

***IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA ATRIBUT  
PELAYANAN DISTRIBUSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DISTRIBUTOR PD.ADI BROILER  
(Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota & Kabupaten Cirebon)***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi

**Oleh :**

**Angela Adiati Indah Hapsari  
2012120230**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)  
BANDUNG  
2018**

***IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA ATRIBUT  
PELAYANAN DISTRIBUSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DISTRIBUTOR PD.ADI BROILER  
(Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota & Kabupaten Cirebon)***



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi

**Oleh :**

**Angela Adiati Indah Hapsari  
2012120230**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013)  
BANDUNG  
2018**

**IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS OF DISTRIBUTION  
SERVICE ATTRIBUTES AND THE INFLUENCE OF CUSTOMER'S  
LOYALTY OF DISTRIBUTOR PD.ADI BROILER  
(Study on PD.Adi Broiler customers in city and regency of Cirebon)**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
For Bachelor Degree in Economics

**By:**

**Angela Adiati Indah Hapsari  
2012120230**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY  
FACULTY OF ECONOMICS  
PROGRAM IN MANAGEMENT  
Accredited by BAN-PT No.277/ SK/ BAN-PT/ Ak-XVI/ S/ XI/ 2013)  
BANDUNG  
2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

***IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA ATRIBUT  
PELAYANAN DISTRIBUSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DISTRIBUTOR PD.ADI BROILER  
(Study on PD.Adi Broiler customers in city and regency of Cirebon)***

Oleh:  
Angela Adiati Indah Hapsari  
2012120230

Bandung, Januari 2018  
Ketua Program Sarjana Manajemen,

(Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.)

Pembimbing Skripsi

(Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si)



## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Angela Adiati Indah Hapsari  
Tempat, tanggal lahir : Cirebon, 29 Januari 1994  
No. Pokok Mhs./NPM : 2012120230  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

### JUDUL

**IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS PADA ATRIBUT  
PELAYANAN DISTRIBUSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN DISTRIBUTOR PD.ADI BROILER  
(Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota & Kabupaten Cirebon)**

dengan,

Pembimbing : Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si.

### SAYA MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apapun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak manapun

Pasal 25 Ayat (2) UU.No.20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : Januari 2018

Pembuat pernyataan:

  
  
Angela Adiati Indah Hapsari

## ABSTRAK

Sebagai perusahaan yang telah lama bergerak dalam bidang distribusi Adi Broiler belum pernah melakukan penilaian atas kinerja yang telah lama berjalan selama ini. Penelitian ini dilakukan guna membantu Adi Broiler dalam mengukur persepsi pelanggan tentang kinerja pelayanan distribusi Adi Broiler dan sekaligus memberikan masukan mengenai strategi pengembangan apa saja yang sebaiknya dilakukan. Penulis melakukan penelitian mengenai atribut-atribut pelayanan distributor dengan menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) untuk melengkapi hasil penelitian, data mengenai persepsi pelanggan tentang kinerja pelayanan dikaitkan dengan loyalitas pelanggan Adi Broiler. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana operasional perusahaan yang berjalan telah mampu menciptakan loyalitas dari para pelanggannya.

Dimensi pelayanan distribusi dikembangkan dari teori Bearden, Ingram dan LaForge (2004:354) dimana dimensi tersebut terdiri dari *sensible buying, marketing, physical plant, people, distribution flow, timely delivery, traffic-building promotion, product inventory, cash flow and credit*. Namun menurut Ronal Michman dan Stanley Sibley (1974:237) tentang *limited function merchant wholesalers* yaitu "*Limited-function merchant wholesalers provide some, but not all of the functions provided by the full-function merchant retailer or industrial distributor*". Sehubungan dengan hal tersebut peneliti menggunakan dimensi yang disesuaikan dengan kegiatan operasional sehari-hari yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian ini diawali dengan observasi lalu melakukan *preliminary research* menggunakan teknik wawancara. Lalu selanjutnya peneliti menggunakan kuesioner dan menyebarkannya kepada 45 responden *retailer* pelanggan Adi Broiler dengan menggunakan *probability sampling*. Data dianalisis secara deskriptif, analisis regresi linier berganda dan IPA. Pada perhitungan IPA didapatkan 6 atribut layanan distribusi pada kuadran I, 6 atribut pada kuadran II, 4 atribut pada kuadran III dan 6 atribut pada kuadran IV.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kinerja pelayanan distribusi Adi Broiler dipersepsikan positif oleh para pelanggannya. Dimensi-dimensi pelayanan distribusi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap loyalitas pelanggan dan dapat menjelaskan loyalitas sebesar 30,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain. Dimensi pelayanan distribusi yang memiliki pengaruh yang signifikan ialah *sensible buying* dan *cash flow and credit*

