

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KETEPATAN WAKTU PENGIRIMAN DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. NSA BATAM

Prastiti Maharani HR¹, Nurmayunita², Rahman Syahputra³

Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia¹

Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia²

Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia³

E-mail: prastitimaharanihr@gmail.com¹

Abstract: *This research aims to examine the influence of product quality, on time delivery, and after sales service on customer satisfaction at PT. NSA (PT. Niagapratama Sukses Abadi), a company engaged in the distribution of Tiga Roda Cement building materials in the Batam area and its surroundings. A quantitative approach is employed, with data collected through an online questionnaire based on Google Forms distributed to 72 customers. The analysis is performed using multiple linear regression also the coefficient of determination test in SPSS version 25. Findings indicate that after sales service exerts a positive and significant partial influence on customer satisfaction, whereas product quality and on time delivery are not found to have a significant partial effect. Simultaneously, product quality, on time delivery, and after sales service collectively have a positive effect on customer satisfaction.*

Keywords: *Product Quality; On-time Delivery; After-sales Service; Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada PT. NSA atau PT. Niagapratama Sukses Abadi, perusahaan yang bergerak di bidang distribusi bahan bangunan Semen Tiga Roda di wilayah Batam dan sekitarnya. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner daring berbasis Google Form yang disebarakan kepada 72 pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan purna jual memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial. Secara simultan, kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan layanan purna jual berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Produk; Ketepatan Waktu Pengiriman; Layanan Purna Jual; Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Persaingan industri distribusi semen di Indonesia semakin kompleks seiring dengan pertumbuhan pesat sektor pembangunan infrastruktur. PT. Niagapratama Sukses Abadi atau PT. NSA sebagai distributor produk Semen Tiga Roda, harus menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan pangsa pasarnya. Kualitas produk adalah aspek penting yang berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Pada bidang distributor semen, produk yang berkualitas tinggi tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan konstruksi yang semakin beragam. Menurut Pamelia & Sudarwanto (2022) dalam Purba *et al.*, (2023), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan kinerja atau hasil yang sesuai dengan harapan, bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Menurut Tjiptono & Diana (2018) dalam Mahira *et al.*, (2021), ketika suatu perusahaan menghadirkan produk dengan kualitas yang lebih rendah dibanding harapan, pelanggan cenderung tidak puas. Di sisi lain, apabila produk yang ditawarkan sejalan atau melebihi harapan, pelanggan merasakan kepuasan. Kualitas tidak hanya berkaitan dengan performa produk, tetapi turut mencakup aspek lainnya yang berkaitan dengan pengalaman pengguna atau pelanggan.

Pengiriman produk yang efisien turut menjadi pilar penting dalam strategi distribusi. Dalam industri ini, ketepatan waktu dalam pengiriman produk sangat penting. Keterlambatan dalam pengiriman dapat berdampak serius pada kegiatan penjualan toko, proyek konstruksi, serta dapat merugikan reputasi perusahaan. Keterlambatan dalam pengiriman dapat mengakibatkan konsekuensi yang serius bagi pelanggan terutama para kontraktor, serta mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap distributor. Menurut Soemohadiwidjojo (2018) dalam Lutfi'ah (2024), ketepatan waktu pengiriman terjadi ketika pesanan dikirim secara lengkap dan tepat sesuai dengan tanggal yang telah disepakati antara toko dan pelanggan, atau bahkan lebih awal dari tanggal yang disepakati. Ketika sebuah perusahaan dapat memenuhi janjinya untuk mengirimkan produk sesuai jadwal, hal ini tidak hanya menciptakan kepuasan pada pelanggan, tetapi turut membangun kepercayaan.

Layanan purna jual yang baik turut memberikan kontribusi penting dalam membangun hubungan yang kuat antara distributor dengan pelanggan. Layanan purna jual tidak hanya mencakup dukungan teknis setelah pembelian, tetapi turut melibatkan interaksi berkelanjutan dengan pelanggan guna memastikan bahwa mereka mendapatkan manfaat yang maksimal dari produk yang telah mereka beli. Menurut Swastha & Handoko dalam Kurniawan (2021), layanan purna jual merupakan rangkaian aktivitas penunjang yang diberikan penjual pasca penjualan, yang mencakup jaminan garansi, perbaikan produk, pelatihan penggunaan bagi tenaga profesional, dan pengantaran barang hingga ke lokasi pelanggan. Menurut Alaydrus, A. & Latoki, L. (2020) dalam Prakoso *et al.*, (2025) perusahaan memberikan layanan purna jual kepada pelanggan sebagai bentuk dukungan setelah pelanggan menyelesaikan pembelian, dalam jangka waktu tertentu. Tujuan utama dari layanan purna jual adalah untuk menjaga kepuasan pelanggan, memperkuat hubungan jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan, serta memberikan nilai tambah untuk produk yang telah mereka beli.

