X2	.559	.105	.556	5.315	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil olah data tahun 2016

Berdasarkan tabel 13. di atas, diperoleh hasil sebagai berikut :

1) Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi pada taraf $\alpha=5\%$ diperoleh t_{hitung} variabel $X_1 = 3,110$. Nilai t_{tabel} berdasarkan tabel t dengan jumlah sampel $n= 60$, dengan $dk=60-2=58$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,00172, maka nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($3,110 > 2,00172$) dan nilai $sig. <$ nilai probabilitas 0,05 ($0,003 < 0,05$), maka keputusan pengujian menolak H_0 dan menerima H_a . Maka dapat diketahui bahwa variabel X_1 berkontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_1 berhubungan signifikan terhadap Y. Artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2) Saluran Distribusi (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Berdasarkan perhitungan koefisien regresi pada taraf $\alpha=5\%$ diperoleh t_{hitung} variabel $X_2 = 5,315$. Nilai t_{tabel} berdasarkan pada tabel t dengan jumlah sampel sebanyak 60, dengan $dk=60-2=58$ diperoleh $t_{tabel} = 2,00172$, maka nilai $t_{hitung} >$ t_{tabel} ($5,315 > 2,00172$) dan nilai $sig. <$ nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka keputusan pengujian menolak H_0 dan menerima H_a . Maka dapat diketahui bahwa variabel X_2 berkontribusi terhadap Y. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel X_2 mempunyai hubungan yang signifikan terhadap Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa Saluran Distribusi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pembahasan Perbandingan dengan penelitian lainnya

Sebagai pembanding penelitian ini, kami menggunakan penelitian Setyani,2016 pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Minimarket Pujomart Samigaluh KulonProgo Yogyakarta. Perbedaan dengan penelitian kami dengan penelitian pembanding ini adalah untuk penelitian Setyani,2016 variabel yang diteliti harga, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sedangkan penelitian kami meneliti variabel kualitas pelayanan, saluran distribusi, dan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian minimarket Pujomart Samigaluh Kulonprogo Yogyakarta menyatakan ada pengaruh

harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 40,6% ($r^2=0,406$) dengan besaran sampel 91 responden. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan hasil penelitian kami menyimpulkan ada pengaruh kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap kepuasan agen sebesar 65,8% ($r^2= 65,8\%$) dengan besaran responden 60 orang. Kesimpulan dari penelitian kami adalah ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap kepuasan agen.

5. KESIMPULAN dan SARAN

5.1. KESIMPULAN

variable Kualitas Pelayanan berpengaruh 31,2% terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan variable Saluran Distribusi berpengaruh 59,9% terhadap Kepuasan Pelanggan. artinya pengaruh saluran distribusi $>$ kualitas pelayanan ($59,9\% > 31,2\%$). Sementara hasil uji determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi berpengaruh sebesar 0,658 (65,8%), dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hasil uji F dan uji t juga menunjukkan variabel X_1 dan X_2 (kualitas pelayanan dan saluran distribusi) berpengaruh serentak terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} >$ F_{tabel} , begitu juga $t_{hitung} >$ t_{tabel} .

5.2. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa saran yang perlu ditindak lanjuti berikut ini :

1. Berdasarkan hasil Uji Regresi Berganda Kualitas Pelayanan dari admin Sancu Creative

Indonesia perlu di tingkatkan lagi, sebab dengan Kualitas Pelayanan yang maksimal maka akan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, misalnya admin dapat merespond dengan cepat, dapat menyelesaikan masalah (problem solving), dapat menguasai produk dan menjadi pendengar yang baik dan mampu berkomunikasi baik dengan agen.

2. Karena dari hasil penelitian secara keseluruhan Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap Kepuasan Pelanggan, maka umumnya pada Saluran Distribusi harus selalu dipertahankan dan terus meningkatkan agar Kepuasan Pelanggan selalu tercapai yaitu seperti melakukan kerjasama yang baik dengan ekspedisi, melakukan komunikasi dengan baik, menyediakan persediaan fasilitas produk yang lengkap dan stok yang selalu tersedia.

3. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variable independen lainnya selain Kualitas Pelayanan dan Saluran Distribusi yang tentunya dapat mempengaruhi variable dependen Kepuasan Pelanggan agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain diluar

penelitian ini yang mungkin mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. Metodologi penelitian. Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Setyani. 2016. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Minimarket Pujomart Samigaluh KulonProgo Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Respati Indonesia.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy . 2015. Strategi Pemasaran, Edisi keempat. Yogyakarta: CV. Andi Offset