

ABSTRAKSI

Dalam menghadapi lingkungan persaingan yg semakin ketat, perusahaan harus dapat menemukan suatu hal yang akan menjadi keunggulan kompetitif. Pada perusahaan jasa khususnya transportasi pengiriman barang, keunggulan bersaing dapat dicapai dengan meningkatkan hubungan pemasaran. Selain itu, faktor harga dan diferensiasi produk juga memberikan kontribusi dalam rangka mencapai keunggulan bersaing. Dari penjelasan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian dengan mengambil judul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Hubungan Pemasaran Dalam Rangka Mencapai Keunggulan Bersaing.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah : Bagaimana variabel kepercayaan, ikatan sosial dan penyelesaian konflik memberikan pengaruh terhadap hubungan pemasaran pada PT. Siba Surya di Semarang?; Bagaimana variabel hubungan pemasaran, harga dan diferensiasi produk memberikan pengaruh terhadap keunggulan bersaing pada PT. Siba Surya di Semarang?

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna jasa angkutan PT. Siba Surya Semarang yang berjumlah 257 orang dan sampel penelitian diperoleh sebanyak 100 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F).

Dari hasil perhitungan menggunakan program SPSS, menunjukkan bahwa kepercayaan, ikatan sosial, dan penyelesaian konflik secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap hubungan pemasaran. Hubungan pemasaran, harga, dan diferensiasi produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Jadi dapat disimpulkan bahwa keenam hipotesis diterima. Pemasaran, harga dan diferensiasi produk mempunyai pengaruh terhadap keunggulan bersaing, dengan nilai F hitung $41,463 > F$ tabel $2,70$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ ($\alpha=5\%$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan kesimpulan tersebut, perusahaan transportasi pengiriman barang perlu meningkatkan hubungan pemasaran dengan para pelanggan untuk mencapai keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Kepercayaan, Ikatan Sosial, Penyelesaian Konflik, Hubungan Pemasaran, Harga, Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing.