



PENGARUH KEPUASAN HUBUNGAN *BUSINESS TO BUSINESS*, KEPERCAYAAN, KOMITMEN TERHADAP RETENSI PEMBELIAN
(STUDI KASUS KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA DI INDONESIA)

KARYA AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Magister Manajemen

Oleh :

I DEWA NYOMAN AGUS SUGIARTA

55106120091

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
2008**

ABSTRACT

Motorcycle industry in Indonesia has grown fast and very prospective for the perpetrators of business. Therefore all the motorcycles component suppliers are competing very hard to get orders from the OEM (Original Equipment Manufacturer). In Indonesia there are 8 OEMs, but there are more than 350 suppliers which generate a very tight & close competition among them. It is not easy to get new order or to maintain the existing orders. This is because the OEMs has more bargaining power to appoint their supplier based on their own consideration. Such condition resulting the competition among the suppliers become very tight. Suppliers must be able to create sustainable competitive advantage for themselves, and the relationship with OEMs become very critical. Satisfaction, trust, commitment for the continuous relationship is the topic of this research.

Effect analysis of satisfaction of relationship, trust, commitment to a relation retention will be done, where the result is expected can be used for suppliers to build a long term relationship. The research method was carried out in the motorcycle industry as the object of the research by spreading the questionnaire to people that be related directly to supplier. The data was processed by using the quantitative analysis by the program of SPSS. Result of this data was input for supplier to maintain long-term relations that had an impact in sustaining the business.

The conclusion of this research is relations satisfaction and commitment had strong influence towards retention of relations that had an impact on retention of the purchase with trust as the main key to appoint a long-term relations. Sustaining Competitive Advantage as the recommendation to the management which is oriented to the superior product and quality, the superior innovation, the superior service, and the superior responsiveness. Therefore trust and commitment shifted and Sustaining Competitive Advantage are the suggestion in the next research.

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kendaraan bermotor roda dua di Indonesia tumbuh dengan pesat dan sangat prospektif bagi pelaku bisnis. Oleh karenanya suplier berlomba-lomba untuk mendapatkan order dari perusahaan pelanggan. Populasi yang sedikit yaitu sekitar 8 perusahaan sedangkan perusahaan pemasok lebih dari 350 perusahaan, membuat tingkat persaingan yang ketat antar suplier. Tidak mudah mendapatkan order baru maupun mempertahankan order yang ada, hal ini dapat dimengerti karena perusahaan pelanggan mempunyai bargaining power yang lebih besar. Dalam arti pelanggan bebas memilih suplier dengan beberapa pertimbangan. Melihat kondisi di atas menjadikan persaingan di tingkat suplier menjadi tinggi. Pemasok harus bisa menciptakan *Sustainable Competitive Advantage* bagi perusahaannya dan hubungan menjadi sangat penting. Hubungan terkait dengan kepuasan, kepercayaan, komitmen untuk berlanjutnya sebuah hubungan sebagai topik penelitian ini.

Akan dianalisa pengaruh kepuasan hubungan, kepercayaan, komitmen terhadap retensi hubungan, yang nantinya informasi ini dapat dijadikan acuan oleh suplier untuk membangun hubungan jangka panjang. Metode penelitian dilakukan pada industri sepeda motor sebagai objek penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada orang-orang yang terkait langsung dengan suplier. Data diolah dengan menggunakan analisa kuantitatif dengan menggunakan program SPSS. Hasil dari data olahan tersebut merupakan masukan bagi suplier untuk mempertahankan hubungan jangka panjang yang berdampak pada kebersinambungan bisnis.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kepuasan hubungan dan komitmen mempunyai pengaruh yang kuat terhadap retensi hubungan yang berdampak pada retensi pembelian dengan kepercayaan sebagai kunci utama terjalannya hubungan jangka panjang. *Sustaining Competitive Advantage* sebagai rekomendasi ke manajemen dengan berpedoman pada superior product dan kualitas, superior innovation, superior service, dan superior responsiveness. Oleh karenanya bergesernya kepercayaan, komitmen, dan *Sustaining Competitive Advantage* merupakan saran pada penelitian berikutnya.

PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Hubungan *Business to Business* ,
Kepercayaan, Komitmen Terhadap Retensi Pembelian , Studi
Kasus Kendaraan Bermotor Roda Dua di Indonesia

Nama : I Dewa Nyoman Agus Sugiarta

NIM : 55106120091

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Mengesahkan

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Ir. Har Adi Basri, M.Ec.

Pembimbing Utama,

Dr. Muchsin Shibab, MBA

Pembimbing II,

Endi Rekarti.,SE, ME.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam karya akhir ini :

Judul : Pengaruh Kepuasan Hubungan *Business to Business* ,
Kepercayaan , Komitmen Terhadap Retensi Pembelian .
(Studi Kasus Kendaraan Bermotor Roda Dua di
Indonesia)

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : I Dewa Nyoman Agus Sugiarta

NIM : 55106120091

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Agustus 2008

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2008

I Dewa Nyoman Agus Sugiarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, dengan terselesainya Karya Akhir ini berkat dorongan, semangat yang terus menerus yang ditujukan ke penulis baik moril maupun materiil. Kiranya hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan berguna bagi penulis sendiri untuk mengembangkan keilmuan yang dimilikinya. Pada kesempatan ini, ijinkan penulis untuk mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga atas terselesainya karya akhir ini kepada :

1. Bapak Ir.Dana Santoso M.Sc, Ph.D. , selaku Direktur Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi dengan baik.
2. Bapak Dr.Ir. Har Adi Basri M.Ec., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah memberi pedoman pembelajaran program studi magister manajemen.
3. Bapak Dr.Muchsin Shihab MBA, selaku pembimbing 1 yang telah mencurahkan tenaga dan waktu selama proses bimbingan dari awal sampai terselesainya karya akhir ini.
4. Bapak Endi Rekarti SE, ME., selaku pembimbing 2 yang telah membimbing penulis untuk menyumbangkan gagasan, ide, saran pada proses penyusunan riset.
5. Mr.Nirajan selaku Presiden Direktur PT Pricol Surya yang telah memberikan kesempatan dan keleluasaan waktu untuk penyusunan karya akhir ini.

