

**PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN PERITEL TRADISIONAL  
DENGAN PEMASOK DI ERA GLOBAL**



**SKRIPSI**

**Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Persyaratan Guna Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta**

**Disusun oleh :**

**Eka Ummul Istikomah**

**F0212038**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**2016**

## **ABSTRAK**

### **PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN PERITEL TRADISIONAL DENGAN PEMASOK DI ERA GLOBAL**

**EKA UMMUL ISTIKOMAH**

**NIM. F0212038**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji: 1) pengaruh kualitas teknikal terhadap kepuasan, 2) pengaruh kualitas fungsional terhadap kepuasan, 3) pengaruh kepuasan terhadap loyalitas, 4) pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas, 5) pengaruh komitmen terhadap loyalitas, 6) pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan, 7) pengaruh kepuasan terhadap komitmen, dan 8) pengaruh kepercayaan terhadap komitmen.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan ritel tradisional di Pasar Ir Soekarno Sukoharjo, diambil dengan metode *nonprobability sampling* dan teknik *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah perusahaan ritel yang memperoleh barang dari agen distributor pemasok. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 138 perusahaan. Metode analisis menggunakan SEM dengan program *Partial Least Square* (PLS).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas teknikal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, 2) kualitas fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, 3) kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas, 4) kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas, 5) komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, 6) kepuasan tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, 7) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen, dan 8) kepercayaan tidak berpengaruh terhadap komitmen. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terbatasnya objek penelitian sehingga membatasi kemampuan generalisasi dari hasil penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melengkapi kekurangan yang ada pada penelitian ini.

Kata Kunci: Pemasaran Relasional, Kepuasan, Kepercayaan, Komitmen,  
Loyalitas, Ritel Tradisional.

## **ABSTRACT**

### **RELATIONSHIP MARKETING IN THE TRADITIONAL RETAILER RELATION WITH SUPPLIER IN THE GLOBAL ERA**

**By:**

**EKA UMMUL ISTIKOMAH**

**F0212038**

*This study has the aim to examine: 1) the influence of technical quality on satisfaction, 2) the influence of functional quality on satisfaction, 3) the influence of satisfaction on loyalty, 4) the effect of trust on loyalty, 5) the effect of commitment on loyalty, 6) the impact of satisfaction on trust, 7) the impact of satisfaction on commitment, and 8) the effect of trust on commitment.*

*This research was conducted at traditional retail companies in the Market Ir Soekarno Sukoharjo, taken with nonprobability methods of sampling and purposive sampling technique. The criteria of respondents in this study is a retail company that obtain goods from distributors agents suppliers. The number of respondents in this study were 138 companies. SEM analysis method used with the Partial Least Square (PLS) program.*

*The results of this study show that: 1) the technical quality influences positively and significantly on satisfaction, 2) the functional quality influences positively and significantly on satisfaction, 3) satisfaction has no effect on loyalty, 4) trust has no effect on loyalty, 5) commitment has positive and a significant effects on loyalty, 6) satisfaction does not affect trust, 7) satisfaction has positive and significant effects on commitment, and 8) trust has no effect on commitment. The laxities of this study is the limited research object, limiting the generalizability of the results. Further research is expected to complement the existing shortcomings in this study.*

*Keywords: Relational Marketing, Satisfaction, Trust, Commitment,  
Loyalty, Traditional Retail.*

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi dengan Judul:

**PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN PERITEL TRADISIONAL  
DENGAN PEMASOK DI ERA GLOBAL**

Disusun oleh:

**Eka Ummul Istikomah**

**NIM.F0212038**

Surakarta,

Disetujui dan diterima oleh

Dosen pembimbing



**Retno Tanding Suryandari, Ph.D.**

**NIP.197105282000032001**

## HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret guna melegkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

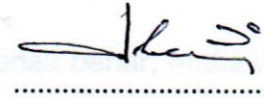
Tim Penguji Skripsi

Surakarta, 11 Februari 2017

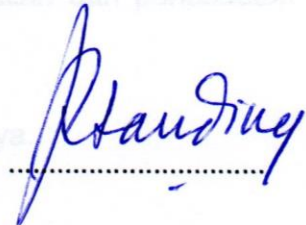
1. **Drs. Muh. Amien Gunadi, M.P** Sebagai Ketua  
**NIP. 195610231986011001**



2. **Drs. Bambang Sarosa, M.Si** Sebagai Anggota  
**NIP. 195503011985031002**



3. **Retno Tanding S., Ph.D** Sebagai Pembimbing  
**NIP. 197105282000032001**



Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



**Reza Rahardian, S.E, M.Si**  
**NIP. 197406092000121001**

## SURAT PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret:

Nama : EKA UMMUL ISTIKOMAH  
NIM : F0212038  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN  
PERITEL TRADISIONAL DENGAN PEMASOK DI ERA  
GLOBAL

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Tugas Akhir yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/saduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan ijazah dan pencabutan gelar sarjana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 19 Desember 2016

Mahasiswa



Eka Ummul Istikomah

✍ F0212038

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini saya persembahkan kepada:**

**Ibu Sarwini dan Bapak Parmanto yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta do'a tiada henti hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.**

**Adikku Fitri Nurul Laili dan Tsalsa Aljazira Kurma.**

## **HALAMAN MOTTO**

**“Berjuanglah! Hanya dirimu sendiri yang memahami jalan perjuanganmu.  
Tak perlu mengasihani diri sendiri. Bangkit dan tetap percaya, tetap yakin  
bahwa Allah senantiasa bersamamu.”**

**(Penulis)**

**“It ain’t over ‘till its over”**

**(Yogi Berra)**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah banyak mengkaruniakan nikmat dan berkah-Nya yang tak terhitung. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN PERITEL TRADISIONAL DENGAN PEMASOK DI ERA GLOBAL”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan doa sejak masa persiapan hingga akhir penyusunan skripsi. Secara khusus, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu dan Bapak yang tidak pernah berhenti memberikan segala dukungan serta doa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
2. Dr. Hunik Sri Runing S, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Reza Rahardian S.E., M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Retno Tanding Suryandari, Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta ilmu yang sangat bermanfaat untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Harmadi, M.M., selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, serta nasihat-nasihat kepada penulis selama menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.

6. Adik-adikku, Fitri Nurul Laili dan Tsalsa Aljazira Kurma yang selalu menghiburku dengan segala tingkah laku kalian dikala rasa penat mulai menghampiri.
7. Mira Ghani Irmawati yang selalu memberikan motivasi, dukungan, dan semangat.
8. Teman-teman terdekatku, Vida Kartika, Alifah, Sekar Zulfa, Natalia Dyah, Widiayu, Novia Dian, Novi Liyana, Scholastika Windy, Doddy Setyadi, Agus Irawan, Gilang Surya, dan Dinda Safira. Teman-teman persekripsian, Savira, Galang, Hantoro, Mutiara, Latifah, Mbak Mutya, Mbak Ersita, dan Mas Keanu.
9. Keluarga KKN Tunggulrejo periode Juli – Agustus 2015.
10. Semua teman-teman yang telah banyak membantu dan memberi motivasi, manajemen kelas C, tim magang Sosro, teman-teman PSM dan teman-teman se fakultas Ekonomi dan Bisnis.
11. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, apabila ada kata yang tidak berkenan, penulis mohon maaf. Penulis juga mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya. Aamiin.

Surakarta, 19 Desember 2016

Eka Ummul Istikomah

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1. Latar Belakang .....	1
2. Rumusan Masalah .....	6
3. Tujuan Penelitian .....	6
4. Manfaat Penelitian .....	7
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
1. Pemasaran Relasional ( <i>Relationship Marketing</i> ) .....	8

2. Loyalitas ( <i>Loyalty</i> ) .....	13
3. Kualitas Hubungan ( <i>Relationship Quality</i> ) .....	16
4. Kualitas Servis ( <i>Service Quality</i> ) .....	17
5. Kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) .....	18
6. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	19
7. Komitmen ( <i>Commitment</i> ) .....	21
8. Hipotesis .....	22
9. Kerangka Pemikiran .....	23

### **BAB III METODE PENELITIAN**

1. Desain Penelitian .....	24
2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	24
3. Devinisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	26
4. Instrumen Penelitian .....	29
5. Sumber Data .....	30
6. Metode Pengumpulan Data .....	30
7. Metode Analisis .....	31
7.1. Analisis Deskriptif .....	31
7.2. Analisis Kuantitatif .....	32
7.3. Uji Instrumen .....	32
7.4. Metode Analisis Data .....	33
7.5. Analisis Model .....	34

7.6. Pengujian Hipotesis .....	35
--------------------------------	----

#### **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

1. Uji Pendahuluan .....	36
2. Analisis Deskriptif .....	36
3. Uji Instrumen .....	38
3.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	38
4. Pengujian Model .....	42
5. Pengujian Hipotesis .....	46
6. Pembahasan .....	53

#### **BAB V PENUTUP**

1. Kesimpulan .....	55
2. Implikasi Penelitian .....	57
3. Keterbatasan Penelitian .....	58
4. Saran .....	58

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
IV.1 Deskriptif Data Responden .....	38
IV.2 KMO Uji Validitas .....	40
IV.3 Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas .....	41
IV.4 Outer Loading .....	43
IV.5 Discriminant Validity .....	44
IV.6 Composite Reliability and Average Variance Extraxted (AVE) .....	45
IV.7 Path Coefficient .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
I.1 Perkembangan Pangsa Pasar Ritel Modern dan Tradisional.....	3
II.1 Kerangka Pemikiran .....	23
IV.1 Model Hasil Penelitian .....	48