**Kata kunci** : Saluran distribusi, Loyalitas , Ayam broiler

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat rahmat dan penyertannya-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelas sarjana strata-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian dengan judul “***Importance Performance Analysis Pada Atribut Pelayanan Distribusi Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Distributor PD.Adi Broiler***” ini tentunya tidak lepas dari kekurangan, baik aspek kualitas maupun kuantitas dari materi penelitian yang disajikan. Semua ini didasarkan pada keterbatasan yang dimiliki penulis. Maka dari itu, dalam penulisan skripsi ini penulis banyak diberi bantuan oleh berbagai pihak. Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya atas bantuan, motivasi, didikan, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis selama ini, antara lain kepada:

1. Bapak Yulianus Gunawan Hendro Mantoro yang sekarang sudah berada di Surga dan Ibu Cornellia Murtiningsih sebagai orang tua kandung penulis yang selalu memberikan cinta, doa serta dukungan yang tiada hentinya hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kepercayaan dan kesabaran yang luar biasa hingga saat ini.
2. Johannes Baptista Kristiadi Winarto selaku adik kandung penulis yang selalu menyemangati dan mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
3. Eyang Supadi yang senantiasa memberikan cinta, doa, dukungan serta kepercayaan yang luar biasa pada penulis dari dulu hingga saat ini.
4. Keluarga Darsono dan Keluarga Terban yang terdiri dari om, tante, bude hingga saudara penulis yang selalu memberikan doa serta dukungan tiada henti.
5. Leokadia Retno Adriani, Dra., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar dalam membimbing, membantu, mengarahkan, dan memberikan motivasi kepada penulis berupa saran, kritik, dan masukan

selama proses pengerjaan skripsi sehingga penulis mampu mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Fernando Mulia, S.E., M.Kom selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan bimbingan dari semester-semester awal sampai dengan saat ini.
7. Seluruh dosen pengajar, staf Tata Usaha, serta seluruh pekerya yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang telah banyak membantu penulis selama menjalani proses perkuliahan.
8. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan.
9. Pemilik dan karyawan dari PD Adi Broiler yaitu Bapak Gunawan, Om Wisnu, Mbak Nur, Pak Benny, Mas Darman, Mas Heri dan karyawan lainnya atas dukungan untuk memberikan informasi, waktu dan tenaga untuk penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
10. THE BITCHES selaku teman-teman dekat penulis sewaktu SMA yaitu Munthe, Erma, Nebo, Ajim, yang selalu memberikan perhatian dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
11. E11NE yaitu Richa, Dea, Erma, Icha, Ines dan Sharleen selaku teman-teman dekat ketika masa kuliah yang selalu memberi motivasi dan perhatian kepada penulis.
12. Yan Ahdiat Furqon sebagai partner penulis yang menemani selama 6 bulan terakhir. Selalu setia dan tiada henti dalam menemani, mendengarkan, membantu dan memberikan motivasi juga nasehat kepada penulis.
13. Haidar Naufaldy selaku rekan dalam proses penyusunan skripsi dan membantu penyelesaian skripsi ini.
14. Vera Veronica Geraldine Dasci, Naomy Margareth, Jasmir Kaur, Pia Livya Nugraha, Robert Ignatius, Fransiskus Bobby Wijaya, Inggita Delapranaya, Alexander Sondang Yogi Wiyoto, Deandra Adyssa Damaraasry, Nathania Lautama, Frans Siahaan, Stephanie Lestari Gunawan, Prita Pradina, Maretta Dewi Puspita, Tori Saphira Sastradinata, Pingkan Oroh, Eunike Aginta, Okta Bhakti Nurangga, Emmanuel Ricky Rigel selaku rekan seperjuangan dalam masa perkuliahan penulis.



