

BAB 7

PENGARUH MARKETING ACTIVITY PADA POLA PLC

7.1. Pengaruh *Marketing Activity* Pada Model Televisi Tabung

Pada produk televisi tabung Polytron 21'Seri 52UV81M diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak November 2010 hingga September 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2).

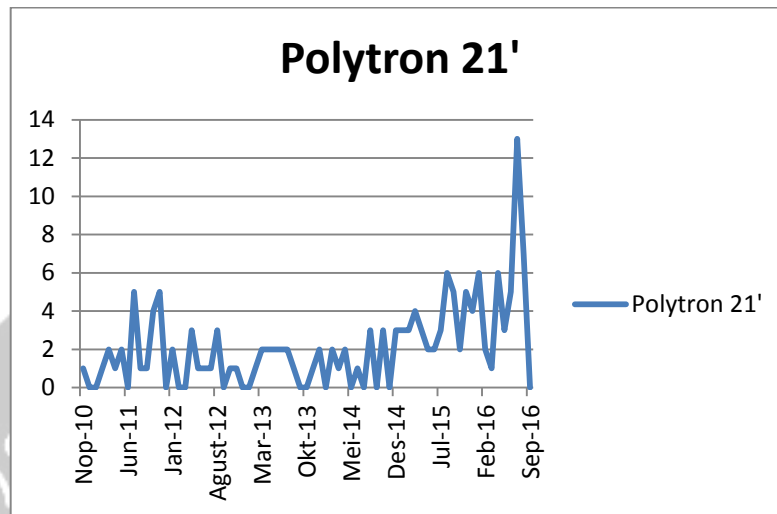
Pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator. Pada produk Polytron 21'Seri 52UV81M diketahui dari model yang sudah dibuat ada dua variabel laten yang berpengaruh langsung pada pola PLC, yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) dapat dilihat pada gambar 7.2. Variabel laten X1 dan X8 masing-masing memiliki tiga indikator. Variabel X1 untuk masing-masing indikatornya memiliki nilai X12 (0.400), X13 (0.982) dan, X14 (0.982) sehingga variabel X1 total memiliki pengaruh 0.32 terhadap Y1. Untuk variabel X8 masing-masing indikatornya memiliki nilai X81 (0.411), X82 (0.995) dan, X85 (0.995) sehingga variabel X8 total memiliki pengaruh 0.21 terhadap Y1.

Ditinjau dari setiap indikator dimulai dari X12 perihal ketersediaan produk yang selalu tersedia di toko memiliki pengaruh kecil dilihat dari *cross loading*nya. Dibandingkan dengan data stok yang ada di bagian lampiran, produk Polytron 21'Seri 52UV81M tidak pernah mengalami kekurangan stok. Jika terjadi kehabisan stok pun biasanya toko akan mencari produk yang diinginkan konsumen di toko lain di mana merupakan relasi Toko Langgeng Jaya Elektronik atau jika kehabisan produk biasanya pelanggan akan diarahkan oleh penjaga toko untuk berpindah memilih produk lain yang ada di toko. Jadi untuk ketersediaan produk Toko Langgeng Jaya tidak pernah mengalami kekurangan stok untuk produk Polytron 21'Seri 52UV81M namun pola PLC produk tersebut tetap tidak beraturan. Untuk indikator X13 yakni terkait info garansi setiap pembelian produk apapun pihak toko akan menyampaikan informasi terkait garansi karena hal tersebut merupakan hak konsumen. Dilihat dari nilai *cross loading*nya juga relatif tinggi walaupun begitu pola produk tersebut tetap tidak beraturan. Begitupun X14 yakni informasi terkait *service center* juga memiliki

