

DISERTASI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONAL
EFFORTS TO TRANSACTION SATISFACTION, RELATIONAL
OUTCOMES AND CUSTOMER RETENTION ON RETAIL
IN THE CITY OF BANJARMASIN*



Oleh :

HJ. NOOR RITAWATY

NIM : 1271600019

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONAL
EFFORTS TO TRANSACTION SATISFACTION, RELATIONAL
OUTCOMES AND CUSTOMER RETENTION ON RETAIL IN THE
CITY OF BANJARMASIN***

DISERTASI

Untuk memperoleh Gelar Doktor
Dalam Program Studi Ilmu Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Oleh :

**HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019**

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

DISERTASI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONAL
EFFORTS TO TRANSACTION SATISFACTION, RELATIONAL
OUTCOMES AND CUSTOMER RETENTION ON RETAIL
IN THE CITY OF BANJARMASIN*



Oleh :

HJ. NOOR RITAWATY

NIM : 1271600019

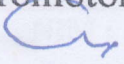
**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

Lembar Pengesahan

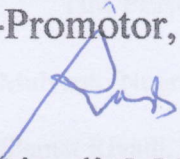
DISERTASI TELAH DISETUJUI

Tanggal 6 Desember 2019

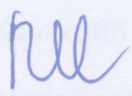
Oleh :
Promotor,


Prof. Dr. H. Ujianto, MS

Ko-Promotor,


Dr. H. Slamet Riyadi, M, Si., Ak, CA

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya


Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, SH, MM

DISERTASI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

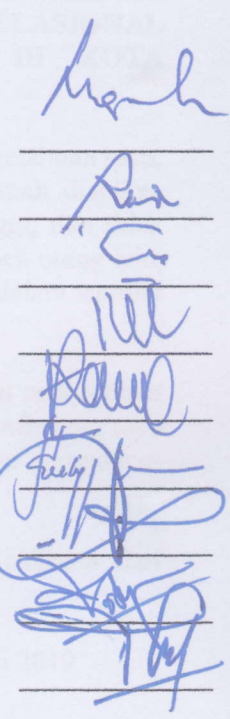
Diajukan

HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019

Disertasi telah diujikan dan direvisi di depan Tim Penguji pada
Ujian Tertutup Program Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

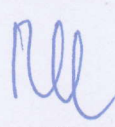
TIM PENGUJI :

Ketua	Dr.H.Mulyanto Nugroho,MM,CMA,CPA
Sekretaris	Dr.H.Slamet Riyadi, M,Si.,Ak,CA
Anggota	Prof.Dr. H. Ujianto, MS
Anggota	Prof.Dr.Amiartuti Kusmaningtyas,SH, MM
Anggota	Prof.Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ak, Ms.,CA.CPA
Anggota	Prof.Dr.Tatik Suryani, MM
Anggota	Dr.Suroso,MS
Anggota	Dr.Nanis Susanti, MM
Anggota	Dr.Abdul Halik, MM



Handwritten signatures of the examiners, each on a horizontal line. The signatures are in blue ink and vary in style, including some that are quite stylized and overlapping.

Mengetahui
Ketua Program Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Handwritten signature of Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas in blue ink.

Prof. Dr.Amiartuti Kusmaningtyas, SH, MM

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019
Alamat : Komplek Bumi Pemurus Permai. Jl. Krisna IX RT.
20 No.15 Banjarmasin
Program : Doktor Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan bahwa "Disertasi" yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL DI KOTA BANJARMASIN

Hasil karya sendiri dan bukan "Duplikasi" dari karya orang lain sepengetahuan saya, di dalam Naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan datar pustaka

Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun



HJ. NOOR RITAWATY
NIM.1271600019



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
EMAIL: PERPUS@UNTAG-SBY.AC.ID.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hj. Noor Ritawaty
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Doktor Ilmu Ekonomi
Jenis Karya : Disertasi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME RELASIONAL
DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 16 Desember 2019

Yang Menyatakan



(Hj. Noor Ritawaty)

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

***THE INFLUECE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONAL
EFFORTS TO TRANSACTION SATISFACTION, RELATIONAL
OUTCOMES AND CUSTOMER RETENTION ON RETAIL IN THE
CITY OF BANJARMASIN***