15. Seluruh keluarga besar Manajemen Unpar 2012 lainnya yang telah menjadi rekan seperjuangan penulis selama masa perkuliahan.
16. Keluarga Kabinet Bangsa Lembaga Kepresidenan Mahasiswa 2015/2016 yang memberikan banyak pembelajaran, kesempatan pengalaman yang baru dan kehangatan tidak hanya sebagai lembaga namun juga sebagai saudara selama masa perkuliahan penulis.
17. Keluarga Direktorat Jendral Hubungan Masyarakat Lembaga Kepresidenan Mahasiswa 2015/2016 yang telah banyak mengajarkan, memberikan banyak pembelajaran dan pengalaman baru selama masa perkuliahan penulis.
18. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah banyak memberikan dukungan serta motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan hingga proses pengerjaan skripsi ini selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan keterbatasan dari penulis dalam pengetahuan, waktu, dan juga tenaga. Namun penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi siapa saja yang membacanya, dan penulis juga menerima setiap kritik dan saran mengenai skripsi ini untuk dijadikan sebagai bahan perbaikan dan pembelajaran di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga rahmat Tuhan Yesus Kristus senantiasa tercurahkan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, Amin.

Bandung, Januari 2018

Angela Adiati Indah Hapsari

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian.....	3
1.3. Tujuan Penelitian .....	3
1.4. Kegunaan Penelitian .....	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1. Rantai Pasokan ( <i>Supply Chain</i> ).....	11
2.2. Saluran Pemasaran .....	13
2.2.1. Jenis Saluran Pemasaran .....	15
2.2.2. Distributor ( <i>Retailer</i> ).....	17
2.2.2.1 Kategori Distributor/ <i>Wholesaller</i> .....	17
2.2.2.2. Pelayanan Distributor.....	18
2.3. Persepsi Konsumen .....	23
2.3.1. Proses Persepsi.....	25
2.3.2. Persepsi Organisasi .....	26
2.4. Proses Pembelian dalam B2B .....	27
2.4.1. Peran-Peran dalam Proses Pembelian B2B.....	27

2.4.2. Pengambilan Keputusan Pembelian pada B2B .....	28
2.4.3. <i>Buyers Technique</i> .....	29
2.5. Loyalitas Pelanggan .....	30
2.6. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	31
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Metode Penelitian .....	34
3.1.1. Penelitian Pendahuluan .....	35
3.1.2. Populasi dan Sampel .....	35
3.1.3. Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.1.4. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	39
3.1.5. Uji Validitas dan Reabilitas .....	43
3.1.5.1. Uji Validitas.....	45
3.1.5.2. Uji Reabilitas.....	48
3.1.6. Teknik Pengolahan Data .....	47
3.1.7. Teknik Analisa Data.....	49
3.1.7.1 Analisis Deskriptif.....	52
3.1.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.1.7.3 Analisa IPA-PGCV Indeks.....	57
3.2. Objek Penelitian .....	58
3.3. Gambaran Singkat Mengenai PD.Adi Broiler .....	59
3.4. Profil Responden.....	59
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>64</b>
4.1. Gambaran Mengenai Pelayanan Distribusi PD.Adi Broiler dan Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Kinerja Pelayanan Distribusi .....	64
4.1.1. Kinerja Dimensi <i>Sensible Buying</i> .....	66
4.1.2. Kinerja Dimensi <i>Timely Delivery</i> .....	68

4.1.3 Kinerja Dimensi <i>Marketing</i> .....	72
4.1.4 Kinerja Dimensi Product Inventory .....	74
4.1.5 Kinerja Dimensi Cash Flow and Credit .....	78
4.1.6 Kinerja Dimensi <i>People</i> .....	80
4.2 Loyalitas Konsumen .....	82
4.3 Analisis Pengaruh Dimensi Pelayanan Distribusi terhadap Loyalitas Pelanggan : Dilakukan Menggunakan Regresi Linier Berganda .....	84
4.3.1 Uji Asumsi Klasik .....	84
4.3.1.1 Uji Normalitas.....	87
4.3.1.2 Uji Multikolinieritas.....	89
4.3.1.3 Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.3.2 Regresi Linier Berganda .....	87
4.3.2.1 Model Regresi Linier Berganda Awal.....	92
4.3.2.2. Model Regresi Linier Berganda Baru.....	96
4.4 Importance Performance Analysis (IPA) .....	96
4.4.1 Tingkat Kesesuaian .....	96
4.4.2 Diagram Kartesius.....	102
4.4.3 <i>Potential Gain in Customer Value</i> .....	105
4.5 Ringkasan Hasil Analisis Data.....	108
BAB 5 SARAN DAN KESIMPULAN .....	114
5.1 Kesimpulan .....	114
5.2 Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA .....	119
LAMPIRAN.....	123
RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	149