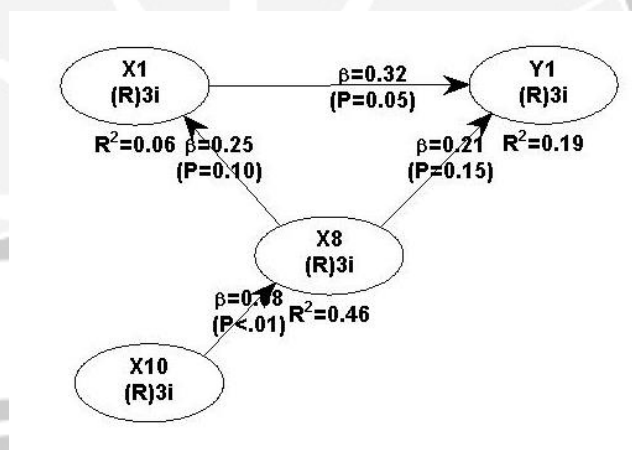
pengaruh yang relatif tinggi dari nilai *cross loading*nya namun informasi terkait *service center* tidak selamanya dapat diinformasikan karena memang keberadaannya yang terbatas. Dari ketiga indikator dari variabel laten X1 diperoleh hasil jika variabel X1 tidak begitu berpengaruh pada pola PLC pada gambar 7.1. Hal tersebut dikarenakan walaupun ketiga indikator tersebut sudah rutin dilakukan serta dianggap penting oleh responden namun tetap tidak dapat menjawab mengapa pola PLC produk tersebut tidak beraturan. Hal yang sama terjadi pada variabel X8 (*Product Manufacture to Retail*) dengan indikatornya yaitu X81 (inovasi produk), X82 (keawetan produk) dan, X85 (layanan *customer service*) belum dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap pola produk tersebut. Manufaktur dari produk televisi ini setiap tahunnya selalu meluncurkan produk dengan inovasi yang lebih baru namun produk ini yang sudah ada sejak tahun 2010 masih tetap digemari hingga tahun 2016 terlihat dari data stok yang ada. Nilai *cross loading*nya pun relatif kecil sehingga indikator ini memang tidak terlalu berpengaruh. Sedangkan perihal keawetan produk tidak lepas dari peran konsumen merawat produknya karena manufaktur sudah melakukan inspeksi terhadap produknya. Terakhir perihal *customer service* merupakan jasa layanan yang disediakan manufaktur sehingga dapat diakses kapan saja. X82 dan X85 dianggap penting oleh pelanggan dari proses pengambilan kuesioner. Variabel laten X8 sebenarnya sudah dilakukan oleh pihak manufaktur namun pada pola PLC tetap terlihat terjadi ketidak beraturan terhadap polanya. Sehingga variabel laten X8 dan indikatornya tidak begitu memiliki pengaruh terhadap pola PLC.

Cara kedua dengan melihat nilai *R-square* (R^2) pada model yang dihasilkan, nilai *R-square* (R^2) dari variabel laten Y1 mampu menjelaskan variansi dari dua variabel laten yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) 0,126 dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) 0,068 sebesar 0,14 (19,4%). Jadi variabel laten atau faktor di luar model mampu dijelaskan oleh *consumer behaviour* sebesar 80,6%. Jadi dengan variabel laten X1 dan X8 belum dapat menjelaskan mengapa terjadi ketidak beraturan pola PLC Polytron 21'Seri 52UV81M.

Berikut di bawah ini juga dapat dilihat pola kurva PLC televisi tabung Polytron 21'Seri 52UV81M beserta modelnya.



Gambar 7.1. Hasil *Plotting* TV Tabung Polytron 21'Seri 52UV81M



Gambar 7.2. Model *Marketing Activity* TV Tabung Polytron 21'' 52UV81M

7.2. Pengaruh *Marketing Activity* Pada Model Televisi LED

Pada produk televisi LED Polytron 22 D 900 diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak Januari 2013 hingga November 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2). Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC televisi LED Polytron 22 D 900 beserta modelnya.

