

Perilaku Saluran Pemasaran Produk Pipa Baja di Indonesia (Studi kasus pada PT. Bakrie Pipe Industries)

Sitompul, Saut, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=76027&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kekuasaan paksaan (Coersive Power) terhadap konflik, mengkaji pengaruh kekuasaan non paksaan (Non Coersive Power) terhadap meningkatnya kerjasama atas penetapan produk, harga, promosi, tempat/pendistribusian dari persepsi Produsen dan Para Saluran Pemasaran/Distributor.

Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor yang dominan menimbulkan konflik sebagai akibat kekuasaan paksaan dan faktor yang dominan meningkatkan kerjasama sebagai akibat kekuasaan non paksaan dari persepsi Produsen dan

Saluran Pemasaran.

Hasil analisis yang mengacu kepada konsep statistik dengan model regresi linear , penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa pengaruh kekuasaan paksaan terhadap terjadinya konflik baik dari persepsi Produsen maupun Saluran Pemasaran tidak signifikan pada 5% , sedangkan pengaruh kekuasaan non paksaan terhadap meningkatnya kerjasama baik(dari persepsi Produsen maupun persepsi Saluran Pemasaran sangat signifikan pada

Untuk menyelesaikan konflik, Produsen dan Saluran Pemasaran dapat memilih interpenetration strategy, exchange of personal strategy, serta untuk meningkatkan kerjasama yang berkelanjutan dapat dilakukan melalui group /earning, share vision dan dialog.