

BAB 5

SARAN DAN KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan melakukan proses analisis data kuesioner tentang persepsi pelanggan terhadap tingkat kepentingan dan kinerja atribut pelayanan distribusi, loyalitas pelanggan dan *Importance Performance Analysis* atribut pelayanan distribusi dari perusahaan Adi Broiler, dapat disimpulkan :

1. Pelanggan Adi Broiler mempersepsikan dimensi pelayanan distribusi :

Rata-rata netral untuk dimensi *sensible buying*, *timely delivery*, *marketing*, *product inventory-service* dan *people*.

Rata-rata positif untuk dimensi *product inventory-price*, *product inventory-product*, *product inventory* dan *cash flow and credit*.

2. Pelanggan Adi Broiler memiliki loyalitas yang positif terhadap Adi Broiler, diketahui dengan cara :

Skor rata-rata konsumen dalam melakukan pembelian ulang, melakukan pembelian ulang meskipun distributor lain menawarkan harga yang lebih murah, memiliki hubungan jangka panjang dan merekomendasikan kepada teman/sanak saudara/ pihak-pihak yang menanyakan perihal pembelian order tentang broiler lebih tinggi dibandingkan dengan keinginan untuk diam ketika terjadi masalah dan langsung mencari supplier yang lain.

3. Berdasarkan hasil pengolahan dengan regresi linier berganda diketahui bahwa dimensi-dimensi pelayanan distribusi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan dan dapat menjelaskan loyalitas pelanggan 30,3%. Terdapat 2 dimensi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan yaitu *sensible buying* dan *product cash flow and credit*. Kedua dimensi pelayanan distribusi tersebut menjelaskan loyalitas sebesar 32,8%.

4. Berdasarkan perhitungan IPA diketahui bahwa:
 - 6 atribut terletak pada kuadran I yaitu tingkat kepentingan tinggi namun kinerja rendah.
 - 6 atribut terletak pada kuadran II yaitu tingkat kepentingan tinggi dan kinerja tinggi.
 - 4 atribut terletak pada kuadran III yaitu tingkat kepentingan rendah dan kinerja rendah.
 - 6 atribut terletak pada kuadran IV yaitu tingkat kepentingan rendah dan kinerja tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa atribut-atribut pada layanan distribusi oleh Adi Broiler masih banyak yang harus dilakukan perbaikan terlihat pada 6 atribut yang terletak pada kuadran I dan tetap menjaga sesuai porsi atribut-atribut yang ada pada kuadran III serta membuat lebih efisien kembali apa yang ada pada kuadran IV sehingga dapat meminimalisir energi untuk mengerjakan atribut yang ada pada kuadran IV dan mengalihkannya untuk memperbaiki yang ada pada kuadran I.

Dengan rincian mayoritas perbaikan dimulai dari prioritas yang tinggi hingga yang paling rendah :

1. Kemudahan melakukan komplain ketika ketika waktu pengiriman tidak sesuai dengan kesepakatan.
2. Salesman memberikan antisipasi ketika broiler tidak sesuai dengan kesepakatan pelanggan
3. Distributor cepat dan tanggap dalam menanggapi masalah
4. Salesman memberikan pengarahan kepada pelanggan mengenai cara menimbang, memeriksa kesehatan ayam dan cara memajang dagangan
5. Distributor mengirimkan pesanan sesuai dengan waktu yang telah disepakati
6. Kemudahan melakukan komplain ketika bobot ayam yang diterima tidak sesuai dengan pesanan pelanggan
7. Distributor mengirimkan bobot broiler pesanan sesuai dengan pesanan konsumen
8. Distributor menyediakan berbagai jenis bobot broiler
9. Bagian pemasaran berbicara dan bersikap santun saat menawarkan produk

10. Bagian pemasaran jujur dalam menawarkan produk
 11. Distributor memperhatikan kesehatan ayam broiler
 12. Distributor menyediakan bobot broiler yang berbeda dengan yang ada di pasaran
 13. Ukuran broiler tersedia dengan berbagai bobot saat dibutuhkan
 14. Bagian pemasaran memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan
 15. Broiler diterima oleh konsumen dalam keadaan yang baik
 16. Fleksibilitas kebijakan pembayaran
 17. Harga ayam bersaing dengan distributor yang lain
 18. Ketersediaan distributor dalam menerima retur
 19. Kemudahan melakukan retur dengan distributor
 20. Bagian pemasaran menyampaikan harga sesuai dengan kondisi pasar pada hari tersebut
 21. Harga ayam sesuai dengan kualitas
 22. Tenggang waktu penagihan sesuai dengan kesepakatan
5. Berdasarkan hasil perhitungan IPA dan Regresi Linier Berganda didapatkan kesimpulan bahwa atribut yang harus diperhatikan terlebih dahulu yaitu berdasarkan hasil perhitungan IPA karena mengandung urutan prioritas yang sebaiknya dilakukan terlebih dahulu oleh PD. Adi Broiler. Sementara itu untuk hasil perhitungan Regresi Linier Berganda menunjukkan layanan distribusi apa saja yang paling mempengaruhi loyalitas para pelanggan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis menyarankan perusahaan dagang Adi Broiler untuk :