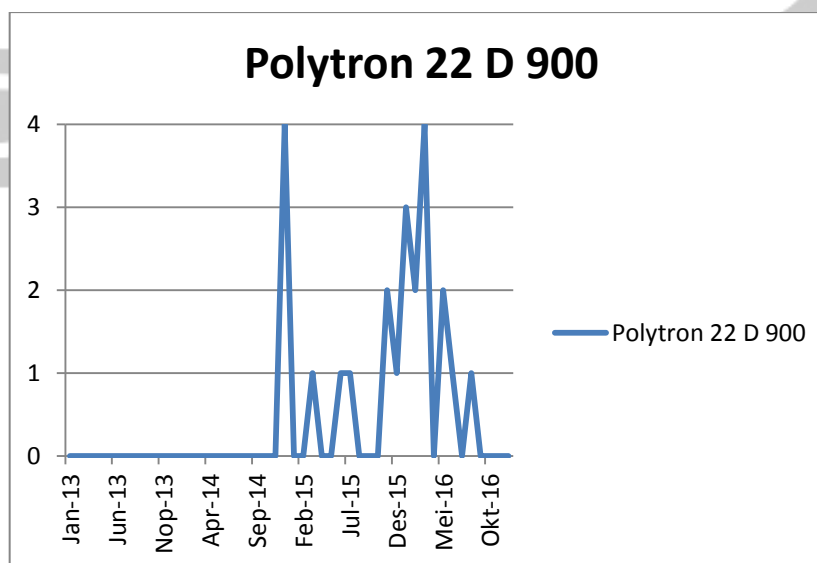
Pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator. Pada produk Polytron 22 D 900 diketahui dari model yang sudah dibuat ada dua variabel laten yang berpengaruh langsung pada pola PLC, yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) dapat dilihat pada gambar 7.4. Variabel laten X1 dan X8 masing-masing memiliki tiga hingga empat indikator. Variabel X1 untuk masing-masing indikatornya memiliki nilai X12 (0.807), X13 (0.453) dan, X14 (0.453) sehingga variabel X1 total memiliki pengaruh 0.145 terhadap Y1. Untuk variabel X8 masing-masing indikatornya memiliki nilai X81 (0.693), X82 (0.693), X84 (0.693) dan, X85 (0.693) sehingga variabel X8 total memiliki pengaruh 0.048 terhadap Y1.

Ditinjau dari setiap indikator dimulai dari X12 perihal ketersediaan produk yang selalu tersedia di toko memiliki pengaruh kecil dilihat dari *cross loading*-nya. Dibandingkan dengan data stok yang ada, Polytron 22 D 900 tidak pernah mengalami kekurangan stok. Jika terjadi kehabisan stok pun biasanya toko akan mencari produk yang diinginkan konsumen di toko lain di mana merupakan relasi Toko Langgeng Jaya Elektronik atau jika kehabisan produk biasanya pelanggan akan diarahkan oleh penjaga toko untuk berpindah memilih produk lain yang ada di toko. Jadi untuk ketersediaan produk Toko Langgeng Jaya tidak pernah mengalami kekurangan stok untuk produk Polytron 22 D 900 namun pola PLC produk tersebut tetap tidak beraturan. Untuk indikator X13 yakni terkait info garansi setiap pembelian produk apapun pihak toko akan menyampaikan informasi terkait garansi karena hal tersebut merupakan hak konsumen. Dilihat dari nilai *cross loading*-nya juga relatif tinggi walaupun begitu pola produk tersebut tetap tidak beraturan. Begitupun X14 yakni informasi terkait *service center* juga memiliki pengaruh yang relatif tinggi dari nilai *cross loading*-nya namun informasi terkait *service center* tidak selamanya dapat diinformasikan karena memang keberadaannya yang terbatas. Dari ketiga indikator dari variabel laten X1 diperoleh hasil jika variabel X1 tidak begitu berpengaruh pada pola PLC pada gambar 7.3. Hal tersebut dikarenakan walaupun ketiga indikator tersebut sudah rutin dilakukan serta dianggap penting oleh responden namun tetap tidak dapat menjawab mengapa pola PLC produk tersebut tidak beraturan. Hal yang sama terjadi pada variabel X8 (*Product Manufacture to Retail*) dengan indikatornya yaitu X81 (inovasi produk), X82 (keawetan produk), X84 (pendistribusian produk) dan, X85 (layanan *customer service*) belum dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap pola produk tersebut. Manufaktur dari produk televisi LED ini setiap

