

PENGARUH HUBUNGAN PERSONAL PENGECEK-PRODUSEN, DUKUNGAN PEMASARAN PRODUSEN DAN KEUNTUNGAN PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN PENGECEK (Studi pada Pengecer Produk PT Coca Cola Amatil Indonesia di Jepara)

Purwo Adi Wibowo

Abstrak

Distribusi yang baik akan mempertahankan tingkat penjualan yang optimal. Hal ini perlu ditunjang oleh pengecer yang menjangkau area pemasaran yang ditargetkan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pengecer yang merupakan replikasi penelitian Biong (1993) dan Liu dan Leach (2001).

Objek penelitian yang dipilih adalah pada pengecer produk minuman produksi PT Coca Cola Amatil Indonesia di wilayah Jepara. Pemilihan pengecer yang sebagai sampel/responden diambil dengan metode random sampling sebanyak 97 orang. Data primer yang digunakan diperoleh dengan kuesioner kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel hubungan personal, dukungan pemasaran dan keuntungan penjualan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengecer baik secara individual maupun secara simultan.

Kata kunci : *relationship marketing, kepuasan pengecer, hubungan personal, dukungan pemasaran dan keuntungan penjualan*

Pendahuluan

Perusahaan yang mengklaim sebagai pemimpin pasar pasti tetap menginginkan agar posisinya aman, yaitu dengan upaya menciptakan suatu keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Salah satu upaya mencapai keunggulan bersaing adalah dengan menciptakan kepuasan penjual produk perusahaan (pengecer). Perubahan paradigma dari orientasi produk ke pelanggan mendorong perusahaan memberikan kepuasan tinggi bagi konsumen dengan cara menyajikan produk yang sesuai kebutuhan dan disukai. Untuk melakukan hal tersebut, salah satu faktor yang perlu dilakukan adalah sistem distribusi yang efisien, tentunya perlu ditunjang oleh pengecer.

Pengecer berperan besar dalam pemasaran produk perusahaan, terutama *convenience product*. Sebaik apapun produk yang dijual, segenyar dan sebesar apapun promosi perusahaan, jika tidak didukung pengecer yang memadai tidak akan bisa menaikkan penjualan. Untuk mempertahankan ketersediaan produk di pasar, produsen perlu menentukan jumlah pengecer yang dapat mendukung pemasaran untuk melayani kebutuhan konsumen. Oleh karena itu produsen perlu memahami faktor-faktor yang berdampak pada kepuasan pengecer.