Kepuasan pelanggan adalah sebuah parameter yang menunjukkan seberapa memuaskannya pengalaman dalam menggunakan sebuah produk dan membandingkannya dengan tingkat harapan yang diinginkan pengguna. Hal ini berhubungan dengan harapan yang dirasakan oleh pelanggan sebelum mereka membeli serta merasakan produk yang disediakan oleh penyedia. Menurut Kotler dan Keller (2018) dalam Sasongko (2021), kepuasan merupakan evaluasi objektif berupa rasa senang atau kecewa yang terbentuk setelah membandingkan hasil pengalaman penggunaan produk dengan standar yang diharapkan. Menurut Lupiyoadi (2016) dalam S. Rahayu & Syafe'i (2022), faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam mengukur kepuasan pelanggan ada lima, yaitu kualitas produk, kualitas layanan, tingkat harga, biaya yang dikeluarkan, serta aspek emosional. Lebih dari sekedar memengaruhi interaksi jangka pendek, kepuasan pelanggan berkontribusi terhadap pembentukan loyalitas dan relasi jangka panjang antara pelanggan dan perusahaan.

Penelitian sebelumnya yang menjadi referensi perbandingan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian Josua Kawidiharja dan Abdullah Rakhman (2024) berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Panelindo Graha Nusantara". Penelitian membuktikan bahwa kualitas produk, kualitas layanan, dan ketepatan waktu pengiriman berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Penelitian Wirdianto Abdul Jabar *et al.*, (2021) berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana". Penelitian membuktikan bahwa kualitas produk juga layanan purna jual secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan layanan purna jual terhadap kepuasan pelanggan pada distributor Semen Tiga Roda di PT. Niagapratama Sukses Abadi, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, terkhusus dalam konteks distribusi produk semen. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian berikutnya yang mengangkat topik serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, yakni metode penelitian yang menekankan pada pengumpulan serta analisis data yang bersifat numerik. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner daring berbasis Google Form. Populasi dalam penelitian yaitu pelanggan distributor Semen Tiga Roda di PT. Niagapratama Sukses Abadi yang berjumlah 262 pelanggan

aktif selama tahun 2025. Dalam penelitian ini. Besar sampel ditentukan dengan menerapkan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%, sehingga didapatlah sampel pada penelitian ini berjumlah 72 pelanggan. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik *random sampling*, di mana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih dengan tujuan meminimalkan terjadinya bias, sehingga sampel yang dihasilkan dapat mewakili populasi secara adil dan keseluruhan.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diukur dengan Skala Likert, dengan kategori "Sangat Tidak Setuju" pada skor 1, hingga "Sangat Setuju" pada skor 5. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 25. Dilakukan sejumlah uji seperti uji validitas dan reliabilitas, uji regresi linear berganda, hingga uji koefisien determinasi untuk menjamin kualitas instrumen penelitian.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian yang didapatkan dari kuesioner tidak hanya berisi data mengenai variabel-variabel penelitian, tetapi juga memuat informasi identitas responden. Karakteristik responden berdasarkan usia yaitu sebanyak 2,8% berusia di bawah 21 tahun, 38,9% berusia pada rentang 21-35 tahun, 38,9% berusia pada rentang 36-51 tahun, dan 19,4% berusia di atas 51 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, 76,4% responden dengan jenis kelamin laki-laki, sementara 23,6% responden dengan jenis kelamin perempuan. Karakteristik berdasarkan lamanya toko beroperasi, 9,7% responden memiliki toko dengan durasi operasional di bawah 5 tahun, 47,2% responden memiliki toko dengan durasi operasional 6-15 tahun, dan 43,1% responden memiliki toko dengan durasi operasional di atas 15 tahun.

1. Uji Validitas

Berdasarkan jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini, didapatlah nilai r_{tabel} sebesar 0,2319 ($df = N - 2 = 72 - 2 = 70$). Berdasarkan data yang terdapat dalam tabel, diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan kuesioner dinyatakan valid karena memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Keterangan	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil Uji
Kualitas Produk (X ₁)	X1.1	0,833	0,2319	Valid
	X1.2	0,823		
	X1.3	0,808		
	X1.4	0,849		
	X1.5	0,774		
Ketepatan Waktu Pengiriman (X ₂)	X2.1	0,639		
	X2.2	0,739		
	X2.3	0,770		
	X2.4	0,650		
	X2.5	0,605		
Layanan Purna Jual (X ₃)	X3.1	0,632		
	X3.2	0,684		
	X3.3	0,682		
	X3.4	0,699		
	X3.5	0,652		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,650		
	Y.2	0,739		
	Y.3	0,667		
	Y.4	0,752		
	Y.5	0,665		

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrument dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data apabila memiliki kualitas yang baik. Pengujian dilakukan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*, di mana suatu konstruk dinyatakan reliabel jika nilainya lebih besar dari 0,60 dan tidak reliabel jika di bawah 0,60.

Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	5

Ketepatan Waktu Pengiriman

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.713	5

Layanan Purna Jual

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.692	5

Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.733	5

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai *Cronbach's Alpha* pada semua variabel menunjukkan angka lebih besar dari 0,60, dengan rincian sebagai berikut: Kualitas Produk (X_1) bernilai 0,873; Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) bernilai 0,713; Layanan Purna Jual (X_3) bernilai 0,692; dan Kepuasan Pelanggan (Y) bernilai 0,733. Dapat ditarik kesimpulan bahwa untuk uji reliabilitas, seluruh variabel dinyatakan reliabel.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda yang mengukur pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan layanan purna jual terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 2 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,848	2,097		2,789	0,007
	Kualitas Produk (X_1)	0,167	0,098	0,213	1,699	0,094
	Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2)	0,158	0,105	0,172	1,504	0,137
	Layanan Purna Jual (X_3)	0,370	0,126	0,367	2,926	0,005

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Persamaan regresi dari hasil uji regresi linear berganda di atas dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$Y = 5,848 + 0,167X_1 + 0,158X_2 + 0,370X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas yaitu:

- Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 5,848 yang artinya jika terdapat variabel kualitas produk (X_1), ketepatan waktu pengiriman (X_2), dan layanan purna jual (X_3) maka kepuasan pelanggan (Y) semakin meningkat.
- Koefisiensi variabel kualitas produk (X_1) bernilai positif sebesar 0,167, yang artinya setiap peningkatan pada kualitas produk akan berpengaruh pada kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,167.
- Koefisiensi variabel ketepatan waktu pengiriman (X_2) bernilai positif sebesar 0,158, yang artinya setiap peningkatan pada ketepatan waktu pengiriman akan berpengaruh pada kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,158.
- Koefisiensi variabel layanan purna jual (X_3) bernilai positif sebesar 0,370, yang artinya setiap peningkatan pada layanan purna jual akan berpengaruh pada kenaikan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,370.

4. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali (2018:148) dalam Pratiwi (2023) secara umum uji statistik t digunakan untuk menilai sejauh mana pengaruh satu variabel bebas secara terpisah terhadap variasi variabel terikat. Jika nilai Sig. < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hasilnya signifikan. Sebaliknya, apabila nilai Sig. > 0,05 atau nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hasilnya tidak signifikan. Besar t_{tabel} dalam penelitian ini yaitu 1,995. Berikut tabel hasil uji t dalam penelitian ini.

Tabel 3 Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,848	2,097		2,789	0,007
	Kualitas Produk (X_1)	0,167	0,098	0,213	1,699	0,094
	Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2)	0,158	0,105	0,172	1,504	0,137
	Layanan Purna Jual (X_3)	0,370	0,126	0,367	2,926	0,005
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Interpretasi dari hasil uji t di atas yaitu sebagai berikut.

- Kualitas Produk (X_1) menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,699 < 1,995$) dan nilai Sig. 0,094 > 0,05 yang berarti H_1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,504 < 1,995$) dan nilai Sig. 0,137 > 0,05 yang berarti H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- Layanan Purna Jual (X_3) menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,926 > 1,995$) dan nilai Sig. 0,005 < 0,05 yang berarti H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa Layanan Purna Jual (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

5. Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali (2018) dalam Pratiwi (2023) uji statistik f pada dasarnya menunjukkan benarkah semua variabel bebas dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Jika nilai Sig < 0,05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika nilai Sig > 0,05 atau $f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya tidak ada pengaruh secara simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Besar f_{tabel} dalam penelitian ini yaitu 3,13. Berikut tabel hasil uji f dalam penelitian ini.

Tabel 4 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,810	3	55,603	16,017	.000 ^b
	Residual	235,065	68	3,472		
	Total	402,875	71			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Layanan Purna Jual, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Produk						

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Uji f (simultan) di atas menunjukkan nilai f_{hitung} (16,017) > f_{tabel} (3,13) dan nilai Sig. 0,000 < 0,05, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk (X_1), ketepatan waktu pengiriman (X_2), dan layanan purna jual (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

6. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen pada model regresi. Berikut disajikan hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini.