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Fungsi-fungsi <i>Wholesalers</i> .....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Ximportance</i> .....	40
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Xperformance</i> .....	41
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Y.....	43
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Tingkat Kepentingan .....	45
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Tingkat Persepsi .....	46
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas Loyalitas Konsumen.....	46
Tabel 3.7 Hasil Pengolahan Cronbach Alpha Penelitian .....	47
Tabel 3.8 Interpretasi Bobot Persepsi Tingkat Kepentingan Atribut Pelayanan Distribusi .....	48
Tabel 3.9 Interpretasi Bobot Persepsi Kinerja Adi Broiler atas Atribut Pelayanan Distribusi & Loyalitas Konsumen .....	49
Tabel 3.10 Tingkat Kekuatan Hubungan Koefisien Korelasi .....	52
Tabel 3.11 Profil Responden.....	61
Tabel 4.1 Kategori Skor Rata-Rata Hitung Per Dimensi .....	65
Tabel 4.2 Kategori Skor Rata-Rata Hitung Per Indikator .....	66
Tabel 4.3 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>Sensible Buying</i> .....	68
Tabel 4.4 Contoh Perusahaan Tempat Adi Broiler Mengambil Produk .....	69
Tabel 4.5 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>Timely Delivery</i> .....	71
Tabel 4.6 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>Marketing</i> ..	73
Tabel 4.7 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>Product Inventory</i> .....	77
Tabel 4.8 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>Cash Flow and Credit</i> .....	78
Tabel 4.9 Rata-Rata Persepsi Pelanggan Tentang Kinerja Dimensi <i>People</i> .....	81
Tabel 4.10 Rata-Rata Loyalitas Konsumen .....	82
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	86
Tabel 4.12 Output Model Regresi Berganda Awal.....	88
Tabel 4.13 Pengujian Hipotesis Parsial Model Awal.....	92

Tabel 4.14 Output Model Regresi Berganda Baru.....	93
Tabel 4.15 Tabel Tingkat Kesesuaian.....	98
Tabel 4.16 Arti Simbol Pada Diagram Kartesius.....	104
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan PGCV .....	106
Tabel 4.18 Prioritas Perbaikan Berdasarkan PGCV .....	108
Tabel 4.19 Ringkasan Hasil Analisis Data Dimensi Pelayanan Distribusi (Regresi Linier Berganda Awal).....	109
Tabel 4.20 Ringkasan Hasil Analisis Data Dimensi Pelayanan Distribusi (Regresi Linier Berganda Baru).....	112
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil IPA-PGCV Indeks Keputusan Action .....	113
Tabel 4.22 Ringkasan Hasil IPA-PGCV Indeks Keputusan Hold.....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Kerangka Pemikiran Hipotesis Satu.....	10
Gambar 2.1 <i>Consumer Supply Chain</i> .....	17
Gambar 2.2 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> .....	32
Gambar 3.1 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> .....	56
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	87
Gambar 4.3 Diagram <i>Importance Performance Analysis</i> pada PD.Adi Broiler 103	

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Draft Pertanyaan Wawancara Awal .....	124
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 3 Profil Responden .....	134
Lampiran 4 Tabel Induk Kuesioner <i>Ximportance</i> .....	136
Lampiran 5 Tabel Induk Kuesioner <i>Xperformance</i> .....	138
Lampiran 6 Tabel Induk Kuesioner Loyalitas .....	141
Lampiran 7 Hasil Pengolahan Data SPSS Statistik Validitas & Reabilitas ( <i>Importance</i> ).....	143
Lampiran 8 Hasil Pengolahan Data SPSS Statistik Validitas & Reabilitas ( <i>Performance</i> ) .....	145
Lampiran 9 Hasil Pengolahan Data SPSS Statistik Validitas & Reabilitas (Loyalitas) .....	148



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada *consumer supply chain* terdapat beberapa peran yang mana berfungsi sebagai penyalur barang dari produsen ke konsumen salah satunya yaitu *retailer*. *Retailer* atau yang biasa disebut distributor ini merupakan orang/perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis dengan membeli produk langsung dari produsen dan menjual kembali kepada *retailer* atau dapat langsung ke *end user*. Maka salah satu tugas distributor ialah memudahkan *end user* untuk mendapatkan produk yang mereka inginkan.