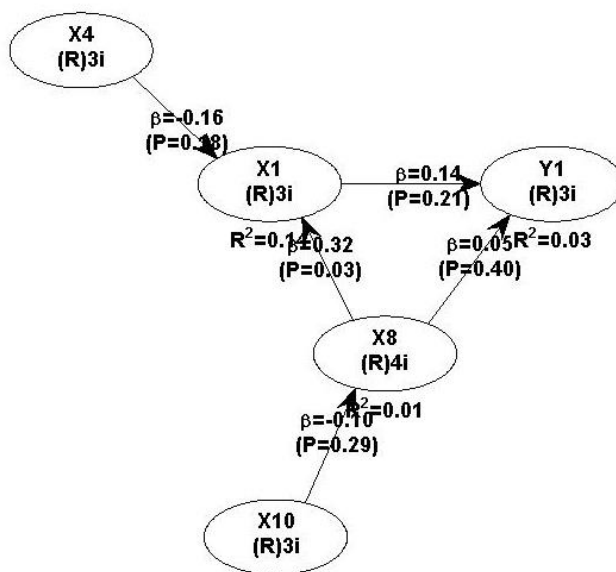
tahunnya selalu meluncurkan produk dengan inovasi yang lebih baru namun produk ini yang sudah ada sejak tahun 2013 masih tetap digemari hingga tahun 2016 terlihat dari data stok yang ada (terlampir). Nilai *cross loading*nya pun relatif sedang sehingga indikator ini memang tidak terlalu besar pengaruhnya. Sedangkan perihal keawetan produk tidak lepas dari peran konsumen merawat produknya karena manufaktur sudah melakukan inspeksi terhadap produknya. Terakhir perihal *customer service* merupakan jasa layanan yang disediakan manufaktur sehingga dapat diakses kapan saja. X82, X84 dan, X85 dianggap penting oleh pelanggan dari proses pengambilan kuesioner. Variabel laten X8 sebenarnya sudah dilakukan oleh pihak manufaktur namun pada pola PLC tetap terlihat terjadi ketidak beraturan terhadap polanya. Sehingga variabel laten X8 dan indikatornya tidak begitu memiliki pengaruh terhadap pola PLC.

Cara kedua dengan melihat nilai *R-square* (R^2) pada model yang dihasilkan, nilai *R-square* (R^2) dari variabel laten Y1 mampu menjelaskan variansi dari dua variabel laten yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) 0,023 dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) 0,004 sebesar 0,027 (2,7%). Jadi variabel laten atau faktor di luar model mampu dijelaskan oleh *consumer behaviour* sebesar 97,3%. Jadi dengan variabel laten X1 dan X8 belum dapat menjelaskan mengapa terjadi ketidak beraturan pola PLC Polytron 22 D 900.

Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC televisi LED Polytron 22 D 900 beserta modelnya.



Gambar 7.3. Hasil *Plotting* TV LED Polytron 22 D 900



Gambar 7.4. Model Marketing Activity TV LED Polytron 22 D 900

7.3. Pengaruh Marketing Activity Pada Model Televisi Kulkas

Pada produk kulkas Panasonic NRA 179 diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak Januari 2014 hingga November 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2). Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC kulkas Panasonic NRA 179 beserta modelnya.

Pada produk kulkas Panasonic NRA 179 diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak Januari 2014 hingga November 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2). Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC kulkas Panasonic NRA 179 beserta modelnya.

Pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator. Pada produk kulkas Panasonic NRA 179 diketahui dari model yang sudah dibuat ada dua variabel laten yang berpengaruh langsung pada pola PLC, yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) dapat dilihat pada gambar 7.6. Variabel laten X1 dan X8 masing-masing memiliki tiga hingga empat indikator. Variabel X1 untuk masing-masing indikatornya memiliki nilai X12 (0.800), X13 (0.503) dan, X14 (0.503) sehingga variabel X1 total memiliki pengaruh 0.330

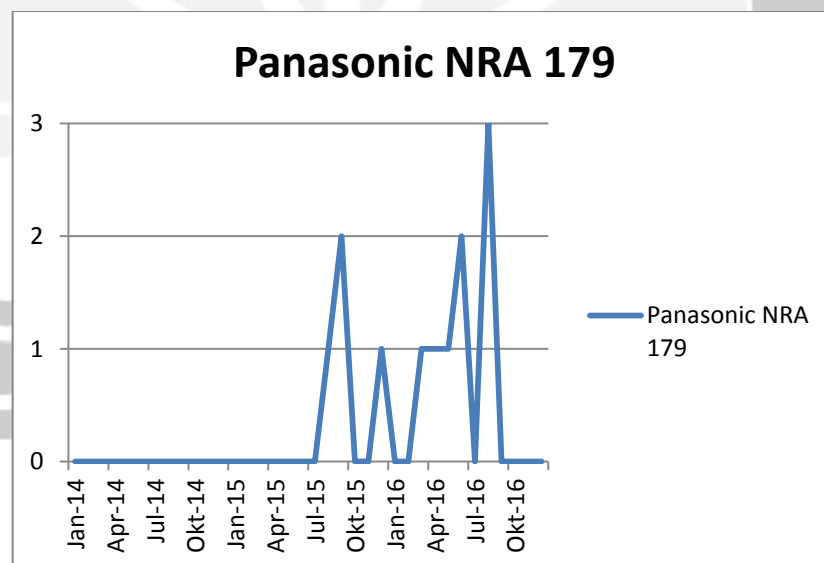
terhadap Y1. Untuk variabel X8 masing-masing indikatornya memiliki nilai X81 (0.965), X82 (0.427), X84 (0.965) dan, X85 (0.491) sehingga variabel X8 total memiliki pengaruh -0.449 terhadap Y1.

Ditinjau dari setiap indikator dimulai dari X12 perihal ketersediaan produk yang selalu tersedia di toko memiliki pengaruh kecil dilihat dari *cross loading*nya. Dibandingkan dengan data stok yang ada, kulkas Panasonic NRA 179 tidak pernah mengalami kekurangan stok. Jika terjadi kehabisan stok pun biasanya toko akan mencari produk yang diinginkan konsumen di toko lain di mana merupakan relasi Toko Langgeng Jaya Elektronik atau jika kehabisan produk biasanya pelanggan akan diarahkan oleh penjaga toko untuk berpindah memilih produk lain yang ada di toko. Jadi untuk ketersediaan produk Toko Langgeng Jaya tidak pernah mengalami kekurangan stok untuk produk kulkas Panasonic NRA 179 namun pola PLC produk tersebut tetap tidak beraturan. Untuk indikator X13 yakni terkait info garansi setiap pembelian produk apapun pihak toko akan menyampaikan informasi terkait garansi karena hal tersebut merupakan hak konsumen. Dilihat dari nilai *cross loading*nya juga relatif tinggi walaupun begitu pola produk tersebut tetap tidak beraturan. Begitupun X14 yakni informasi terkait *service center* juga memiliki pengaruh yang relatif tinggi dari nilai *cross loading*nya namun informasi terkait *service center* tidak selamanya dapat diinformasikan karena memang keberadaannya yang terbatas. Dari ketiga indikator dari variabel laten X1 diperoleh hasil jika variabel X1 tidak begitu berpengaruh pada pola PLC pada gambar 7.5. Hal tersebut dikarenakan walaupun ketiga indikator tersebut sudah rutin dilakukan serta dianggap penting oleh responden namun tetap tidak dapat menjawab mengapa pola PLC produk tersebut tidak beraturan. Hal yang sama terjadi pada variabel X8 (*Product Manufacture to Retail*) dengan indikatornya yaitu X81 (inovasi produk), X82 (keawetan produk), X84 (pendistribusian produk) dan, X85 (layanan *customer service*) belum dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap pola produk tersebut. Manufaktur dari produk televisi LED ini setiap tahunnya selalu meluncurkan produk dengan inovasi yang lebih baru namun produk ini yang sudah ada sejak tahun 2014 masih tetap digemari hingga tahun 2016 terlihat dari data stok yang ada (terlampir). Nilai *cross loading*nya pun relatif sedang sehingga indikator ini memang tidak terlalu besar pengaruhnya. Sedangkan perihal keawetan produk tidak lepas dari peran konsumen merawat produknya karena manufaktur sudah melakukan inspeksi terhadap produknya. Terakhir perihal *customer service*

