

**ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI, KEPUASAN ATAS KEBIJAKAN
PENJUALAN PERUSAHAAN, REPUTASI PERUSAHAAN DAN
KEMAMPUAN TENAGA PENJUAL PERUSAHAAN
TERHADAP KEPERCAYAAN PENGECEER
PADA PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Pengecer dari PT Dharma Guna Wibawa di
Kalimantan Barat)**

Liza Aswati¹

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Tanjungpura

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi, kepuasan atas kebijakan penjualan perusahaan, reputasi perusahaan dan kemampuan tenaga penjual perusahaan terhadap kepercayaan pengecer pada perusahaan. Dimana rasa percaya pada perusahaan dianggap sebagai hal yang penting guna terciptanya hubungan jangka panjang perusahaan dengan pengecernya. Variabel dan indikator penelitian juga didasarkan pada penelitian terdahulu. Sebuah model dikembangkan dan lima hipotesis telah dirumuskan untuk menjawab masalah penelitian ini. Teknik pengambilan sampel adalah metode purposive (purposive sampling). Responden dari penelitian ini berjumlah 33 responden dimana responden adalah pengecer pada PT Dharma Guna Wibawa di Kalimantan Barat. Untuk mengolah dan menganalisis data, penulis menggunakan bantuan statistik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pola hubungan yang mengungkapkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan SPSS versi 17.0. Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi, kepuasan atas kebijakan penjualan perusahaan, reputasi perusahaan dan kemampuan tenaga penjual perusahaan baik secara simultan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengecer pada perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi, Kepuasan pengecer atas kebijakan penjualan perusahaan, Reputasi perusahaan, kemampuan tenaga penjual perusahaan dan kepercayaan pengecer pada perusahaan.

¹ Jl. Ahmad Yani, Pontianak 78124, Indonesia. Email: liza_aswati2007@yahoo.com