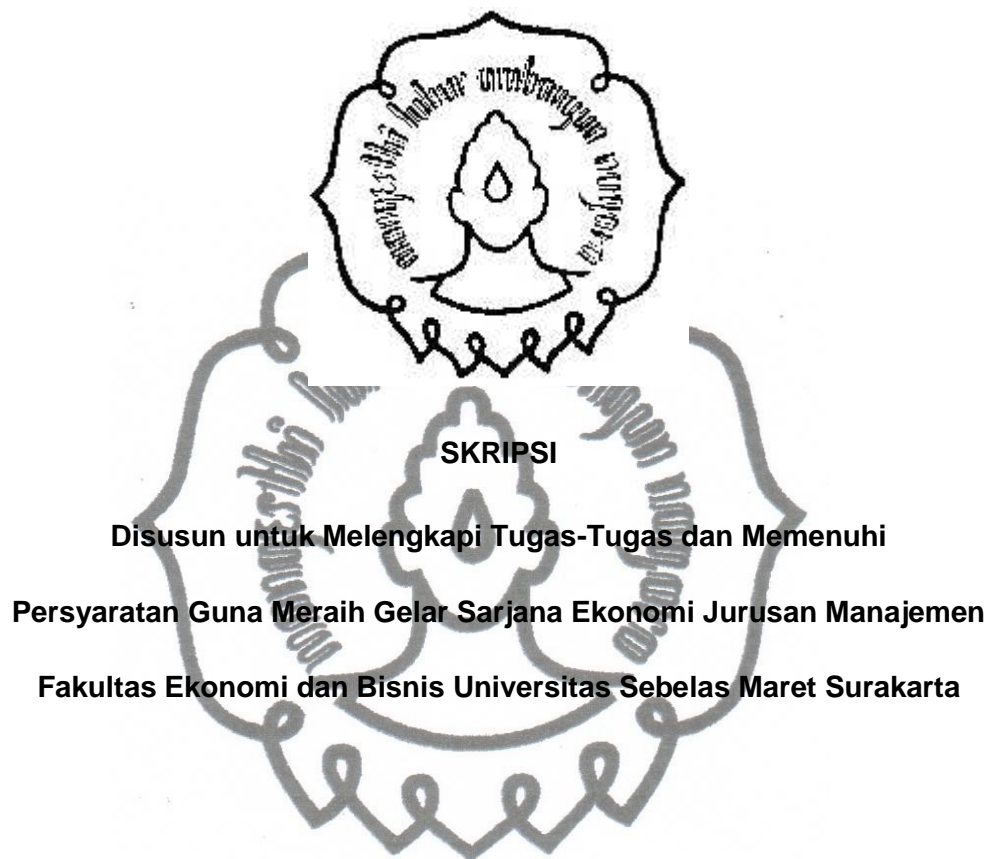


**PEMASARAN RELASIONAL DALAM HUBUNGAN PERITEL TRADISIONAL
DENGAN PEMASOK DI ERA GLOBAL**



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.

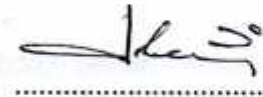
Tim Penguji Skripsi

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

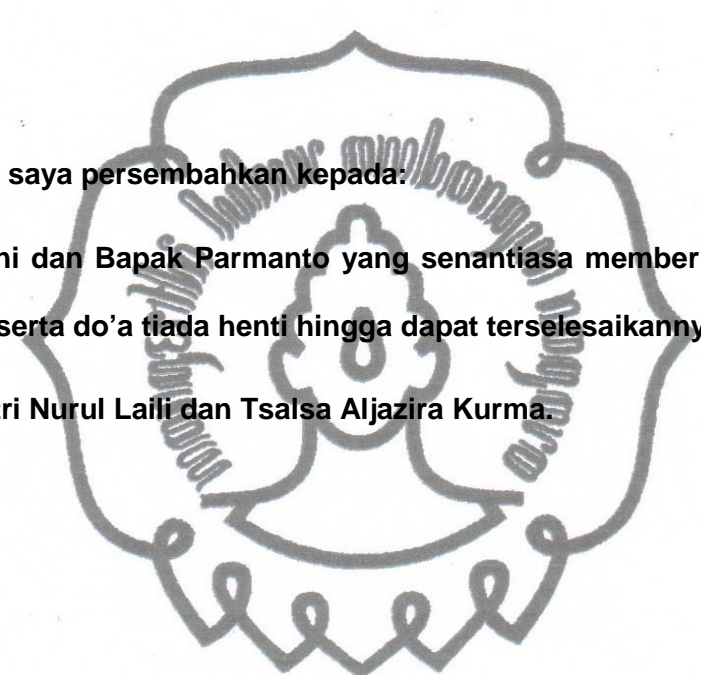
F0212038

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.



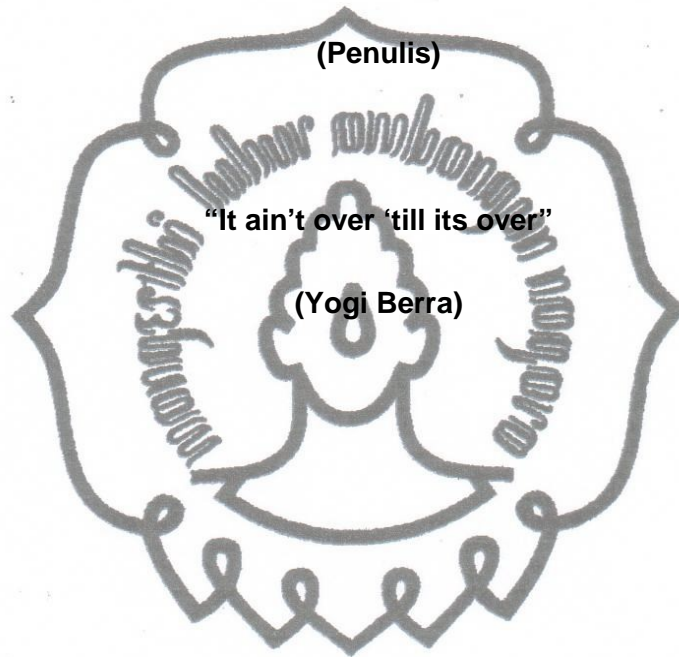
HALAMAN MOTTO

**“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
 BAB I PENDAHULUAN	
1. Latar Belakang	1
2. Rumusan Masalah	6
3. Tujuan Penelitian	6
4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
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

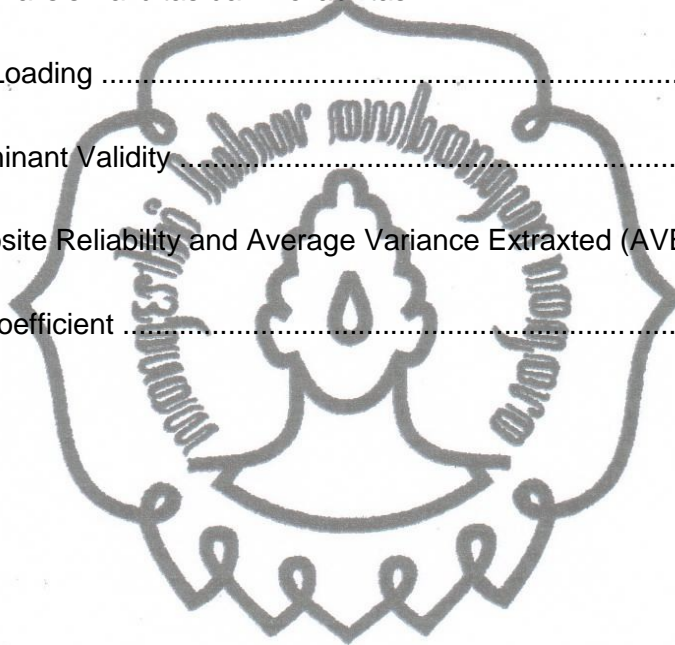
1. Kesimpulan	55
2. Implikasi Penelitian	57
3. Keterbatasan Penelitian	58
4. Saran	58

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