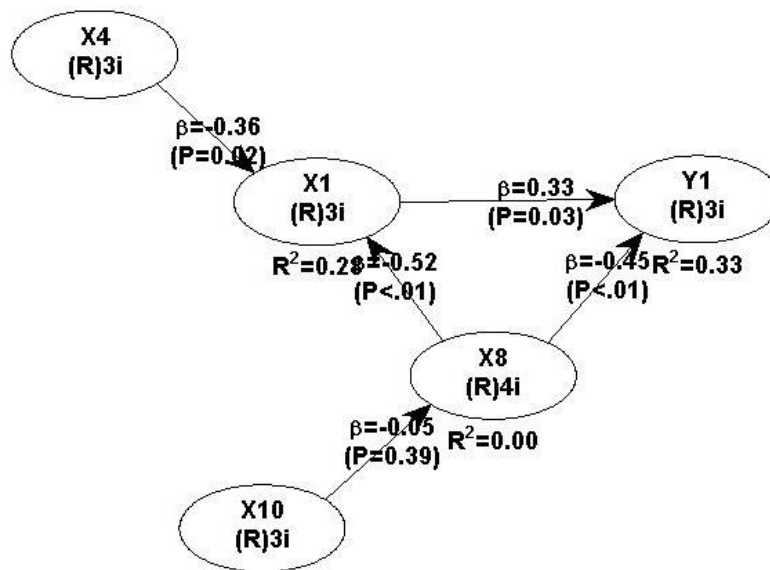
merupakan jasa layanan yang disediakan manufaktur sehingga dapat diakses kapan saja. X82, X84 dan, X85 dianggap penting oleh pelanggan dari proses pengambilan kuesioner. Variabel laten X8 sebenarnya sudah dilakukan oleh pihak manufaktur namun pada pola PLC tetap terlihat terjadi ketidak beraturan terhadap polanya. Sehingga variabel laten X8 dan indikatornya tidak begitu memiliki pengaruh terhadap pola PLC.

Cara kedua dengan melihat nilai *R-square* (R^2) pada model yang dihasilkan, nilai *R-square* (R^2) dari variabel laten Y1 mampu menjelaskan variansi dari dua variabel laten yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) 0,119 dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) 0,211 sebesar 0,330 (33%). Jadi variabel laten atau faktor di luar model mampu dijelaskan oleh *consumer behaviour* sebesar 67%. Jadi dengan variabel laten X1 dan X8 belum dapat menjelaskan mengapa terjadi ketidak beraturan pola kulkas Panasonic NRA 179 secara keseluruhan.

Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC kulkas Panasonic NRA 179 beserta modelnya.



Gambar 7.5. Hasil *Plotting* Kulkas Panasonic NRA 179



Gambar 7.6. Model *Marketing Activity* Kulkas Panasonic NRA 179

7.4. Pengaruh *Marketing Activity* Pada Model Televisi Mesin Cuci

Pada produk mesin cuci SHARP ES-T96CL diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak Januari 2012 hingga November 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2). Berikut di bawah ini juga dapat dilihat gambaran pola kurva PLC mesin cuci SHARP ES-T96CL beserta modelnya.

