

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan PT. Kobexindo Tractors Tbk cabang Surabaya yang memiliki unit doosan excavator tetapi tidak melakukan pembelian suku cadang (*part*) doosan melainkan menggunakan *part* lain. Perilaku pembelian pada pelanggan tersebut mengakibatkan *part* doosan dalam hal ini PT. Kobexindo Tractors Tbk cabang Surabaya sebagai distributor di Indonesia mengalami kerugian.

Untuk memenangkan persaingan *part* doosan harus mampu menganalisis perilaku pembelian (*purchasing behavior*) dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk. Karenanya *part* doosan harus menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan doosan excavator di Surabaya sehingga tidak membeli *part* doosan excavator di PT. Kobexindo Tractors Tbk cabang Surabaya dan mengetahui.

Berdasarkan hasil penelitian terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhi pelanggan PT. Kobexindo Tractors Tbk di Surabaya sehingga tidak membeli *part* doosan excavator. Faktor-faktor tersebut antara lain, kualitas, harga, *availability*, dan pelayanan. Dari faktor-faktor tersebut, terdapat dua faktor yang paling mempengaruhi pelanggan sehingga tidak membeli *part* doosan excavator, yaitu faktor pelayanan dan faktor *availability*.

Setelah mengetahui faktor yang menjadi alasan utama para pelanggan tidak membeli *part* doosan, maka perlu dilakukan *root cause analysis* (RCA) untuk menganalisis lebih lanjut pada akar masalah dari faktor tersebut. Hal ini untuk menciptakan usulan program yang harus diterapkan demi meningkatkan penjualan *part* doosan excavator di PT. Kobexindo Tractors Tbk cabang Surabaya. *Root Cause Analysis* ini dilakukan dengan mengembangkan teknik *5 Why diagram*.

Dari hasil *root cause analysis* (RCA) untuk faktor *availability part* doosan, direkomendasikan program yang menyediakan *business consultant* bagi setiap pelanggan yang bertugas langsung dilapangan untuk mengawal kebutuhan dan ketersediaan *part* pada unit doosan excavator. Sedangkan untuk faktor pelayanan *part* doosan disarankan membuat program "*mobile store*" dengan menggunakan mobil operasional, sehingga dapat mempercepat pengiriman *part*. Serta mengevaluasi bisnis proses yang dimiliki diharapkan akan menemukan bisnis proses yang cepat, aman dan menguntungkan perusahaan dan pelanggan.

Sedangkan hasil indentifikasi program-program yang ada pada *part* doosan adalah sebagai berikut. PT. Kobexindo Tractors Tbk dapat menghapus program *Spare part Consultacy Program* dan *Joy Full Meeting Program* karena ternyata merupakan program-program tersebut tidak efektif dan kurang diminati pelanggan sehingga lebih baik tidak dilanjutkan lagi. Sedangkan program lain seperti *Spare part Campaign Program*, *Credit Spare part Program*, dan *Blanket Order Program* merupakan program yang menarik dan dapat dilanjutkan namun perlu dilakukan *review* untuk program-program ini agar pelaksanaannya menjadi efektif.

Kata Kunci: *Purchasing Behavior, Availability, Pelayanan, Root Cause Analysis.*