

## ABSTRAK

Setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk menang dalam persaingan bisnis. Strategi yang dimiliki harus memiliki keunggulan kompetitif dengan cara perencanaan dan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu kegiatan dari pemasaran yang menjadi keunggulan kompetitif adalah saluran distribusi. Kegiatan distribusi yang efektif dan memberikan kepuasan kepada pelanggan/distributornya dapat menjadi suatu keunggulan bagi perusahaan. Serta sikap loyal dari distributor yang percaya dan komitmen terhadap kegiatan dari perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan tingkat kepuasan dari *Dealer* dan tingkat loyalitas dari *Dealer* terhadap kegiatan logistik pemasaran.

Kegiatan distribusi Indosat Cabang Bandung dilakukan oleh unit *Indirect Sales*, dan *Dealer* sebagai saluran distribusinya terdiri dari dua jenis status yang memiliki perbedaan berupa produk yang didistribusikan. Status pertama yaitu dealer utama, *dealer* yang memiliki kegiatan berupa kebijakan alokasi kartu perdana, voucher, promo tools dan membawahi outlet resmi indosat serta memiliki branding Indosat (tidak melakukan hubungan kemitraan dengan provider lain). Status kedua yaitu dealer *retail, dealer* yang hanya melakukan kegiatan berupa alokasi perdana, dan voucher, serta dapat melakukan hubungan kemitraan dengan provider lain tanpa *branding* Indosat

Kegiatan distribusi yang akan dibahas yaitu logistik pemasaran yang terdiri dari proses pemesanan, pergudangan, persediaan dan pengangkutan. Keempat kegiatan tersebut dilihat kinerja/*performance*-nya dan harapan/*importance*-nya, yang kemudian dilakukan analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan *Dealer* dan mengetahui kegiatan mana yang harus diprioritaskan perbaikannya dengan menggunakan diagram kartesius *Importance & Performance*.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan menggunakan teknik sampling jenuh, dan menggunakan teknik analisis data berupa analisis tingkat kepuasan, analisis *importance & performance*, serta analisis jalur.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa *Dealer* memiliki persepsi yang sangat baik terhadap kinerja Indosat dan memiliki harapan yang sangat tinggi dari kegiatan tersebut. Dan kegiatan yang mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas *Dealer* yaitu proses pemesanan, persediaan, dan pengangkutan sedangkan pergudangan dan tingkat kepuasan dari kegiatan tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas *Dealer*. Hubungan yang terjadi dari proses pemesanan, persediaan dan pengangkutan terhadap loyalitas *Dealer* dinilai signifikan karena nilai hitung  $t > t$  tabel, dan nilai koefisien secara parsialnya berurutan sebagai berikut, 0,399; 0,428; 0,285.