DISERTASI

Untuk memperoleh Gelar Doktor
Dalam Program Studi Ilmu Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Oleh :

**HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019**

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

DISERTASI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL
TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME
RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL
DI KOTA BANJARMASIN**

*THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND RELATIONAL
EFFORTS TO TRANSACTION SATISFACTION, RELATIONAL
OUTCOMES AND CUSTOMER RETENTION ON RETAIL IN THE
CITY OF BANJARMASIN*



**HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019**

**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan -----	60
2.2. Model Makro Kepuasan Pelanggan Tradisional -----	62
2.3. Pengelompokan Bisnis Ritel -----	78
2.4. Kaitan Logis Retensi Pelanggan Dengan Pencapaian Tujuan Organisasi -----	88
2.5. Model Acura (Acquisition, Cross Selling, Up Selling, Retention & Advicacy) -----	89
3.1. Kerangka Proses Berpikir -----	91
3.2. Kerangka Konseptual Penelitian -----	92
5.1. Hasil CFA Pada Variabel Kualitas Layanan -----	132
5.2. Hasil CFA Pada Variabel Upaya Relasional -----	134
5.3. Hasil CFA Pada Variabel Kepuasan Transaksi -----	135
5.4. Hasil CFA Pada Variabel Outcome Relasional -----	136
5.5. Hasil CFA Pada Variabel Retensi Pelanggan Kepada Peritel -----	136
5.6. Model Persamaan Struktural -----	140
5.7. Modification Model -----	145

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL -----	ii
HALAMAN PERSETUJUAN -----	iii
HALAMAN PENGESAHAN -----	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI -----	v
KATA PENGANTAR -----	vi
RINGKASAN -----	ix
ABSTRACT -----	xii
DAFTAR ISI -----	xiii
DAFTAR TABEL -----	xvii
DAFTAR GAMBAR -----	xix
BAB I. PENDAHULUAN -----	1
1.1. Latar Belakang -----	1
1.2. Rumusan Masalah -----	10
1.3. Tujuan Penelitian -----	11
1.4. Manfaat Penelitian -----	11
BAB II. TELAAH PUSTAKA -----	13
2.1. Landasan Teori -----	13
2.1.1. Strategi Pemasaran -----	13
2.1.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran -----	13
2.1.1.2. Jenis-jenis Strategi Pemasaran -----	20
2.1.2. Kualitas Layanan -----	23
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Layanan -----	23
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Layanan -----	24
2.1.2.3. Konsep Kualitas Layanan -----	28
2.1.2.4. Perkembangan Pemikiran Konsep Kualitas Layanan ----	29
2.1.2.5. Pemahaman Kualitas Layanan Menurut Persepsi Pelanggan Dalam Lingkup Bisnis Ritel -----	36
2.1.2.6. Dimensi Dan Atribut Kualitas Layanan Sesuai Aspek Bisnis Ritel-----	38
2.1.3. Pemasaran Relasional (Relationship Marketing) -----	45
2.1.3.1. Pengertian Pemasaran Relasional (Relationship Mar- keting) -----	47
2.1.3.2. Strategi Relationship Marketing -----	55
2.1.3.3. Prinsip-Prinsip Relationship Marketing -----	57

2.1.3.4. Manfaat Dari Relationship Marketing -----	58
2.1.3.5. Level Relationship Marketing -----	59
2.1.4. Kepuasan Transaksi -----	59
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Transaksi Pelanggan -----	59
2.1.4.2. Konsep Kepuasan Transaksi Pelanggan -----	64
2.1.4.3. Model Kepuasan Pelanggan -----	66
2.1.4.4. Pengukuran Kepuasan Pelanggan -----	67
2.1.5. Outcome Relasional -----	70
2.1.6. Retensi Pelanggan (Customer Retention) -----	72
2.1.6.1. Pengertian Retensi Pelanggan (Customer Retention) ----	72
2.1.7. Usaha Ritel (Retailing) -----	76
2.2. Penelitian Terdahulu -----	81
2.2.1. Andy Kurniawan (2010) -----	81
2.2.2. Whidya C. Utami (2006) -----	81
2.2.3. Sin Leo et.al., (2005) -----	82
2.2.4. Robert Kristaung (2006) -----	82
2.2.5. Pierre Chenet et.al., (2000) -----	83
2.2.6. Subhash C. Mehta et.al., (2000) -----	84
2.2.7. Whidya C. Utami (2007) -----	84
2.2.8. Fitri N.A. (1999) -----	87
2.2.9. Su Qin, Li Zhao, Xu Yi (2009) -----	87
2.3. Keterkaitan Kualitas Pelayanan, Upaya Relasional, Kepuasan Transaksional, Outcomes Relasional Dan Retensi Pelanggan -----	88
 BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS -----	 91
3.1. Proses Berpikir -----	91
3.2. Kerangka Konseptual Penelitian -----	92
3.3. Hipotesis Penelitian -----	93
 BAB IV METODE PENELITIAN -----	 95
4.1. Rancangan Penelitian -----	95
4.2. Definisi Konsep Operasional Variabel -----	95
4.3. Populasi dan Sampel -----	97
4.3.1. Populasi Penelitian -----	97
4.3.2. Sampel Penelitian -----	98
4.3.3. Penentuan Besar Sampel Penelitian -----	98
4.3.4. Teknik Pengambilan Sampel -----	98
4.4. Teknik Pengumpulan Data -----	99

4.5.	Teknik Analisis -----	100
4.5.1.	Uji Validitas -----	100
4.5.2.	Uji Reliabilitas -----	102
4.6.	Pengujian Hipotesis -----	104
4.7.	Lokasi Penelitian -----	109
4.8.	Waktu Penelitian -----	110
 BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL -----		111
5.1.	Data Penelitian -----	111
5.1.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian -----	111
5.1.2.	Karakteristik Responden -----	117
5.1.3.	Deskripsi Tanggapan Responden -----	122
5.2.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas -----	126
5.3.	Analisis Faktor Konfirmatori -----	132
5.3.1.	Evaluasi Setiap Indikator Terhadap Konstruk -----	132
5.3.2.	Evaluasi Reliabilitas Konstruk -----	137
5.4.	Model Persamaan Struktural -----	139
5.4.1.	Evaluasi Asumsi SEM -----	140
5.4.2.	Pengujian Kesesuaian Model -----	144
5.4.3.	Pengujian Hipotesis -----	146
5.5.	Analisis Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung -----	149
 BAB VI PEMBAHASAN -----		151
6.1.	Pembahasan Hasil Penelitian -----	151
6.1.1.	Variabel Kualitas Layanan -----	151
6.1.2.	Variabel Upaya Relasional -----	152
6.1.3.	Variabel Kepuasan Transaksi -----	154
6.1.4.	Variabel Outcome Relasional -----	155
6.1.5.	Variabel Retensi Pelanggan -----	156
6.1.6.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Transaksi Pelanggan Ritel -----	157
6.1.7.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Outcome Relasional Pelanggan Ritel -----	158
6.1.8.	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Retensi Pelanggan Ritel --	159
6.1.9.	Pengaruh Upaya Relasional Terhadap Kepuasan Transaksi Pelanggan Ritel -----	160

6.1.10. Pengaruh Upaya Relasional Terhadap Outcome Relasional Pelanggan Ritel -----	161
6.1.11. Pengaruh Upaya Relasional Terhadap Retensi Pelanggan Ritel-----	162
6.1.12. Pengaruh Kepuasan Transaksi Pelanggan Ritel Terhadap Outcome Relasional Pelanggan Ritel -----	163
6.1.13. Pengaruh Kepuasan Transaksi Terhadap Retensi Pelanggan Ritel -----	163
6.1.14. Pengaruh Outcome Relasional Terhadap Pelanggan Ritel -----	164
6.2. Ringkasan Temuan -----	165
6.2.1. Temuan Teoritik -----	165
6.2.2. Temuan Praktis -----	165
6.3. Implikasi -----	167
6.3.1. Implikasi Teori-----	167
6.3.2. Implikasi Praktis-----	168
BAB VII PENUTUP -----	171
7.1. Simpulan -----	171
7.2. Saran-saran -----	172
7.2.1. Saran untuk Peritel di Kota Banjarmasin -----	172
7.2.2. Saran untuk Penelitian Yang Akan Datang -----	173
DAFTAR PUSTAKA -----	175

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Luas Daerah Masing-Masing Kecamatan di Kota Banjarmasin -----	4
1.2. Pertumbuhan Ekonomi Kota Banjarmasin Tahun 2008-2017-----	5
1.3. Jumlah Penduduk Kota Banjarmasin Dari Tahun 2008-2017 (Jiwa)	6
2.1. Dimensi-Dimensi Kualitas Jasa atau Pelayanan -----	26
2.2. Perkembangan Pemikiran Konsep Kualitas Jasa-----	29
2.3. Atribut Dan Dimensi Model SERVQUAL-----	33
2.4. Penelitian Pada Berbagai Jenis Organisasi Jasa Dengan Meng----- Adopsi Servqual -----	35
2.5. Dua Pendekatan Dalam Konsep Kualitas -----	37
2.6. Studi Kualitas Layanan Pada Perusahaan Ritel -----	40
2.7. Atribut Utama Berdasarkan Preferensi Konsumen Dalam Pemilihan Supermarket -----	42
2.8. Dimensi Dan Atribut Kualitas Layanan Penelitian Subash C. Mehta	43
2.9. Dimensi & Atribut Kualitas Layanan Dalam Bisnis Ritel -----	46
2.10. Five Model Of Relationship Marketing -----	53
2.11. Definisi Konseptual Kepuasan Pelanggan -----	65
2.12. Karakteristik Food Oriented Retail -----	80
4.1. Jumlah dan Sebaran Sampel -----	99
4.2. Indeks Kriteria Reliabilitas -----	104
4.3. Index Goodness Of Fit -----	109
4.4. Waktu Penelitian -----	110
5.1. Jumlah Responden Berdasarkan Ritel -----	118
5.2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin -----	118
5.3. Responden Berdasarkan Usia -----	119
5.4. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan -----	119
5.5. Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan -----	120
5.6. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan-----	121
5.7. Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan-----	122
5.8. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan -----	123
5.9. Distribusi Frekuensi Variabel Upaya Relasional -----	124
5.10. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Transaksi -----	125

5.11. Distribusi Frekuensi Variabel Outcome Relasional -----	125
5.12. Distribusi Frekuensi Variabel Retensi Pelanggan Kepada Ritel ----	126
5.13. Uji Validitas dan Reliabilitas Kualitas Layanan -----	128
5.14. Uji Validitas dan Reliabilitas Upaya Relasional -----	129
5.15. Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan Transaksi -----	130
5.16. Uji Validitas dan Reliabilitas Outcome Relasional -----	131
5.17. Uji Validitas dan Reliabilitas Retensi Pelanggan Kepada Peritel ----	132
5.18. Hasil CFA Pada Variabel Kualitas Layanan -----	133
5.19. Hasil CFA Pada Variabel Upaya Relasional -----	134
5.20. Hasil CFA Pada Variabel Kualitas Layanan -----	135
5.21. Hasil CFA Pada Variabel Outcome Relasional -----	136
5.22. Hasil CFA Pada Variabel Retensi Pelanggan -----	137
5.23. Evaluasi Reliabilitas Konstruk Kualitas Layanan -----	137
5.24. Evaluasi Reliabilitas Konstruk Upaya Relasional -----	138
5.25. Reliabilitas Konstruk Kepuasan Transaksi -----	138
5.26. Reliabilitas Konstruk Outcome Relasional -----	139
5.27. Evaluasi Reliabilitas Konstruk Retensi Pelanggan Kepada Peritel --	139
5.28. Hasil Uji Multivariate Normality -----	141
5.29. Hasil Uji Univariate Outlier -----	142
5.30. Hasil Uji Multivariate Outlier -----	143
5.31. Goodness Off Fit Index Model SEM -----	144
5.32. Nilai Goodness Off Fit dan Cut Off Value Modification Model-----	145
5.33. Pengujian Hipotesis Persamaan Struktural-----	146
5.34. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung -----	149

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan hasil penelitian Disertasi ini yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Upaya Relasional Terhadap Kepuasan Transaksional, Outcome Relasional Dan Retensi Pelanggan Pada Usaha Ritel Di Kota Banjarmasin

Pada kesempatan ini dengan sepenuh hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya atas dorongan, perhatian, bantuan dan fasilitas dari berbagai pihak, terutama kepada yang terhormat :

1. **Prof.Dr. H. Ujjianto, MS**, selaku Promotor yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dukungan yang tulus dalam menyelesaikan disertasi ini.
2. **Dr.H.Slamet Riyadi, M,Si.,Ak,CA**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya serta sebagai Ko-Promotor yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan hati memberikan arahan dan bimbingan pada penulis
3. **Dr.H.Mulyanto Nugroho, MM, CMA, CPA**, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
4. **Prof. Dr.Amiartuti K, SH, MM** Kepala Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, serta selaku tim penguji disertasi ini, yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini.
5. **Prof.Dr.Hj. Tri Ratnawati, Ak., MS., C.A.,C.P.A.**selaku tim penguji disertasi ini, yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini
6. **Dr. H. Abdul Halik, MM** selaku tim penguji disertasi ini, yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini
7. **Dr. Nanis Susanti, MM**, selaku tim penguji disertasi ini, yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini
8. **Prof. Dr. Tatik Suryani, MM** selaku tim penguji disertasi ini, yang telah memberikan petunjuk dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan disertasi ini

9. Para dosen Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan di Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945, seperti : **Prof.Dr. Hj. Ida Ayu Brahmasari, drg., Dipl,DHE., MPA Prof.Dr.H.Ujianto,MS, Prof.Dr.H. Murdijanto Purbangoro, SE.,SU., Dr. Sigit Sardjono, M.Ec., Prof.Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ms.,Ak, Prof.Dr.Hj. Djumilah Zain, SE., Dr. Solimun, Ir.,MS., Prof.Dr.H.Mudrajat Kuncoro, M.Sc., Prof.Dr.H.M.Mohammad Saleh,MM., Prof.Dr.H.Armanu Thoyib, M.Sc., Prof.Dr.H.M.Burhan Bungin, M.Si., Dr.H.SukarnoHS, Msi., Dr.H.Slamet Riyadi, MSi.,Ak., Dr.Hendri Sukotjo,MM dan Dr. Riyadi Nugroho,MM**
10. **Dr.M.Andri Radiany,SE,BFt, MM,** Project Officer STIE Pancasetia Banjarmasin, yang telah memberikan dukungan dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
11. **Ketua STIE Pancasetia, Para Wakil Ketua STIE Pancasetia beserta rekan Seluruh dosen STIE Pancasetia** yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis untuk mengikuti pendidikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
12. Pihak manajemen Ritel yang menjadi obyek penelitian penulis beserta masyarakat Kota Banjarmasin yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk dijadikan responden penelitian ini.
13. **Dr.H. Muhammad Alfani (alm), Dr.H.Suharto,MM., Sutrisno,SE,MM, Dr.H.Hasto Sudewo., Dr.H. Siswanto., Dr.Hj.Siti Mujanah., Dr. H. Muhammad Armoyu, Dr.Ery Sujaryani, Dr.I Dewa Ketut Raka Ardiana dan H.Sucipto,** yang telah memberikan dukungan dan motivasi serta salng mengingatkan agar dapat semuanya menyelesaikan disertasinya.
14. Keluarga yang dibanggakan Ayahnda **H. Sabilul Rasyad Saleh (alm), Ibunda Hj.Siti Aminah Achmad (alm),** Anaknda tercinta **Rakhmad Juliannor,SE.MM,** beserta menantu **Nurlinda Sari** dan Cucu tersayang **Filbert Alvaro Putra Julian Achmad dan Muhamad Raffan Azka Putra Julian**
15. Kakak-kakak tersayang **Drs. H. Tasrif Effendy (alm), Hj. Irhamiah, Dra. Hj. Hernawaty, Msi, Sri Wahyunah dan Noorhidayati beserta keluarga** yang telah dengan ikhlas dan keridhoannya memberikan bantuan, dorongan serta doa-doanya untuk penulis dalam mengikuti pendidikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
16. **Keluarga Prof.H.Rusdi Saleh dan Keluarga Drs. H.Burhan Achmad** yang telah memberikan dorongan kepada penulis dalam mengikuti pendidikan S3 Program Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

17. Keponakan-keponakan tersayang **M.Augusfi Hermawan Effendy Putra (alm), M.Iqbal Zulfikae Effendy Putra (alm), Anisa Fitri Viramisyah,SS., Raden Farid Aditya,S.Kom, Azhar Gilang Muttaqien, Raden Riza Fauzan Nugraha S.Kom, Anita Nurmaulida Effendi Putra,ST., Aisyah Badiatutduroh (alm), Inayatul Huda,SE, Putri Karimayang Sari, Irziq Aditya, Kinar**
18. Pegawai administrasi Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,yang selalu dengan kesabarannya memberikan pelayanan akademik kepada penulis selama menempuh pendidikan.

Akhirnya penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekhilafan, kekurangan dan keterbatasan dalam disertasi ini, semoga semua kebaikan Bapak dan Ibu Tim penguji dan semua pihak lainnya mendapatkan balasan limpahan rahmat dari Allah SWT, amin....amin....ya robbal alamin

Surabaya,2019

Penulis

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019
Alamat : Komplek Bumi Pemurus Permai. Jl. Krisna IX RT.
20 No.15 Banjarmasin
Program : Doktor Ilmu Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Menyatakan bahwa "Disertasi" yang saya buat dengan judul :

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL DI KOTA BANJARMASIN

Hasil karya sendiri dan bukan "Duplikasi" dari karya orang lain sepengetahuan saya, di dalam Naskah Disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat lain yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan datar pustaka

Apabila ternyata di dalam naskah disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia DISERTASI ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh (DOKTOR) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun



HJ. NOOR RITAWATY
NIM.1271600019

Lembar Pengesahan
DISERTASI TELAH DISETUJUI
Tanggal2019

Oleh :
Promotor,

Prof. Dr.H.Ujianto,MS

Ko-Promotor,

Dr.H.Slamet Riyadi, M,Si.,Ak,CA

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr.Amiartuti Kusmaningtyas, SH, MM

DISERTASI

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN UPAYA RELASIONAL TERHADAP KEPUASAN TRANSAKSIONAL, OUTCOME RELASIONAL DAN RETENSI PELANGGAN PADA USAHA RITEL DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan

HJ. NOOR RITAWATY
NIM : 1271600019

Disertasi telah diujikan dan direvisi di depan Tim Penguji pada
Ujian Terbuka Program Doktor Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

TIM PENGUJI :

No	Nama Penguji	Jabatan	
1.	Dr.H.Mulyanto Nugroho,MM,CMA,CPA	Ketua	_____
2.	Dr.H.Slamet Riyadi, M,Si.,Ak,CA	Sekretaris/Ko Promotor	_____
3.	Prof.Dr. H. Ujianto, MS	Promotor	_____
4.	Prof.Dr.Amiartuti Kusmaningtyas,SH, MM	Anggota	_____
5.	Prof.Dr. Hj. Tri Ratnawati, Ms.,Ak.	Anggota	_____
6.	Prof.Dr.Tatik Suryani, MM	Anggota	_____
7.	Dr.Suroso,MS	Anggota	_____
8.	Dr.Nanis Susanti, MM	Anggota	_____
9.	Dr.Abdul Halik, MM	Anggota	_____

RINGKASAN

Munculnya bisnis ritel adalah bagian dari modernisasi dari pasar tradisional yang memungkinkan orang dapat berbelanja dengan fasilitas dan kenyamanan serta pelayanan yang baik, selain itu harga dari setiap produk yang cukup terjangkau. Perubahan perilaku bisnis tersebut adalah bagian dari pengaruh perilaku pasar yang trend di luar negeri yang kemudian masuk ke Indonesia sejak tahun 1990-an. Secara makro perkembangan industri ritel dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu faktor ekonomi, faktor demografi dan faktor sosial budaya. Dari faktor ekonomi tidak terlepas dari usaha ritel yang tercermin dengan pertumbuhan ekonomi, Faktor demografi biasanya ditandai dengan adanya peningkatan jumlah penduduk serta Faktor sosial budaya dicerminkan dengan terjadinya perubahan gaya hidup dan kebiasaan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Menurut Suhata (2003) sebagai Negara dengan penduduk terbesar keempat di dunia, Indonesia merupakan daya tarik bagi para pengusaha ritel. Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen. Menurut Kotler (2003) Usaha ritel merupakan semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan yang sifatnya pribadi, dan bukan bisnis.

Menurut Wijaya, (2002) Banyak faktor yang mendorong kesuksesan ritel modern skala besar, beberapa diantaranya adalah pilihan lokasi yang tepat, dukungan teknologi system informasi, harga murah, maupun kelengkapan produk. Sedangkan menurut Meerzorg (2003) salah satu kunci sukses dalam bidang bisnis ritel modern adalah implementasi strategi *customer relationship*, disamping tentunya penentuan lokasi, strategi harga dan penggunaan teknologi informasi. Pendapat ini dipertegas oleh Crosby (1990) dengan mengemukakan bahwa dalam lingkungan ritel dewasa ini taktik *relationship marketing* memainkan peranan penting dalam meningkatkan tuntutan konsumen terhadap dibangunnya relasi yang harmonis antara pelanggan dengan peritel.

Adapun pendapat Sweeney yang dikutip dalam Suhata (2003) menegaskan bahwa implementasi strategi *relationship marketing* memang sangat dibutuhkan dalam bisnis ritel, dengan menyatakan pendapat sebagai berikut : dibandingkan dengan bisnis *manufactur*, peritel memiliki keunggulan dalam membina hubungan dengan konsumen karena peritel memiliki posisi yang lebih baik dalam mendeteksi pola pembelian konsumen dan menerapkan kemampuan tersebut dengan efisien biaya. Salah satu implementasi strategi relasional menurut Levy dan Weitz (2004) adalah komunikasi perlakuan istimewa (*preferential treatment*), personalisasi (*personalization*) dan balas jasa (*rewarding*) yang dapat diistilahkan dengan upaya relasional.

Salah satu kunci sukses dalam usaha ritel modern adalah implementasi strategi *relationship marketing*, dengan tidak terlepas dengan penentuan lokasi, strategi harga dan penggunaan teknologi informasi (Meerzorg : 2003). Hal ini dipertegas oleh Crosby dan Cowles (1990) yang mengemukakan bahwa dalam

lingkungan ritel dewasa ini, *strategi relationship* memainkan peranan penting dalam meningkatkan tuntutan konsumen terhadap dibangunnya relasi yang harmonis antara pelanggan dan peritel. Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Parwita (2005), yang menyatakan bahwa telah terjadi redefinisi disiplin pemasaran dengan menekankan empat hal yaitu :

1. *Process of planning and executing* telah bergeser menjadi an *organizational function and a set of process*, yang mana artinya bahwa peranan pemasaran lebih focus pada tataran strategik dalam organisasi dan tidak lagi terbatas pada pengambilan keputusan taktis.
2. Strategi pemasaran telah bergeser dari konsep *product-price-promotion-place* (4-P) menjadi *creating, communication and delivering value to customer*. Sasaran pokok 4 – P adalah memuaskan pelanggan dipasar, namun sebenarnya pelanggan juga menginginkan hal lain berupa *value proportion*. Hal utama yang perlu menjadi perhatian dalam meraih keberhasilan strategi pemasaran adalah menciptakan, mengkonsumsikan dan menyerahkan nilai unggul kepada pelanggan.
3. Telah terjadi pergeseran obyek pemasaran yaitu tidak lagi menekankan pada *ideals, goods and service*, melainkan pada pelanggan. Pengelolaan hubungan dengan pelanggan menjadi titik sentral disiplin pemasaran.
4. Focus proses pemasaran yang tadinya dipusatkan pada pertukaran diperluas kearah *relationship* yang bersifat jangka panjang. Pertukaran transaksional mulai ditinggalkan, karena pertukaran transaksional lebih focus pada nilai yang bersifat disrete, yang berlangsung dalam jangka pendek dan dalam suatu hubungan dyadic antara pelaku pemasaran. Hubungan tersebut tidak lagi sesuai dengan lingkungan usaha yang kompleks, dimana terlibat banyak *stakeholders* seperti karyawan, pemasok, pelanggan, perantara, bank dan *stakeholder public* lainnya.

