

## ABSTRAKSI

Hubungan yang terjalin antara pemasok dengan outlet-outletnya sangatlah penting karena berkaitan erat dengan upaya produsen untuk menyalurkan produknya kepada konsumen, hal ini dikarenakan fungsi saluran distribusi adalah menghubungkan produsen dengan konsumen dimana mereka terdiri lembaga yang saling bergantung dan saling berhubungan yang berfungsi membentuk suatu sistem jaringan yang secara bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan produk kepada konsumen, demikian pula pada PT Tigaraksa Satria cabang Jawa Tengah yang mendistribusikan produknya melalui saluran distribusi, terjadi fluktuasi pencapaian target penjualan pada tahun 2007-2009. sehingga merupakan hal yang perlu diperhatikan secara serius oleh perusahaan. Adanya produk yang sejenis dengan Produgen, adanya perang harga dan adanya perbedaan dukungan pemasok dari produk sejenis, yang menjadi dugaan penyebab fluktuasi penjualan produgen di PT Tigaraksa Satria, untuk mengatasi hal tersebut maka perlu adanya hubungan yang baik antara pemasok dengan outlet-outletnya, karena outlet sebagai perantara atau penyalur ke konsumen akhir

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat outlet berhubungan dengan pemasok upaya peningkatan kinerja pemasaran outlet. Permasalahan riset bersumber pada 2 (dua) hal yaitu pertama adalah berdasarkan hasil penelitian terdahulu Morgan dan Hunt (1994), Mohr dan Nevin (1990), Boyle dan Dwyer (1995), Joni dan Sutopo (2004), Puspita (2008) dan Ferdinand (2002). Permasalahan kedua bersumber dari *research problem* yaitu ditemukan pada data yang memberikan secara keseluruhan performansi realisasi dan target penjualan PT Tigaraksa Satria cabang Jawa Tengah.

Dari permasalahan di ataslah yang mendasari dilakukan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat outlet berhubungan dengan pemasok yang nantinya mempengaruhi kinerja pemasaran outlet. Dalam penelitian ini dikembangkan suatu model teoritis dengan mengajukan tiga hipotesis yang akan diuji dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan menggunakan *software* AMOS 16. Responden yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari outlet-outlet PT Tigaraksa Satria cabang Jawa Tengah

Hasil dari pengolahan data SEM untuk model penuh telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sebagai berikut, *Goodness of Fit – Full Model* yaitu *chi square* = 121,281 ; *probability* = 0,073 ; GFI = 0,875 ; AGFI = 0,830 ; TLI = 0,965 ; CFI = 0,971; CMIN/DF = 1,213 ; RMSEA = 0,046. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat dukungan pemasok dan fleksibilitas birokrasi perusahaan maka semakin tinggi minat outlet berhubungan dengan pemasok. Selanjutnya, minat outlet untuk berhubungan dengan pemasok yang semakin tinggi akan meningkatkan kinerja pemasaran outlet.

**Kata kunci : Tingkat Dukungan Pemasok, Fleksibilitas Birokrasi Perusahaan, Minat Outlet Berhubungan Dengan Pemasok dan Kinerja Pemasaran Outlet**