

Analisis Pengaruh Persediaan (Inventory) dan Leadtime Delivery Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Aisan Nasmoco Industri

Muhammad Alfin Ilham¹, Niantoro Sutrisno^{2*}, Dadang Surya Kencana³

^{1,2,3}Business International Administration, Politeknik LP3I, Jakarta, Indonesia
torrosoet@gmail.com

Abstract

Purpose of this research to know the influence of inventory and delivery lead times against customers satisfaction at PT Aisan Nasmoco Industry, Bekasi Regency. This research approach is quantitative, namely a systematic, measurable and objective research method, focusing on collecting and analyzing data in the form of numbers (numerics) to test hypotheses, find relationships between variables, or describe certain patterns using statistics. The results of this study show that inventory influential significant to satisfaction customer t value = 2.092 and sig = 0.043. Lead time delivery has more influence than strong t - value = 4.741 and sig = 0.000. In general simultaneous, variables influential significant to satisfaction customers with sig value = 0.000. Coefficient value determination (R^2) of 79.10% shows the contribution of inventory and delivery lead times against satisfaction customers, whereas 20.90% is influenced by other factors. Sugestion for the company to increase accuracy in planning inventory and speeding up the delivery process to maintain a level of satisfaction for optimal customers.

Keywords : Inventory, Satisfaction Customers , Leadtime Delivery

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persediaan dan waktu tunggu pengiriman (*delivery lead time*) terhadap kepuasan pelanggan di PT Aisan Nasmoco Industry, Kabupaten Bekasi. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, yaitu metode penelitian yang sistematis, terukur, dan objektif, yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berupa angka (numerik) untuk menguji hipotesis, menemukan hubungan antarvariabel, atau mendeskripsikan pola tertentu menggunakan statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persediaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t = 2,092$ dan $\text{sig} = 0,043$. Waktu tunggu pengiriman memiliki pengaruh yang lebih kuat dengan nilai $t = 4,741$ dan $\text{sig} = 0,000$. Secara simultan, variabel-variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $\text{sig} = 0,000$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,10% menunjukkan kontribusi persediaan dan waktu tunggu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 20,90% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Saran bagi perusahaan adalah untuk meningkatkan akurasi dalam perencanaan persediaan dan mempercepat proses pengiriman guna menjaga tingkat kepuasan pelanggan yang optimal.

Kata Kunci: Persediaan, Waktu Tunggu Pengiriman, Kepuasan Pelanggan,

Copyright (c) 2026 Muhammad Alfin Ilham, Niantoro Sutrisno, Dadang Surya Kencana

✉Corresponding author: Muhammad Alfin Ilham

Email Address: torrosoet@gmail.com (Business International Administration, Politeknik LP3I, Jakarta, Indonesia)

Received 25 July 2026, Accepted 30 July 2026, Published 5 August 2026

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan industri, perusahaan manufaktur dituntut untuk terus meningkatkan kinerja operasional dan kualitas layanan guna mempertahankan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan bisnis. Perkembangan pesat industri otomotif telah meningkatkan ekspektasi pelanggan terkait ketersediaan produk, ketepatan pengiriman, dan keandalan layanan. Perusahaan yang gagal memenuhi permintaan pelanggan secara efektif dapat mengalami penurunan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu indikator terpenting dalam mengukur keberhasilan dan daya saing perusahaan di sektor manufaktur.

Kepuasan pelanggan sangat berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan dalam hal kualitas produk, kinerja pengiriman, dan efisiensi layanan. Pelanggan yang puas lebih cenderung mempertahankan hubungan bisnis jangka panjang dan memberikan evaluasi positif terhadap perusahaan. Di sisi lain, ketidakpuasan yang disebabkan oleh keterlambatan pengiriman, ketersediaan stok yang tidak mencukupi, atau kualitas layanan yang buruk dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan dan keberlangsungan operasionalnya. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, terutama faktor operasional yang secara langsung berkaitan dengan kinerja rantai pasokan dan logistik.