Salah satu perusahaan yang menjalani kegiatan sebagai distributor ialah PD.Adi Broiler. Perusahaan distributor ini bergerak di industri perunggasan khususnya ialah ayam ras pedaging atau yang biasa dikenal dengan ayam broiler. Secara keseluruhan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan ini tidak hanya sebagai distributor saja melainkan juga sebagai broker yang mana menjadi penyedia informasi antara perusahaan dengan *retailer* dan penyewaan transportasi. PD.Adi Broiler berdiri sejak tahun 2000 dan cakupan pasar dari PD.Adi Broiler ini meliputi kota dan kabupaten Cirebon serta Jakarta Timur (Pulogadung, Pisangan dan Pintu Air). Selama 17 (tujuh belas) tahun tersebut, perusahaan ini belum pernah melakukan penelitian mengenai sejauh mana kinerja perusahaan dalam memenuhi harapan para pelanggannya.

Karena PD.Adi Broiler belum pernah melakukan pengukuran kinerja tersebut maka penulis bermaksud untuk membantu sekaligus memberikan masukan kepada perusahaan untuk menentukan strategi dan mengembangkan menjadi lebih baik lagi dari yang sebelumnya.

Namun berdasarkan hasil wawancara awal dengan para responden yaitu pelanggan dari PD.Adi Broiler didapatkan informasi bahwa menurut mereka dalam layanan distribusi yang dilakukan sudah baik namun terdapat beberapa kekurangan pada layanan distribusi dan hal tersebut menjadi pertimbangan untuk

para responden melakukan pembelian ayam broiler dan membandingkan layanan distribusinya dengan pesaing yaitu harga ayam broiler itu sendiri, ketepatan waktu pengiriman dan kualitas ayam yang diterima oleh para konsumen.

Metode yang digunakan untuk mengukur dan menganalisis kinerja melalui atribut-atribut pelayanan distributornya penulis menggunakan metode IPA (*Important- Performance Analysis*), yang merupakan sebuah metode studi dengan cara membandingkan tingkat dan kepentingan sebuah atribut dengan kinerja perusahaan menurut persepsi dan harapan dari konsumennya. Dengan metode ini diharapkan perusahaan dapat mengetahui serta lebih efektif dan efisien dalam melakukan evaluasi, mempertahankan dan mengembangkan kinerja perusahaannya selama ini.

Sebagai pelengkap pada persepsi dan harapan pelanggan melalui metode IPA dan kinerja distribusinya pada PD.Adi Broiler, penulis mengaitkan hal tersebut dengan tingkat loyalitas dari para pelanggannya. Penulis mengaitkan hal tersebut dengan maksud agar perusahaan mengetahui sejauh mana kinerja pada PD.Adi Broiler dapat membuat loyalitas dari para pelanggannya. Selanjutnya penulis akan mengukur sejauh mana pengaruh pelayanan distribusi oleh perusahaan terhadap tingkat loyalitas para pelanggannya. Karena perusahaan ini merupakan perusahaan keluarga dan penulis ingin melanjutkan usaha tersebut serta belum pernah ada penelitian yang melakukan pengukuran perihal ini maka penulis ingin meneliti PD.Adi Broiler dengan judul ***“Importance Performance Analysis Pada Atribut Pelayanan Distribusi Dan Pengaruh Kinerja Dimensi Pelayanan Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Distributor PD.Adi Broiler”***.

## **1.2 Identifikasi Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pelanggan mengenai kinerja dimensi-dimensi pelayanan distribusi dari PD. Adi Broiler?
2. Bagaimana loyalitas pelanggan terhadap PD. Adi Broiler ?
3. Bagaimana pengaruh kinerja perusahaan berdasarkan dimensi-dimensi pada pelayanan distribusi terhadap tingkat loyalitas para pelanggan PD. Adi Broiler?
4. Bagaimana Importance Performance Analysis tentang pelayanan distribusi dari PD. Adi Broiler?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, penulis menentukan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi pelanggan mengenai kinerja dimensi-dimensi pelayanan distribusi dari PD. Adi Broiler.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas dari para pelanggan PD. Adi Broiler.
3. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan berdasarkan dimensi-dimensi pada pelayanan distribusi terhadap tingkat loyalitas para pelanggan PD. Adi Broiler.
4. Untuk mengetahui bagaimana hasil Importance Performance Analysis tentang pelayanan distribusi dari PD. Adi Broiler.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini dapat berguna bagi :

1. Penulis

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah dan memperdalam wawasan bagi penulis mengenai masalah pada bidang pemasaran yang ada pada perusahaan, khususnya yang sesuai dengan topik yang diangkat pada penelitian ini. Serta sebagai sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu-ilmu yang di dapat selama mengenyam pendidikan di bangku kuliah.