1. Mencari cara dan membuat perubahan untuk di prioritaskan pada atribut-atribut yang masih berada dalam kuadran I karena pada kuadran tersebut tingkat kepentingan menurut pelanggan tinggi namun kinerja layanan dari Adi Broiler masih rendah.
2. Mempertahankan kinerja yang sudah berlangsung karena sudah dipersepsikan positif oleh para pelanggan. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner bagian kinerja dan penilaian dalam IPA yang sudah berada pada kuadran II.
3. Mempertahankan tindakan yang sudah efisien yang ada pada kuadran III.

4. Tidak terlalu memberikan perhatian penuh pada tindakan-tindakan yang ada pada kuadran IV, supaya energi sumber daya yang ada pada perusahaan menjadi lebih efisien.
5. Langkah dari Adi Broiler untuk mengenali karakter para pelanggannya sudah tepat namun sebaiknya dikembangkan sampai dengan tahap pembelian dan sesudah pembelian. Sehingga karakter pelanggan tersebut tidak hanya digunakan sampai dengan tahap penawaran dan penjualan kepada para pelanggan.
6. Melakukan peningkatan kinerja dengan mempertimbangkan hasil IPA sebagai salah satu masukan di dalam menentukan prioritas perbaikan. Dengan urutan perbaikan dimulai dari yang prioritasnya paling tinggi hingga yang paling rendah sebagai berikut :
 - a. Kemudahan melakukan komplain ketika ketika waktu pengiriman tidak sesuai dengan kesepakatan.
 - b. Salesman memberikan antisipasi ketika broiler tidak sesuai dengan kesepakatan pelanggan
 - c. Distributor cepat dan tanggap dalam menanggapi masalah
 - d. Salesman memberikan pengarahan kepada pelanggan mengenai cara menimbang, memeriksa kesehatan ayam dan cara memajang dagangan
 - e. Distributor mengirimkan pesanan sesuai dengan waktu yang telah disepakati
 - f. Kemudahan melakukan komplain ketika bobot ayam yang diterima tidak sesuai dengan pesanan pelanggan
 - g. Distributor mengirimkan bobot broiler pesanan sesuai dengan pesanan konsumen
 - h. Distributor menyediakan berbagai jenis bobot broiler
 - i. Bagian pemasaran berbicara dan bersikap santun saat menawarkan produk
 - j. Bagian pemasaran jujur dalam menawarkan produk
 - k. Distributor memperhatikan kesehatan ayam broiler
 - l. Distributor menyediakan bobot broiler yang berbeda dengan yang ada di pasaran
 - m. Ukuran broiler tersedia dengan berbagai bobot saat dibutuhkan
 - n. Bagian pemasaran memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan

- o. Broiler diterima oleh konsumen dalam keadaan yang baik
 - p. Fleksibilitas kebijakan pembayaran
 - q. Harga ayam bersaing dengan distributor yang lain
 - r. Kesediaan distributor dalam menerima retur
 - s. Kemudahan melakukan retur dengan distributor
 - t. Bagian pemasaran menyampaikan harga sesuai dengan kondisi pasar pada hari tersebut
 - u. Harga ayam sesuai dengan kualitas
 - v. Tenggang waktu penagihan sesuai dengan kesepakatan
7. Memperbaiki dan meningkatkan komunikasi dengan konsumen apalagi ketika sedang terjadi masalah dengan pelanggan di lapangan, lebih baik mengatakan berita yang kurang baik daripada tidak memberikan kabar kepada pelanggan pada saat transaksi mulai dari penawaran, pembelian dan sesudah penjualan.
 8. Memberikan *training and development* kepada seluruh karyawan Adi Broiler untuk bagaimana caranya menghadapi konsumen dan memperlakukan konsumen.
 9. Membuat *Standard Operational Procedure* dari tukang timbang dan kenek untuk sikapnya kepada konsumen
 10. Saling konsultasi dan bertukar informasi tentang cara memeriksa kesehatan ayam, cara menimbang dan cara memajang dagangan agar *end-user* tertarik untuk melakukan pembelian.
 11. Mengkaji untuk pemberian harga khusus pada waktu-waktu tertentu memungkinkan atau tidak untuk di implementasikan.
 12. Berdasarkan hasil perhitungan IPA dan Regresi Linier Berganda peneliti menyarankan memperhatikan terlebih dahulu hasil perhitungan IPA karena mengandung urutan prioritas yang sebaiknya dilakukan terlebih dahulu oleh PD. Adi Broiler. Sementara itu untuk hasil perhitungan Regresi Linier Berganda dapat dijadikan panduan untuk mempertahankan serta meningkatkan layanan distribusi yang sudah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., Kumar, V., & Day, G. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons Ltd
- Armstrong, Gerry and Phillip Kotler. 2011. 10th Edition. *Marketing : An Introduction*. New Jersey : Pearson Education, Inc.
- Assauri, S. 2011. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Lembaga Penerbit FEUI. Jakarta.
- Atina .2010. "Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Menggunakan Metode *Importance Performace Analysis* dan *Potential Gain Customer Value's*". Skripsi. Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Bearden, William.O, Thomas N.Ingram, Raymond W. Laforge. 2004. 4th Edition. *Marketing Principles and Perspectives*. New York : Mcgraw Hill/Irwin
- Budianton, Duwi dan Yola,Melfa. 2013. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk pada Supermarket dengan Menggunakan Metode *Importance Performance Analysis*".*Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol.12, No.12, hlm 301-309. ISSN 2088-4842
- Budiono, Lukman, Fahrizal. 2013. "Persepsi dan Harapan Pengguna terhadap Kualitas Layanan Data pada *Smartphone* di Jakarta *User Perception and Expectation on Smartphone Data Service Quality in Jakarta*". Jakarta: Buletin Pos dan Telekomunikasi.Vol 11 No.2 : 93-108