Tabel 4 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.583	1.287
a. Predictors: (Constant), Layanan Purna Jual, Ketepatan Waktu Pengiriman, Kualitas Produk				

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan hasil uji, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,583 atau 58,3%. Ini mengindikasikan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Ketepatan Waktu Pengiriman (X_2), dan Layanan Purna Jual (X_3), secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 58,3%. Selebihnya, sebanyak 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang tidak dibahas dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian, secara parsial variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $1,699 < 1,995$, dan nilai Sig. melebihi batas 0,05 yaitu sebesar 0,094. Oleh karena itu, H_1 ditolak dan H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa dalam studi ini kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kondisi ini dapat terjadi karena perbedaan kualitas produk yang dirasakan responden belum cukup kuat untuk langsung memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Ketepatan Waktu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian, secara parsial variabel ketepatan waktu pengiriman memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu $1,504 < 1,995$, dan nilai Sig. melebihi batas 0,05 yaitu sebesar 0,137. Oleh karena itu, H_2 ditolak dan H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa dalam studi ini ketepatan waktu pengiriman tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa faktor lain lebih dominan dalam menciptakan kepuasan pelanggan dibandingkan ketepatan waktu pengiriman.

3. Pengaruh Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian, secara parsial variabel layanan purna jual memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,926 > 1,995$, dan nilai Sig. lebih kecil dari batas $0,05$ yaitu sebesar $0,005$. Oleh karena itu, H_3 diterima dan H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa dalam studi ini layanan purna jual memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa layanan setelah pembelian berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Ketepatan Waktu Pengiriman, dan Layanan Purna Jual terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan, nilai f_{hitung} sebesar $16,017$ lebih besar daripada nilai f_{tabel} . Tingkat signifikansi menunjukkan nilai $0,000$, lebih kecil dari $0,05$. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, ketepatan waktu pengiriman, dan layanan purna jual berpengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyatakan bahwa layanan purna jual terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman tidak memperlihatkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks distributor Semen Tiga Roda PT. NSA, faktor layanan purna jual seperti penanganan keluhan pelanggan, penyediaan dukungan dan informasi teknis lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dibandingkan kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman.

SARAN

Saran yang dapat disampaikan peneliti berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah:

1. Bagi Perusahaan: perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan purna jual, seperti kebijakan garansi, penyediaan aksesori seperti alat atau bahan tambahan untuk mendukung fungsi utama produk, serta penyediaan pelatihan untuk tenaga profesional mengenai cara penggunaan produk dengan benar. Perusahaan juga disarankan untuk melakukan pemantauan kepuasan pelanggan secara berkala melalui survei singkat atau kuesioner, agar temuan penelitian dapat menjadi acuan dalam penyempurnaan kebijakan dan proses layanan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya: Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan, mengingat dalam penelitian ini hanya layanan purna jual yang berpengaruh secara signifikan secara parsial. Variabel lain seperti kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman dapat diteliti lebih lanjut dengan menambahkan dimensi yang berbeda, misalnya jenis industri, segmentasi pelanggan, atau menggabungkannya dengan faktor harga, kemudahan layanan, dan citra merek untuk melihat pengaruh gabungan (uji regresi berganda) terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Jabar, W. A., Wibowo, I., & Nopriandi, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Layanan Purna Jual Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Smartphone Merek Xiaomi Di Fakultas Ekonomi Universitas Krisnadwipayana. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(3). <https://doi.org/10.35137/Jmbk.V9i3.600>
- Kawidiharja, J., & Rakhman, A. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Panelindo Graha Nusantara*. 15(September).
- Kurniawan, B. (2021). *Hubungan & Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Indihome Dari Pt. Telkom Indonesia Di Kota Semarang*. 13.
- Lutfi'ah. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Loyalitas

Pelanggan Pada Pt. Langsung Ingin Maju Jakarta. In *Jurnal Cakrawala Akademika* (Vol. 1, Issue 3). <https://doi.org/10.70182/jca.v1i3.19>

Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1267–1283.

Prakoso, B. S. B., Dhany, U. R., & Nafis, R. W. (2025). Pengaruh Ekuitas Merek , Layanan Purna Jual , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Dealer Cv . Dunia Motor Jaya Kota Probolinggo. 24(2), 153–160.

Pratiwi, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bintang Grosir Kota Semarang.

Purba, M., Nasution, A. P., & Harahap, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Remik*, 7(2), 1091–1107. <https://doi.org/10.33395/remik.v7i2.12268>

Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya*, 5(2), 2192–2107. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.808>

Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.