# BAB V
# KESIMPULAN DAN SARAN

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pelanggan PT Kapedi Samudera Jaya Surabaya, diperoleh kesimpulan berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang tepat waktu, andal, informatif, dan responsif membantu pelanggan memperoleh pengalaman yang sesuai dengan harapannya.

2. Distribusi barang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ketepatan waktu, jumlah, kondisi barang, sistem transportasi, dan informasi pengiriman menentukan penilaian pelanggan terhadap proses penyaluran.

3. Kualitas layanan dan distribusi barang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan terbentuk dari keterpaduan interaksi pelayanan dan realisasi pengiriman yang diterima pelanggan.

## 5.2 Implikasi

Secara teoretis, temuan penelitian memperkuat penjelasan SERVQUAL, *Logistics Service Quality*, teori distribusi fisik, dan *Expectation-Disconfirmation Theory* bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari kesesuaian antara harapan dengan kualitas interaksi serta hasil penyaluran barang.

Secara manajerial, perusahaan perlu memperlakukan pelayanan dan distribusi sebagai satu rangkaian proses. Perbaikan komunikasi tidak akan optimal tanpa pemeriksaan pesanan dan pengiriman yang akurat, sedangkan distribusi yang tepat tetap memerlukan informasi yang jelas dan respons petugas yang baik.

## 5.3 Saran

### 5.3.1 Bagi PT Kapedi Samudera Jaya Surabaya

Perusahaan perlu memperkuat pemeriksaan pesanan sebelum pemuatan dengan mencocokkan jenis, spesifikasi, dan jumlah barang terhadap nota atau dokumen pengiriman. Rekomendasi ini mengikuti temuan bahwa ketepatan

pesanan merupakan indikator X1 terendah dan ketepatan jumlah merupakan indikator X2 terendah.

Ketepatan jadwal perlu dipertahankan, disertai penyampaian perubahan waktu dan status kiriman secara konsisten. Setelah barang diterima, perusahaan dapat melakukan tindak lanjut seperlunya untuk mengetahui kendala pelanggan. Langkah ini relevan karena niat menggunakan kembali menjadi indikator kepuasan dengan nilai paling rendah.

### 5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat memasukkan harga, ketersediaan produk, kepercayaan, nilai pelanggan, atau loyalitas untuk menelaah 33,4% variasi yang belum diterangkan. Perbandingan pada wilayah dan jenis pelanggan lain juga diperlukan. Identitas responden sebaiknya tetap dilindungi dengan menggunakan kode yang hanya dicocokkan secara internal dengan riwayat transaksi.

### 5.3.3 Bagi Akademisi

Temuan ini dapat menjadi bahan pembanding dalam kajian pemasaran dan logistik pada distributor bahan bangunan. Pengembangan berikutnya dapat memakai karakter responden, lokasi, atau metode analisis yang berbeda untuk menguji konsistensi hubungan antarvariabel.