

Penelitian ini mengenai Evaluasi Kinerja Distributor Mie Instan dengan Menggunakan Metode VPI (*Vendor Performance Index*) dan SUR (*Standardized Unitless Rating*). Distributor mie instan yang dipakai sebagai obyek penelitian adalah distributor mie instan merk Indomie yang diproduksi oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposif random sampling*. Responden yang digunakan ada dua yaitu pengecer akhir dan konsumen. Pengecer akhir melakukan penilaian terhadap saluran distribusi pada level atasnya dan konsumen melakukan penilaian terhadap saluran distribusi yang langsung berinteraksi terhadap konsumen.

Pelaku distribusi mie instan (merk Indomie) terdiri dari distributor, grosir (pedagang besar), pedagang pasar tradisional dan pengecer akhir. Para pelaku distribusi tersebut mempunyai kinerja yang berbeda-beda dalam menyalurkan produk mie instan.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa pelaku distribusi pada level grosir (pedagang besar) memiliki kelebihan relatif dibanding pelaku distribusi yang lain baik ditinjau dari segi pengecer maupun konsumen. Tetapi pengembangan saluran distribusi tidak hanya dilakukan kepada pedagang besar (grosir) saja, tetapi dilakukan kepada seluruh pelaku distribusi, karena seluruh sektor dalam rantai distribusi tidak bisa berjalan terpisah tetapi merupakan satu kesatuan.