Salah satu faktor operasional penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah manajemen persediaan. Persediaan memainkan peran penting dalam mendukung aktivitas produksi dan memastikan pemenuhan permintaan pelanggan yang lancar. Manajemen persediaan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan tingkat stok yang memadai, meminimalkan kekurangan, dan menghindari biaya persediaan yang berlebihan. Di perusahaan manufaktur, ketersediaan persediaan sangat penting karena kekurangan bahan baku atau barang jadi dapat mengganggu proses produksi dan menunda pengiriman produk kepada pelanggan. Sebaliknya, persediaan yang berlebihan dapat meningkatkan biaya penyimpanan dan mengurangi efisiensi operasional. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan untuk menerapkan sistem pengendalian persediaan yang efisien untuk menyeimbangkan ketersediaan stok dengan permintaan pelanggan.

Manajemen persediaan juga berkontribusi pada kemampuan perusahaan untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar dan pesanan pelanggan. Pelanggan mengharapkan produk tersedia kapan pun dibutuhkan, dan kegagalan menyediakan produk tepat waktu dapat mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, perusahaan dengan sistem manajemen persediaan yang kuat cenderung mencapai kinerja operasional yang lebih baik dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Akibatnya, persediaan telah menjadi salah satu variabel penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri manufaktur.

Faktor penting lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan adalah waktu tunggu pengiriman. Waktu tunggu pengiriman mengacu pada periode yang dibutuhkan dari penerimaan pesanan pelanggan hingga produk dikirimkan kepada pelanggan. Kinerja pengiriman telah menjadi perhatian utama bagi pelanggan karena pengiriman tepat waktu mencerminkan keandalan dan profesionalisme perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk dikirimkan secara akurat, aman, dan sesuai jadwal yang disepakati. Keterlambatan pengiriman dapat mengganggu operasional pelanggan, meningkatkan biaya operasional, dan menimbulkan ketidakpuasan di antara pelanggan.

Dalam industri manufaktur, waktu tunggu pengiriman dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk penjadwalan produksi, ketersediaan persediaan, sistem transportasi, kinerja pemasok, dan manajemen gudang. Perusahaan dengan manajemen pengiriman yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat hubungan pelanggan jangka panjang. Sebaliknya, sistem pengiriman yang tidak efisien dapat mengakibatkan keluhan pelanggan dan penurunan loyalitas

pelanggan. Oleh karena itu, waktu tunggu pengiriman dianggap sebagai penentu penting kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

PT Aisan Nasmoco Industry, sebagai perusahaan manufaktur yang beroperasi di industri komponen otomotif, menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga ketersediaan persediaan dan memastikan pengiriman produk tepat waktu kepada pelanggan. Perusahaan diharapkan memberikan kinerja operasional yang sangat baik untuk memenuhi harapan pelanggan dan tetap kompetitif di pasar otomotif. Namun, dalam praktiknya, beberapa masalah operasional masih dapat terjadi, seperti kekurangan persediaan, fluktuasi tingkat stok, keterlambatan jadwal pengiriman, dan gangguan dalam aktivitas rantai pasokan. Masalah-masalah ini dapat memengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif.

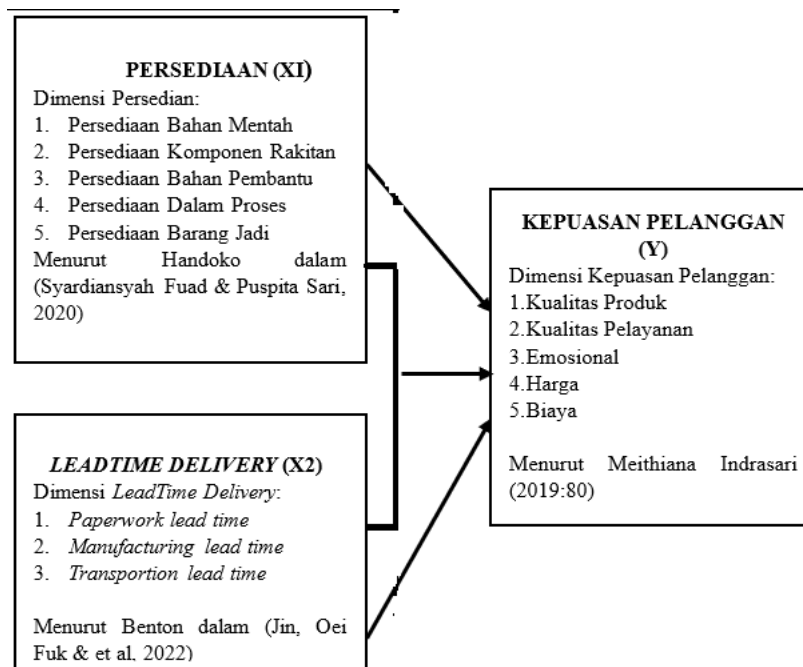
Hubungan antara manajemen persediaan, waktu tunggu pengiriman, dan kepuasan pelanggan sangat penting bagi PT Aisan. Industri Nasmoco karena kepuasan pelanggan secara langsung memengaruhi kelangsungan bisnis dan keunggulan kompetitif perusahaan. Pengendalian persediaan yang tepat memungkinkan perusahaan untuk menjaga ketersediaan produk dan meminimalkan gangguan produksi, sementara pengiriman dengan waktu tunggu yang efisien memastikan bahwa pelanggan menerima produk sesuai dengan jadwal yang disepakati. Kedua variabel tersebut diyakini memiliki kontribusi signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa manajemen persediaan dan kinerja pengiriman secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Sistem persediaan yang efektif dapat meningkatkan keandalan layanan dan mengurangi masalah pemenuhan pesanan, sementara pengiriman tepat waktu meningkatkan persepsi pelanggan mengenai kinerja perusahaan. Namun demikian, pengaruh persediaan dan waktu tunggu pengiriman terhadap kepuasan pelanggan dapat bervariasi tergantung pada karakteristik operasional dan sistem manajemen yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menganalisis hubungan ini secara khusus dalam konteks PT Aisan. Industri Nasmoco.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian (*Explanatory Research*) atau Deskriptif Kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi adalah customer sejumlah 41 yang sekaligus dijadikan sample atau sample jenuh. Sedangkan teknik pengumpulan data dengan menggunakan literatur seperti jurnal, buku, catatan, majalah dan sebagainya yang relevan dengan penelitian dan observasi, dengan cara mengamati subyek yang diteliti. Adapun Variabel dalam penelitian ini terdiri Persediaan, Lead Time Delivery dan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk penelitian penjelasan (*explanatory research*), yang akan menjelaskan hubungan kausal dengan desain gambar pendekatan penelitian kuantitatif :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis:

1. Hipotesis (X1) terhadap (Y)

H01: Tidak terdapat pengaruh positif signifikan X1 terhadap Y

Ha1: Terdapat pengaruh positif signifikan X1 terhadap Y

2. Hipotesis (X2) terhadap (Y)

H02: Tidak terdapat pengaruh positif signifikan X2 terhadap Y

Ha2: Terdapat pengaruh positif signifikan X2 terhadap Y

3. Hipotesis (X1) dan (X2) terhadap (Y)

Ho3: tidak terdapat pengaruh positif signifikan X1 dan X2 terhadap Y.