Pada produk mesin cuci SHARP ES-T96CL diketahui pada Toko Langgeng Jaya Elektronik mulai ditawarkan sejak Januari 2012 hingga September 2016. Untuk mengetahui hubungan antara pola kurva PLC dengan model yang sudah dibuat. Dapat dilakukan dengan dua cara, pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator dan kedua nilai *R-square* (R^2).

Pertama dengan melihat nilai *cross loading* setiap indikator. Pada produk mesin cuci SHARP ES-T96CL diketahui dari model yang sudah dibuat ada dua variabel laten yang berpengaruh langsung pada pola PLC, yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) dapat dilihat pada gambar 7.2. Variabel laten X1 dan X8 masing-masing memiliki tiga hingga empat indikator. Variabel X1 untuk masing-masing indikatornya memiliki nilai X12 (0.452), X13 (1.000) dan, X14 (1.000) sehingga variabel X1 total memiliki pengaruh 0.345 terhadap Y1. Untuk variabel X8 masing-masing indikatornya memiliki nilai X81

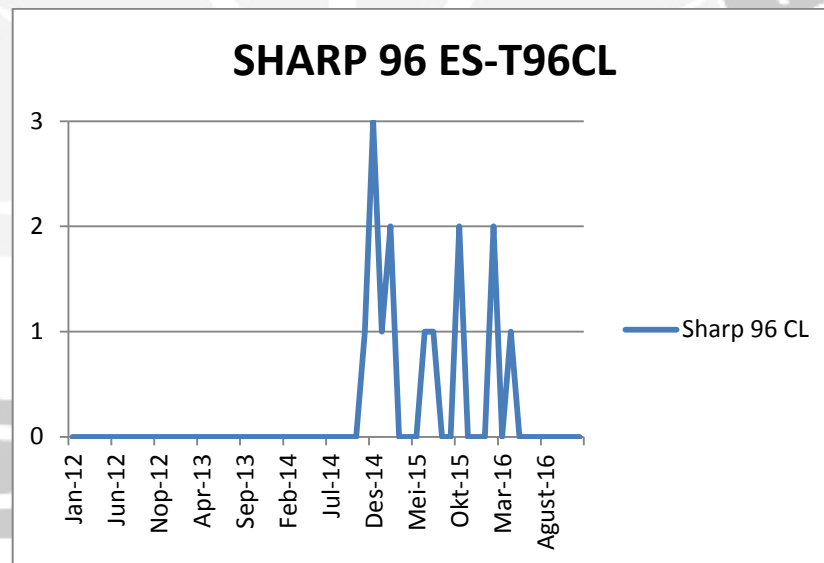
(0.757), X82 (0.830), X84 (0.667) dan, X85 (0.830) sehingga variabel X8 total memiliki pengaruh 0.349 terhadap Y1.