Salah satu implementasi strategi pemasaran relational dalam lingkup usaha ritel adalah aktivitas upaya relational, yang merupakan aktivitas terintegrasi dengan tujuan membangun relasi dengan pelanggan dalam jangka panjang. Persepsi positif pelanggan terhadap upaya rasional yang dijalankan oleh usaha ritel dapat diindikasikan pula dari persepsi positif pelanggan terhadap aktivitas komunikasi, perilaku istimewa (*preferential treatment*), personalisasi (*personalization*), dan balas jasa (*rewarding*) yang dilakukan oleh ritel, (Levy dan Weitz : 2004).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan ritel yang ada di kota Banjarmasin, seperti Hypermart, Giant. Lottemart, dan Ramayana Robinson. Mengingat responden dalam penelitian ini bersifat homogen, sehingga teknik pengambilan sampelnya adalah menggunakan purposive sampling, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling, dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian, sampel yang dipergunakan adalah proporsional untuk menetapkan jumlah sampel yaitu sebanyak 200 responden, yang mengacu pada pendapat Hair (1998) bahwa jumlah responden yang ideal untuk pemanfaatan Maximum Likelihood estimation dalam model persamaan

structural adalah 200 responden. Uji analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. Uji CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) akan dianalisis dengan menggunakan *software* AMOS 20.0 yang dilakukan untuk setiap variable.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil 9 hipotesis yang dianalisis, ternyata hanya 7 hipotesis yang diterima atau mendukung, dan 2 hipotesis yang ditolak atau tidak mendukung. Adapun 7 hipotesis yang mendukung dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan transaksi pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
3. Upaya relasional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan transaksi pelanggan di Kota Banjarmasin.
4. Upaya relasional berpengaruh signifikan terhadap outcome relasional pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
5. Kepuasan transaksi berpengaruh signifikan terhadap outcome relasional pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
6. Kepuasan transaksi berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
7. Outcome relasional berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.

Sedangkan 2 hipotesis yang tidak mendukung atau ditolak adalah sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap outcome relasional pelanggan ritel di Kota Banjarmasin.
2. Upaya relasional berpengaruh tidak signifikan terhadap retensi pelanggan ritel di Kota Banjarmasin

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and relational efforts on transaction satisfaction, relational outcomes and customer retention in retail businesses in the city of Banjarmasin. The sample used in this study were 200 respondents with a purposive sampling method, which is a sampling technique in which the researcher determines the sampling by determining specific characteristics that fit the purpose of the study so that it is expected to answer the research problem. The analysis technique used to answer the hypothesis in this study is to use a structural equation model (structural Equation Model or SEM) using the AMOS and SPSS programs.

The results of this study indicate that of the 9 hypotheses there are 7 that have a significant effect, namely: Service quality has a significant effect on customer satisfaction, on retail transactions in Banjarmasin. Service quality has a significant effect on retail customer retention in the city of Banjarmasin. Relational Efforts significantly influence customer satisfaction in Banjarmasin. Relational efforts have a significant effect on relational outcomes. Transaction satisfaction has a significant effect on the results of relational retail customers in the city of Banjarmasin. Transaction Satisfaction has a significant effect on customer retention of retail customers in the city of Banjarmasin. The results of the relationship have a significant effect on customer decisions in the city of Banjarmasin, the quality of service has a significant effect on the retention of retail customers in the city of Banjarmasin, the relational effort has a significant effect on satisfaction of retail transactions in the city of Banjarmasin, the relational effort has a significant effect on the relational outcomes of retail customers in the city of Banjarmasin, the satisfaction of the transaction has an effect significant towards retail customer relational outcomes in Banjarmasin City, transaction satisfaction has a significant effect on retail customer retention in Banjarmasin, relational outcomes significantly influence retail customer retention in Banjarmasin. Whereas two other hypotheses that are not significant are: service quality has no significant effect on relational outcomes and relational efforts have insignificant effect on retail customer retention in Banjarmasin.

Recommendations that the authors can point out in this study are Improving service quality with retail policy programs, Improving retailers' relational efforts through personalization with customers, Improving retail transaction satisfaction through improving customer-employee interactions, Increasing retail relational outcomes through maintaining customer trust and Always be careful about price increases policies.

Keywords: Service Quality, Relational Efforts, Transaction Satisfaction, Relational Outcome, Customer Retention