HASIL DAN DISKUSI

Pengujian Instrumen

Sebelum penelitian dilakukan, instrumen tersebut telah diuji terlebih dahulu. Berdasarkan hasil pengujian instrumen dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner yang digunakan untuk mengukur Persediaan (X1), Waktu Tunggu Pengiriman (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) valid dan reliabel. Uji validitas menunjukkan bahwa semua indikator untuk ketiga variabel tersebut memiliki nilai r-hitung lebih tinggi dari nilai r-tabel (0,308), yang menunjukkan bahwa semua item valid dalam mengukur variabel yang dimaksud. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk Persediaan (0,913), Waktu Tunggu Pengiriman (0,858), dan Kepuasan Pelanggan (0,912) semuanya di atas ambang batas minimum 0,60, yang berarti bahwa semua instrumen sangat reliabel dan konsisten. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini tepat, konsisten, dan sesuai untuk analisis data lebih lanjut.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan ringkasan skor inventory, variabel Inventory di PT Aisan Nasmoco Industri dikategorikan sebagai “Sangat Tinggi” dengan total skor 3.878 dan skor rata-rata 177. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan manajemen persediaan yang efektif dalam menjaga ketersediaan bahan baku, proses produksi, pengendalian stok, dan barang jadi untuk mendukung kebutuhan pelanggan. Skor tertinggi diperoleh dari sistem garansi penggantian produk perusahaan, menunjukkan komitmen layanan pelanggan yang kuat, sementara skor terendah terkait ketersediaan bahan pendukung masih berada dalam kategori “Tinggi”. Secara keseluruhan, pelanggan menilai bahwa perusahaan telah berhasil mengelola sistem persediaannya secara efisien dan konsisten dalam mendukung kinerja operasional dan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan ringkasan skor Lead Time Delivery, variabel Lead Time Delivery di PT Aisan Nasmoco Industri dikategorikan sebagai “Tinggi” dengan total skor 2.069 dan skor rata-rata 173. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan secara umum telah menerapkan manajemen waktu tunggu pengiriman yang efektif, khususnya dalam menangani jadwal produksi, proses transportasi, dan persyaratan pengiriman pelanggan. Skor tertinggi diperoleh pada pernyataan mengenai kemampuan perusahaan untuk mengirimkan produk sesuai dengan siklus waktu pelanggan, yang mencerminkan kinerja pengiriman yang kuat dan keandalan operasional. Sementara itu, skor terendah terkait dengan daya tanggap dalam menangani perubahan dokumen dan kekurangan produksi, meskipun kedua indikator tersebut masih berada dalam kategori “Tinggi”. Secara keseluruhan, pelanggan menilai bahwa perusahaan telah mempertahankan kinerja waktu tunggu pengiriman yang baik dalam mendukung layanan pelanggan yang tepat waktu dan andal.

Berdasarkan ringkasan skor Kepuasan Pelanggan, variabel Kepuasan Pelanggan di PT Aisan Nasmoco Industri dikategorikan sebagai “Tinggi” dengan total skor 3.468 dan skor rata-rata 174. Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan secara umum puas dengan produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, khususnya dalam hal kepuasan emosional, kualitas layanan, dan efisiensi transaksi. Skor tertinggi diperoleh dari pernyataan mengenai keinginan pelanggan untuk membeli kembali produk perusahaan, yang mencerminkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan yang kuat terhadap layanan perusahaan. Sementara itu, skor terendah terkait kesesuaian kuantitas produk masih berada dalam kategori “Tinggi”, menunjukkan bahwa pelanggan secara umum menilai kinerja perusahaan secara positif. Secara keseluruhan, perusahaan telah berhasil mempertahankan kepuasan pelanggan melalui produk berkualitas, layanan profesional, penetapan harga yang transparan, dan bisnis yang efisien.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan analisis regresi linier berganda. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi tersebut sesuai dan akurat untuk analisis.

Uji normalitas menggunakan metode Shapiro-Wilk menunjukkan bahwa semua variabel terdistribusi normal karena nilai signifikansi Inventory (0,344), Waktu Tunggu Pengiriman (0,137), dan Kepuasan Pelanggan (0,060) lebih besar dari 0,05.

Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk kedua variabel independen adalah 0,285 ($> 0,10$) dan nilai VIF adalah 3,509 (< 10). Ini menunjukkan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antara variabel independen.

Uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot dan uji Glejser juga menunjukkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Nilai signifikansi Inventory (0,543) dan Waktu Tunggu Pengiriman (0,199) lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi stabil dan dapat diandalkan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut:

Persamaan regresi menunjukkan bahwa baik Persediaan maupun Waktu Tunggu Pengiriman memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Jika Persediaan meningkat satu poin, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,295 poin. Sementara itu, jika Waktu Tunggu Pengiriman meningkat satu poin, Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 1,101 poin. Ini menunjukkan bahwa Waktu Tunggu Pengiriman memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Kepuasan Pelanggan daripada Persediaan. Persamaannya sebagai berikut:

$$Y = 1.125 + 0.295X_1 + 1.101X_2$$

Pengujian Hipotesis

1. Uji Parsial (uji-t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa Persediaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai signifikansi 0,043 ($< 0,05$) dan t-hitung 2,092 lebih besar dari t-tabel.