Ditinjau dari setiap indikator dimulai dari X12 perihal ketersediaan produk yang selalu tersedia di toko memiliki pengaruh kecil dilihat dari *cross loading*nya. Dibandingkan dengan data stok yang ada di bagian lampiran, produk mesin cuci SHARP ES-T96CL tidak pernah mengalami kekurangan stok. Jika terjadi kehabisan stok pun biasanya toko akan mencari produk yang diinginkan konsumen di toko lain di mana merupakan relasi Toko Langgeng Jaya Elektronik atau jika kehabisan produk biasanya pelanggan akan diarahkan oleh penjaga toko untuk berpindah memilih produk lain yang ada di toko. Jadi untuk ketersediaan produk Toko Langgeng Jaya tidak pernah mengalami kekurangan stok untuk produk mesin cuci SHARP ES-T96CL namun pola PLC produk tersebut tetap tidak beraturan. Untuk indikator X13 yakni terkait info garansi setiap pembelian produk apapun pihak toko akan menyampaikan informasi terkait garansi karena hal tersebut merupakan hak konsumen. Dilihat dari nilai *cross loading*nya juga relatif tinggi walaupun begitu pola produk tersebut tetap tidak beraturan. Begitupun X14 yakni informasi terkait *service center* juga memiliki pengaruh yang relatif tinggi dari nilai *cross loading*nya namun informasi terkait *service center* tidak selamanya dapat diinformasikan karena memang keberadaannya yang terbatas. Dari ketiga indikator dari variabel laten X1 diperoleh hasil jika variabel X1 tidak begitu berpengaruh pada pola PLC pada gambar 7.7. Hal tersebut dikarenakan walaupun ketiga indikator tersebut sudah rutin dilakukan serta dianggap penting oleh responden namun tetap tidak dapat menjawab mengapa pola PLC produk tersebut tidak beraturan. Hal yang sama terjadi pada variabel X8 (*Product Manufacture to Retail*) dengan indikatornya yaitu X81 (inovasi produk), X82 (keawetan produk), X84 (distribusi produk) dan, X85 (layanan *customer service*) belum dapat menunjukkan pengaruhnya terhadap pola produk tersebut. Manufaktur dari produk televisi ini setiap tahunnya selalu meluncurkan produk dengan inovasi yang lebih baru namun produk ini yang sudah ada sejak tahun 2012 masih tetap digemari hingga tahun 2016 terlihat dari data stok yang ada. Nilai *cross loading*nya pun relatif kecil sehingga indikator ini memang tidak terlalu berpengaruh. Sedangkan perihal keawetan produk tidak lepas dari peran konsumen merawat produknya karena manufaktur sudah melakukan inspeksi terhadap produknya. Terakhir perihal *customer service* merupakan jasa layanan yang disediakan manufaktur sehingga

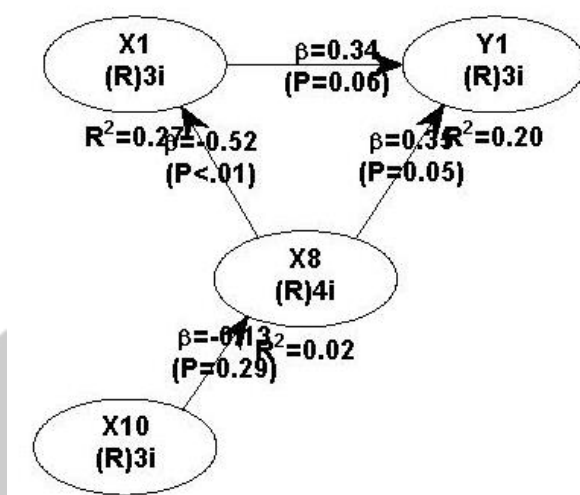
dapat diakses kapan saja. X82, X84 dan X85 dianggap penting oleh pelanggan dari proses pengambilan kuesioner. Variabel laten X8 sebenarnya sudah dilakukan oleh pihak manufaktur namun pada pola PLC tetap terlihat terjadi ketidak beraturan terhadap polanya. Sehingga variabel laten X8 dan indikatornya tidak begitu memiliki pengaruh terhadap pola PLC.

Cara kedua dengan melihat nilai *R-square* (R^2) pada model yang dihasilkan, nilai *R-square* (R^2) dari variabel laten Y1 mampu menjelaskan variansi dari dua variabel laten yaitu X1 (*Product Retail to Customer*) 0,100 dan X8 (*Product Manufacture to Retail*) 0,102 sebesar 0,202 (20,2%). Jadi variabel laten atau faktor di luar model mampu dijelaskan oleh *consumer behaviour* sebesar 79,8%. Jadi dengan variabel laten X1 dan X8 belum dapat menjelaskan mengapa terjadi ketidak beraturan pola PLC mesin cuci SHARP ES-T96CL.

Berikut di bawah ini juga dapat dilihat pola kurva PLC mesin cuci SHARP ES-T96CL beserta modelnya.



Gambar 7.7. Hasil *Plotting* Mesin Cuci SHARP ES-T96CL



Gambar 7.8. Model *Marketing Activity* Mesin Cuci SHARP ES-T96CL