

## ***ABSTRACT***

*On this thesis will analyze the perception of grosir as reseller in regard to the company attitude, brand of the product, and economic outcomes in regard to build satisfaction (Case of Study at PT. Far East Trading Indonesia). The purpose of this study is to know the correlation between the three antecedents of grosir's satisfaction were considered: the attitude of company as supplier, brand, and economic outcomes achieved by grosir.*

*Hypotheses are developed and tested in order to observe whether there is a correlation between factors of company attitude, brand and economic outcomes to an overall satisfaction of grosir. The result show that if three independent variables (company attitude, brand, and economic outcomes) are tested alone with variable satisfaction, these entire three variable have significant correlation. But if the three independent variables are tested together, then factor of brand has correlation but not significant, however company attitude and economic outcomes have significant correlation with grosir satisfaction.*

*Hopefully the result of this study could be useful especially for management of PT. Far East Trading Indonesia on how to build satisfaction of grosir as their partner in distribution line of their product.*

## **ABSTRAK**

Pada tesis ini akan dilakukan analisis persepsi pedagang grosir terhadap sikap perusahaan sebagai pemasok, terhadap merek, dan terhadap keuntungan ekonomis dalam upaya membangun kepuasan (Studi Kasus di PT. Far East Trading Indonesia). Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara sikap perusahaan, merek dan keuntungan ekonomis dengan kepuasan grosir.

Hipotesis dibangun dan diuji untuk mengetahui ada atau tidak ada hubungan antara ketiga variabel independen (sikap perusahaan, merek, dan keuntungan ekonomis) terhadap variabel dependen (kepuasan). Hasil pengujian atas ketiga variabel independen secara sendiri-sendiri terhadap kepuasan menghasilkan hubungan yang signifikan. Tetapi jika uji dilakukan ketiga variabel independen tersebut secara bersama terhadap kepuasan, maka variabel merek mempunyai hubungan dengan kepuasan tetapi tidak secara signifikan, sedangkan keuntungan ekonomis dan sikap perusahaan yang menghasilkan hubungan yang signifikan terhadap kepuasan, sedangkan variabel merek tidak signifikan ada hubungan dengan kepuasan.

Semoga hasil yang dipaparkan dalam tesis ini dapat bermanfaat bagi manajemen PT. Far East Trading Indonesia untuk membangun kepuasan grosir sebagai rekanan kerja dalam jaringan distribusi produk yang dikelola perusahaan.