Waktu Tunggu Pengiriman juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t-hitung 4,741 lebih besar dari nilai t-tabel. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut sebagian memengaruhi Kepuasan Pelanggan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa Persediaan dan Waktu Tunggu Pengiriman secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai signifikansinya adalah 0,000 ($< 0,05$) dan nilai F-hitung sebesar 76,542 lebih besar dari nilai F-tabel sebesar 3,24. Ini berarti bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama secara signifikan memengaruhi Kepuasan Pelanggan di PT Aisan.

Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai korelasi (R) adalah 0,895, yang mengindikasikan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan Kepuasan Pelanggan.

Nilai Adjusted R Square adalah 0,791, yang berarti bahwa Persediaan dan Waktu Tunggu Pengiriman menjelaskan 79,1% dari Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai pengaruh Persediaan dan Waktu Tunggu Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Aisan Nasmoco Dari segi industri , beberapa kesimpulan dapat ditarik.

Pertama, penelitian ini menemukan bahwa Persediaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai kontribusi Persediaan adalah 0,291 atau 29,1%, menunjukkan bahwa Persediaan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa manajemen persediaan yang lebih baik mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus terus meningkatkan perencanaan persediaan, memastikan kualitas produk, dan memperkuat kemampuan sumber daya manusia untuk menjaga kelancaran proses produksi dan layanan. Manajemen persediaan yang efektif berfungsi sebagai fondasi penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten.

Kedua, Waktu Pengiriman juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai koefisien 1,101. Ini menunjukkan bahwa kecepatan dan ketepatan pengiriman sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin cepat dan andal proses pengiriman, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan didorong untuk terus meningkatkan kinerja pengirimannya dengan mengurangi keterlambatan dan memastikan distribusi produk tepat waktu kepada pelanggan. Meningkatkan waktu pengiriman akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan dan daya saing perusahaan dalam jangka panjang.

Ketiga, studi ini menunjukkan bahwa Persediaan dan Waktu Tunggu Pengiriman secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan kontribusi sebesar 79,1%. Kedua variabel ini saling melengkapi, di mana Persediaan memastikan ketersediaan produk, sementara Waktu Tunggu Pengiriman memastikan pengiriman tepat waktu kepada pelanggan. Bersama-sama, keduanya memainkan peran utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen harus secara konsisten menjaga ketersediaan persediaan dan kinerja pengiriman untuk mencapai dan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi.

Secara keseluruhan, studi ini menegaskan bahwa baik Inventory maupun Waktu Tunggu Pengiriman merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dan keduanya harus dikelola secara efektif dan terintegrasi untuk mendukung keberhasilan operasional dan loyalitas pelanggan di PT Aisan. Nasmoco Industri.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, termasuk karyawan PT Nasmoco Industry dan pelanggan Nasmoco Industry, atas kesediaan mereka untuk mengisi kuesioner dan memberikan tanggapan yang jujur dan berharga. Kontribusi mereka sangat penting untuk penyelesaian penelitian ini. Terakhir, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, secara langsung maupun

tidak langsung, dalam penyelesaian penelitian ini. Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan akademis dan dapat memberikan manfaat praktis bagi perusahaan, terutama dalam meningkatkan manajemen persediaan, waktu pengiriman, dan kepuasan pelanggan di masa mendatang.