- Blythe, Jim dan Zimmerman, Allan. 2013. *Business to Business Marketing Management : A Global Perspective*. London : Thomson Learning
- Chopra,S. dan Meindl, P. (2013). *Supply Chain Management : Strategy, Planning and Operation* (5th ed). Essex: Pearson Education
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho. 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- Fandy Tjiptono. 2004. Strategi Pemasaran.Edisi Kedua.Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2013 . Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hult, Pride, Ferrel. 2013. Marketing, 17th Edition. South-Western: Cengage Learning
- Kotler, Phillip dan Gerry Armstrong.2005.*Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*.Edisi 8.Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philip, dan Gerry Armstrong. 2012. 14th Edition. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip .2007. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedua belas. Alih Bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT.Indeks.
- Kurtz, David L,Boone.2010.Principles of Contemporary Marketing. 14th Edition.USA: Cengage Learning
- Michman,D.Ronald dan Sibley,D Stanley . 1974 .2ND Edition . Marketing Channels & Strategies. Columbus,Ohio : Grid Publishing, Inc
- Ong,Oscar,Johan dan Pambudi,Jati. 2014. “Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan *Importance Performance Analysis* Di SBU Laboratory Cibitung PT.Sucofindo (Persero). Jakarta: Jurnal Teknik Industri. Vol IX No 1.
- Ramadhan,Rahmat. 2013. Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Produk *Smartphone* Blackberry (Studi Kasus Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Jurusan Teknik Kimia). Laporan Akhir (Tidak di Publikasikan). Jurusan Administrasi Bisnis Polstri.
- Rangkuti,F, 2003. Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ratih, H. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta
- Saladin, Djaslim. 2006. Manajemen Pemasaran. Edisi Keempat. Bandung : Linda Karya

- Santoso, S. 2000. Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L.G dan L.L Kanuk .2007. 9th Edition. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall International Inc
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2010). *Reserach Methods for Business: A Skill-Building Approach (5th Edition)*. New York: John Wiley and Sons.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2013). *Reserach Methods for Business: A Skill-Building Approach (6th Edition)*. New York: John Wiley and Sons.
- Silalahi, Uber. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama
- Simamora Bilson. 2004. Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama
- Solomon, Michael R. 2011. 9th Edition. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Solomon, Michael R.; Dann, Stephen;Dann, Susan; dan Russel- Bennet, Rebekah. 2007. *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta
- Taroreh, Oktavianus; Jopie Jorie, Rotinsulu dan Wenas,Rudy.2015. “Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Jasa Asuransi Pada Asuransi Jasindo Manado”. Manado: Jurnal EMBA Vol.3 No.3.
- The Council of Supply Chain Management Professionals*. 2013. *Supply Chain Management Process Standard*. United States : *The Council of Supply Chain Management Professionals and Supply Chain Vision*.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran.Edisi 3. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality, & Satisfaction, Edisi 3* Yogyakarta : Andi.
- <http://e-journal.uajy.ac.id/2643/3/2EM16853.pdf> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2017)
- <http://infosiana.net/pengertian-distributor/> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2017)

<http://www.yourarticlelibrary.com/organization/7-different-members-of-the-buying-centre-of-an-organisation/22538/> (diakses pada tanggal 10 Agustus 2017)

<https://www.etalasebisnis.com/glosarium/2192/pengertian-distributor-suplier-agen-reseller-dan-dropshipper.html> (diakses pada tanggal 15 Agustus 2017)

<https://www.pertanianku.com/konstruksi-yang-tepat-untuk-kandang-ayam-broiler/> (diakses pada tanggal 15 Desember 2017)