

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, ORIENTASI PASAR DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KINERJA SPBU PERTAMINA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

Andy Basta Setyawan Larekeng

Kondisi persaingan usaha pada era globalisasi sekarang ini, baik pasar domestik maupun pasar internasional sangat ketat. Perusahaan ingin berkembang atau sekedar bertahan dalam satu lingkungan bisnis, harus dapat memberikan sesuatu, baik barang maupun jasa, yang bernilai lebih tinggi dari pesaing. Nilai lebih ini tidak hanya diukur dengan moneter (misalnya harga lebih murah), namun juga kualitas, pelayanan, dukungan, dan lain lain, sesuai dengan prinsip dasar pemasaran yang berorientasi kepada pelanggannya (*customer oriented*).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas saluran distribusi terhadap kinerja pemasaran di SPBU Pasti Pas!. di wilayah Bandar Lampung. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran di SPBU Bandar Lampung, Hipotesis kedua Kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran di SPBU Bandar Lampung dan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Efektifitas saluran distribusi berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran SPBU di Bandar Lampung dapat diterima.

Implikasi dari hasil penelitian adalah SPBU melengkapi produk-produk yang ditawarkan kepada pelanggan baik produk BBM maupun non BBM. Hal ini untuk menghindari kelangkaan produk, yang pada akhirnya dapat mengurangi kepercayaan konsumen. Kelangkaan dapat dicegah misalnya dengan penerapan minimum stok atau evaluasi terhadap level minimum stok (buat SPBU yang telah mempunyai level minimum stok). Serta SPBU senantiasa meningkatkan layanan, baik layanan jual terhadap produk inti, maupun layanan lainnya. Untuk itu, SPBU perlu melaksanakan survey khusus agar memperoleh informasi hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan menurut persepsi konsumen. Kuesioner/angket/survei sebaiknya dilakukan secara periodik kepada konsumen. Melalui survei ini bisa diketahui apa sebenarnya yang diharapkan oleh konsumen terhadap SPBU tersebut.

Saran yang diajukan Meningkatkan kinerja pemasaran dapat dilakukan dengan meningkatkan ketersediaan BBM yang diupayakan melalui pemesanan dilakukan sebelum produk benar-benar habis, misal produk BBM untuk jangka waktu 1 minggu maka pemesanan dilakukan 3 hari sebelum jangka waktu habis. SPBU harus mempunyai level stok minimum/ level ketahanan stok minimal 3 hari.

Kata kunci : kelengkapan produk, orientasi pasar, saluran distribusi dan kinerja

ABSTRACT

EFFECT ANALYSIS OF PRODUCT COMPLETENESS, MARKET ORIENTATION AND DISTRIBUTION CHANNELS AGAINST THE PERFORMANCE OF PERTAMINA GAS STATION IN BANDAR LAMPUNG

Oleh

Andy Basta Setyawan Larekeng

The condition of business competition in the current era of globalization, both domestic and international markets is very tight. Companies want to develop or just survive in a business environment, must be able to provide something, both goods and services, which are worth higher than competitors. This added value is not only measured in monetary terms (eg cheaper prices), but also quality, service, support, etc., in accordance with the basic principles of customer-oriented marketing.

This study aims to determine the effectiveness of distribution channels on marketing performance at SPBU Pasti Pas! in the Bandar Lampung region. The analysis method uses multiple linear regression analysis. The results obtained by the first hypothesis stating that market orientation has a positive effect on marketing performance at Bandar Lampung Gas Station, the second hypothesis Product completeness has a positive effect on marketing performance at Bandar Lampung Gas Station and the third hypothesis states that the effectiveness of distribution channels has a positive effect on the marketing performance of gas stations in Bandar Lampung can be accepted.

The implication of the results of the study is that gas stations complement the products offered to customers both BBM and non-BBM products. This is to avoid scarcity of products, which in turn can reduce consumer confidence. Scarcity can be prevented for example by applying minimum stock or evaluating the minimum level of stock (for gas stations that have a minimum level of stock). As well as gas stations always improve services, both selling services to core products, as well as other services. For this reason, gas stations need to carry out special surveys to obtain information on what things need to be improved according to consumer perceptions.

Suggestions proposed Improving marketing performance can be done by increasing the availability of fuel that is sought through: orders are made before the product is completely used up, for example BBM products for a period of 1 week, the order is made 3 days before the expiration period. Gas stations must have a minimum stock level / resistance level of at least 3 days.

Keywords: product completeness, market orientation, distribution channels and performance