REFERENSI

- Ahmad, Abdurahman. Badrus Soleh. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Dengan Metode Eoq Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dodik Bakery. *Jurnal Riset Akuntansi Terpadu Vol.12 No.1*, 99.
- Altekar, R. V. (2023). *Supply Chain Management*. Delhi: Phi Learning.
- Ardiansyah.Et.Al. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatifju. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3.
- Bandyopadhyay, S. (2020). *Production And Operations Analysis (Traditional, Lates, And Smart Views)*. New York: Taylor & Francis Group.
- Chatra, M Afdal. Et.Al. (2023). *Manajemen Rantai Pasok*. Jambi: Pt Sonpedia Publishing Indonesia.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss*. Dki Jakarta: Guepedia.
- Efendi, B. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Paket Data Internet Kartu Xl Prabayar. *Digital Financial Accounting Managemen Economics Journal*.
- Effiyaldi, Johni Paul Karolus & Et.Al. (2022). Enerapan Uji Multikolinieritas Dalam Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Eunike, Agustina. Et.Al. (2021). *Perencanaan Produksi Dan Pengendalian Persediaan*. Malang: Ub Press.
- Fauzi, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Dampak Persediaan Barang Dalam Proses Terhadap Pehitungan Biaya Proses: Persediaan Barang Perusahaan, Kalkulasi Biaya Pesanan Dan Pemakaian Bahan Baku (Literature Review Akuntansi Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum. Humaniora Dan Politik*.
- Ferawati. Et.Al. (2020). Analisis Pengaruh Persediaan Barang Dan Penjualan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Kasus Cv Davin Jaya Karimun). *Jurnal Cafetaria Vol. 1 No.2*, 35.
- Gani, Ruslan Abdul. Tedi Purbangkara. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan Jasmani*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatid, Kualitatif Dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jin, Oei Fuk. Lolom Evalita Hutabarat. Andri. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Waktu Tunggu Pengadaan Material Beton Pada Beberapa Proyek Di Jakarta. *Jurnal Rekayasa Teknik Sipil Dan Lingkungan*.
- Kodrat, K. F. (2024). *Manajemen Rantai Pasok*. Sumatera Barat: Cv. Azka Pustaka.

- Kustiningsih, Nanik. Ali Farhan. (2022). *Manajemen Keuangan. Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan*. Sidoarjo: Cv Globalcare.
- Listiani, Anggy. Sulistya Dewi Yuningsih. (2019). Analisis Pengelolaan Persediaan Barang Dagang Untuk Mengoptimalkan Laba. *Jurnal Peta Vol. 4 No. 1*, 98-99.
- Mufarikkoh, Z. (2020). *Statistika Pendidikan*. Surabaya: Cv. Jakad Media Publishing.
- Nasirly, Riri. Lena Magdalena. (2024). *Buku Ajar Supply Chain Managemen*. Jakarta: Pt Sonpedia Publishing Indonesia.
- Novianti, T. I. (2021). *Manajemen Rantai Pasokan (Pengertian Dasar Bagian 1)*. Malang: Media Nusa Creative.
- Nurchahya, W. A. (2024). Penerapan Uji Asumsi Klasik Untuk Mendeteksi Kesalahan Pada Data Sebagai Upaya Menghindari Pelanggaran Pada Asumsi Klasik. *Jurnal Ilmiah Multidisplin*.
- Octaviani, R. D. (2023). *Manajemen Rantai Pasok*. Bandung: Intelektual Manifes Media.
- Permadi, Dodi. Rian Syahariany Syam. Darfial Guslan.Irpan Numang. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan Antar dan Harga Produk Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kantor Pos Jakarta Timur. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Vol. 11, No.2*.
- Ramdhan, M. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dalam Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol 3. Issue 1*, 106.
- Shelash, Sulieman Ibraheem & Warda Fares. (2017). Impact Of Electronic Service Quality On Customers Satisfaction Of Islamic Banks In Jordan. *International Journal Of Academic Research In Accounting, Finance And Management Sciences*.
- Silvia, D. E. (2022). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*.
- Soeltanong, M. B. (2021). Perencanaan Produksi Dan Pengendalian Persediaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan*.
- Syabudi, Muhammad. Elida Elfi Barus. Dana Syahputra Barus. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan: Cv. Merdeka Kreasi Group.
- Syardiansyah. Muhammad Fuad. Puspita Sari. (2020). Analisis Pengendalian Persediaan Produksi Pada Cv. Fanara Abadi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 8 No. 2*, 82-83.
- Waty, Ervina, Annisa Fitri & Et,Al. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Waty, Ervina. Et.Al. (2023). *Metodologi Penelitian Bisnis (Teori & Panduan Praktis Dalam Peneltian Bisnis)*. Jambi: Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Winarno, Agnes Filindawati. Tri Andjarwati. (2019). Pengaruh Keselamatan, Dan Kesehatan Kerja, Lingkungan Kerja, Semangat Kerja, Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt.Maspion I Pada Divisi Maxim Departemen Spray Coating Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Manajemen Vol.4 No.2*.