## 2. PD. Adi Broiler

Untuk perusahaan PD. Adi Broiler, peneliti ini dapat menjadi masukan perusahaan dalam membuat dan mempertahankan strategi pelayanan distribusi sehingga dapat secara efektif dapat meningkatkan loyalitas para pelanggannya.

## 3. Akademisi

Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan sumber informasi mengenai distribusi terhadap loyalitas konsumen sekaligus menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

### 1.5 Kerangka Pemikiran

*Supply chain* atau dapat diterjemahkan rantai pasok adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke tempat pembeli atau pelanggan (Assauri, 2011:280). Pada keseluruhan kegiatan *supply chain* dan *marketing channel*, PD. Adi Broiler mempunyai peran sebagai distributor. Dengan peran tersebut, PD. Adi Broiler bekerja sama dengan perusahaan lain untuk memberikan nilai dari produk atau jasa kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh Armstrong and Keller (2011:338), “*A company can't go it alone in creating customer value. It must work within an entire network of partner to accomplish this task. Individual companies and brands don't compete; their entire value delivery networks do*”.

Pada kegiatan *marketing channel*, peran distributor memiliki bermacam-macam fungsi. Hal tersebut merupakan cerminan bahwa produsen tidak langsung berhubungan langsung dengan para konsumennya. Seperti apa yang telah disebutkan oleh Kotler and Keller (2012:437) tentang *marketing channel* yaitu, “*Marketing channels are sets of interdependent organizations participating in the process of making a product or service available for use or consumption.*” . Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa distributor merupakan organisasi atau perusahaan tersendiri yang berpartisipasi pada proses jasa atau produk tersedia di pasar untuk digunakan maupun dikonsumsi.

Menurut Menurut Djaslim Saladin (2006:15) menjelaskan bahwa fungsi saluran distribusi sebagai berikut :

1. Informasi (*Information*), yaitu sebagai pengumpul dan penyebar informasi riset pemasaran tentang potensi dan kemampuan pasar, pesaing, dan kekuatan-kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi (*Promotion*), yaitu sebagai pengembangan dan penyebaran komunikasi.
3. Negosiasi (*Negotiation*), yaitu usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal-hal lain yang berhubungan dengan perpindahan hak milik.
4. Pemesanan (*Ordering*), yaitu komunikasi saluran ke belakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen.
  5. Pembiayaan (*Financing*), yaitu permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya saluran pemasaran tersebut.
  6. Pengambilan Risiko (*Risk Taking*), yaitu perkiraan besar risiko berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran tersebut.
  7. Kepemilikan Fisik (*Physical Possession*), yaitu milik dari penyimpanan dan pergerakan barang secara fisik dari bahan mentah sampai bahan ke konsumen akhir.
  8. Pembayaran (*Payment*), yaitu arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk atau jasa yang telah diserahkan.
  9. Kepemilikan (*Title*), yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya.

Fungsi-fungsi tersebut secara sadar atau tidak sadar telah melekat pada kegiatan operasional sehari-hari yang telah dilakukan oleh PD. Adi Broiler pada saluran distribusi (*distribution channel*) /saluran pemasarannya (*marketing channel*). Menurut Kotler dan Keller (2007;130), Tingkat Saluran Pemasaran terbagi atas beberapa macam, yaitu saluran nol-tingkat atau saluran Pemasaran Langsung (*Zero Levels Channel or Direct Marketing Channel*), Saluran satu-tingkat (*One Level*), Saluran dua-tingkat (*Two Level*) dan Saluran tiga-tingkat (*Three Level*). Dari macam-macam jenis saluran pemasaran tersebut, PD. Adi Broiler termasuk saluran yang berada pada dua tingkat (*Two Level*) karena PD. Adi Broiler melakukan pembelian kepada perusahaan lalu menjualnya kepada *retail* dan dari *retail* tersebut lalu diteruskan pada konsumen akhir.

Jika disimpulkan, maka PD. Adi Broiler pada *consumer marketing channels* memiliki peran sebagai *retailer*, hal tersebut dikarenakan PD. Adi Broiler menjadi organisasi yang menghubungkan dan menyebarkan produk dari perusahaan kepada para *retailer* yang nantinya akan diteruskan kepada konsumen akhir. Hal ini diperjelas dengan apa yang disebutkan oleh Amstrong dan Kotler (2011:392) tentang *wholesaling* yaitu “*All activities involved in selling goods and services to those buying for resale or business use*”. Sebagai *retailer*, PD. Adi Broiler tidak menjalankan semua apa yang menjadi fungsi jasa dari *wholesaling* sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan dagang Adi Broiler termasuk ke dalam kategori *limited service retailer*. Seperti yang dijelaskan oleh Ronal Michman dan Stanley Sibley (1974:237) tentang *limited function merchant wholesalers* yaitu “*Limited –function merchant wholesalers provide some, but not all of the functions provided by the full-function merchant wholesalers or industrial distributor*” . Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa pada *limited service retailer* hanya melakukan beberapa fungsi dan tidak semuanya dilakukan, hal tersebut dapat disesuaikan dengan kegiatan operasional pada perusahaan tersebut. Disamping itu fungsi-fungsi tersebut tidak lakukan sebagai salah satu bentuk untuk meningkatkan efisiensi dan memotong biaya-biaya operasi dikarenakan *manufacturers* dan *retailers* yang kegiatan operasional untuk melakukan distribusi produk atau jasanya juga melalui distributor.

Berikut merupakan bentuk pelayanan yang dilakukan oleh *full service wholesaler* menurut Bearden, Ingram dan LaForge (2004:354) :

1. *Sensible buying*

Distributor membeli produk kepada perusahaan dengan jumlah lebih banyak sehingga dapat memperoleh harga yang lebih rendah dibandingkan di pasaran, hal tersebut dapat membantu *retailer* untuk mendapatkan produk tersebut untuk mendapatkan harga yang lebih rendah. Membuat kesepakatan dengan satu atau *retailer* lainnya untuk menjadi tempat *one-stop-shopping* bagi para *retailer* sehingga para *retailer* dapat memangkas biaya pembelian.

2. *Distribution flow*

Distributor mengirimkan produk rutin secara mingguan kepada *retailer* sesuai dengan waktu yang telah disepakati oleh distributor. Hal tersebut membantu para

*retailer* untuk menghemat penggunaan gudang mereka sehingga dapat memperluas *selling space* mereka. Selain itu *retailer* dapat mempercepat pergantian sehingga dapat meningkatkan keuntungan.

### 3. *Timely Delivery*

Pengiriman produk secara rutin kepada *retailer* dapat membuat *retailer* mempunyai perencanaan yang lebih baik dalam hal penerimaan produk yang berpengaruh pada penggunaan waktu, biaya dan energi . Hal lainnya ialah *retailer* dapat dengan lebih cepat untuk menggunakan produk untuk akhirnya dijual kepada konsumen akhir.

### 4. *Traffic building promotion*

Melalui beberapa usaha pemasaran kepada *retail* guna meningkatkan penjualan produk oleh para *retailer* kepada konsumen dengan cara meningkatkan kapabilitas dari para *retailer* tersebut sehingga pada akhirnya dapat mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Distributor dapat membuat program-program yang menarik agar lebih memotivasi para konsumennya.

### 5. *Marketing*

Distributor dapat bekerja sama dengan *retailer* guna meningkatkan penjualan kepada konsumen akhir melalui pelatihan-pelatihan kepada penjual-penjual *retail*, selain itu distributor dapat membuat dan memberikan program-program yang sekiranya dapat mengoptimalkan keuntungan.

### 6. *Product inventory*

Pada jenis layanan ini, distributor bertanggung jawab untuk menjaga persediaan barang yang ada pada *retailer*. Selain itu, distributor berusaha untuk selalu memberikan harga yang terjangkau untuk para *retailer* sehingga dapat membuat hubungan yang bersifat jangka panjang dan saling menguntungkan.

### 7. *Physical plant*

Distributor bertanggung jawab untuk melakukan strategi untuk meningkatkan penjualan produk kepada konsumen sebagai contoh dapat membuat penataan produk untuk di-*display* dapat disusun secara rapi dan menarik, selain itu dapat

memberikan papan pengenal toko kepada para *retailer* untuk memaksimalkan kondisi fisik toko *retailer*.

#### 8. *Cash flow and credit*

Distributor dapat membantu para *retailer* dalam hal pembayaran produk. Salah satu yang dapat dilakukan oleh distributor yaitu memberikan kredit, yang mana hal tersebut dapat membantu *retailer* dalam memaksimalkan modal usaha yang dimiliki oleh para *retailer* tersebut. *Retailer* juga dapat melakukan pembelian dalam jumlah yang sedikit atau dapat disesuaikan dengan kemampuan *retailer* dalam membayar produk kepada distributor.

#### 9. *People*

Distributor memberikan pembelajaran tentang teknik penjualan, pengetahuan tentang produk dan yang lainnya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan pelatihan singkat dari distributor kepada *retailer*. Distributor juga dapat sebisa mungkin membuat rasa nyaman dalam melakukan hubungan kerja tersebut dengan membuka saran dan kritik yang ditampung oleh *retailer* yang berasal dari konsumen atau dari *retailer* tersebut untuk menjadi lebih baik.

Dikarenakan PD. Adi Broiler bukan termasuk kategori *full service wholesaler* melainkan *limited service wholesaler* maka dari sembilan fungsi tersebut hanya beberapa fungsi yang diambil yang telah disesuaikan kegiatan operasional PD. Adi Broiler yaitu:

1. *Sensible buying*
2. *Timely delivery*
3. *Marketing*
4. *Product Inventory*
5. *Cash flow and credit*
6. *People*

Pada penelitian ini penulis bermaksud untuk mengukur tingkat kepentingan dari atribut – atribut pelayanan distribusi yang dilakukan oleh PD. Adi Broiler melalui persepsi pelanggan-pelanggannya sekaligus pelanggan juga melakukan persepsi untuk menilai kinerja PD. Adi Broiler dalam menjalankan



atribut-atribut pelayanan distribusinya selama ini. Kotler (2007:228) menyatakan bahwa “Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti”

Berikutnya penilaian kinerja dari para pelanggan PD.Adi Broiler tersebut akan dikaitkan dengan loyalitas dari para pelanggannya yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kinerja dari PD.Adi Broiler yang berkaitan dengan atribut-atribut pelayanannya dapat mempengaruhi tingkat loyalitas dari para pelanggan, karena loyalitas merupakan salah satu indikator keberhasilan dari pelayanan sebuah perusahaan. Tjiptono (2004:127) menyatakan bahwa terdapat empat manfaat utama yang diperoleh organisasi ketika dapat membangun dan mempertahankan loyalitas yaitu:

1. Pertama, loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan.
2. Kedua, loyalitas pelanggan menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani pelanggan.
3. Ketiga, loyalitas pelanggan meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut.
4. Keempat, retensi karyawan.

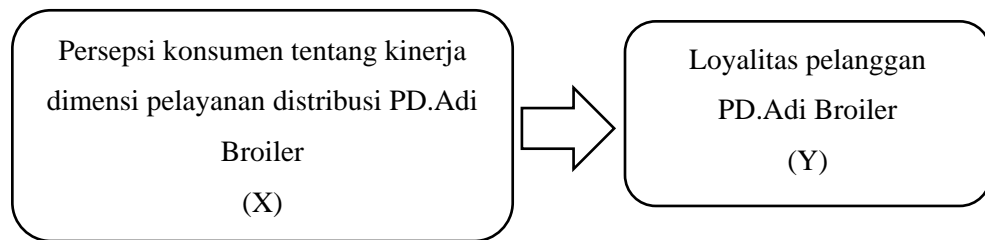
Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja sebuah perusahaan sudah sesuai dengan harapan para pelanggannya. Metode ini diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James pada tahun 1977. Seiring berjalannya waktu, IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan di berbagai bidang kajian karena mudah untuk diterapkan dan dapat menampilkan hasil analisa yang memudahkan usulan dari perbaikan kinerja suatu perusahaan. Perusahaan biasanya menggunakan metode ini untuk memudahkan dalam hal memberikan masukan dan mengevaluasi proses perbaikan kinerja sebuah perusahaan untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang harus diprioritaskan, dipertahankan dan ditambahkan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan kepada perusahaan.

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis penelitian ini adalah :

1. Persepsi konsumen tentang kinerja pelayanan PD. Adi Broiler berpengaruh terhadap dengan loyalitas pelanggan.

**Gambar 1.1**

**Model Kerangka Pemikiran Hipotesis Satu**



2. Terdapat beberapa atribut pelayanan distribusi yang perlu diprioritaskan, dipertahankan, ditingkatkan dan ditiadakan.