6. Bapak Dondy Susanto, selaku Marketing Manager PT Pricol Surya yang telah membantu dan menemani pendistribusian & pengumpulan data kuesioner ke semua produsen sepeda motor di Indonesia.
7. Bapak–bapak & Ibu-ibu Dosen pengajar Pascasarjana Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengajaran pada proses pembelajaran selama menempuh studi.
8. Rekan-rekan mahasiswa MM angkatan 9 kampus Meruya Minggu yang telah bekerja sama dengan baik selama perkuliahan.
9. Orang tua, istri dan anak-anak yang telah mendorong, memberi semangat penulis sehingga terselesainya karya akhir ini.
10. Dan semua teman-teman yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu baik selama perkuliahan maupun pada proses penyusunan karya akhir ini.

Akhir kata sekali lagi saya ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, semoga karya akhir ini membawa manfaat bagi penulis dan untuk keilmuan di masa mendatang. Penulis memohon masukan dan saran membangun dalam penyempurnaan karya akhir ini.

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN KARYA AKHIR	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah/ Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Maksud Dan Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Dan Kegunaan Karya Akhir	7
1.5. Sistematika Penulisan	7
BAB II INDUSTRI OTOMOTIF KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA	9
2.1. Kondisi Pasar Otomotif Indonesia	9
2.2. Kondisi Industri Komponen Otomotif Indonesia.....	12
2.3. PT.Astra Honda Motor.....	15
2.4. PT.Yamaha Indonesia Motor Manufaktur.....	17
2.5. PT.Indomobil Suzuki Indonesia.....	18
2.6. PT.Kawasaki Motor Indonesia.....	18
2.7.PT Kymco Lippo Motor Indonesia.....	19

BAB III KAJIAN PUSTAKA.....	21
3.1. Pemasaran Relasional.....	21
3.2. Retensi Hubungan.....	23
3.3. Kepuasan Hubungan.....	24
3.4. Kepercayaan.....	25
3.5. Komitmen.....	25
3.6. Pengaruh Kepuasan Hubungan Terhadap Retensi Hubungan.....	26
3.7. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Retensi Hubungan.....	27
3.8. Pengaruh Komitmen Terhadap Retensi Hubungan.....	29
3.9. Sustainable Competitive Advantage.....	31
3.10. Hipotesis.....	32
BAB IV METODE PENELITIAN.....	35
4.1. Jenis Penelitian.....	35
4.2. Objek, Lokasi, dan Waktu.....	35
4.3. Populasi, Sample, dan Metode Pengumpulan Data.....	35
4.4. Operasionalisasi Variabel dan Pengukuran.....	36
4.5. Analisis Data.....	38
4.5.1. Uji Data.....	38
4.5.2. Metode Analisis.....	39
BAB V HASIL DAN ANALISA.....	41
5.1. Karakteristik Responden.....	41
5.2. Analisis Diskriptif Masing-Masing Variabel.....	43
5.2.1. Kepuasan Hubungan.....	43
5.2.2. Kepercayaan.....	44

5.2.3. Komitmen.....	45
5.2.4. Retensi Hubungan.....	46
5.3. Pengujian Data Dan Instrumen.....	47
5.3.1. Uji Reliabilitas.....	47
5.3.2. Uji Validitas.....	48
5.3.2.1. Analisis Faktor	49
5.4. Analisis Regresi.....	52
5.4.1. Uji Asumsi Klasik.....	52
5.4.1.1. Uji Normalitas.....	52
5.4.1.2. Uji Heteroskedastisitas.....	53
5.4.1.3. Uji Multikolinearitas.....	57
5.4.1.4. Uji Autokorelasi.....	58
5.4.2. Analisis Pengaruh Kepuasan Hubungan, Kepercayaan, Komitmen Terhadap Retensi Hubungan.....	59
5.4.2.1. Uji F.....	59
5.4.2.2. Uji t.....	60
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	64
6.1. Kesimpulan.....	64
6.2. Rekomendasi.....	65
6.3. Saran Pada Penelitian Berikutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	70
RIWAYAT HIDUP.....	90

DAFTAR TABEL

Tabel :

2.1. Tingkat Pertumbuhan Sektor Otomotif Indonesia.....	9
2.2. Peluang Pertumbuhan Sektor Otomotif Indonesia.....	10
2.3. Hasil Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Indonesia.....	11
4.1. Operasionalisasi Variabel.....	38
5.1. Karakteristik Responden.....	41
5.2. Analisis Deskriptif Kepuasan Hubungan.....	44
5.3. Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	45
5.4. Analisis Deskriptif Komitmen.....	46
5.5. Analisis Deskriptif Retensi Hubungan.....	47
5.6. Data Hasil Uji Reliabilitas.....	48
5.7. Data Hasil Anti Image Correlation.....	49
5.8. Data Hasil Keiser Meyer Olkin dan Bartlett's Test.....	51
5.9. Hasil Uji Normalitas.....	52
5.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53
5.11. Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
5.12. Hasil Uji Autokorelasi.....	58
5.13. Hasil Uji F.....	60
5.14. Hasil Uji t.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar :

1.1. Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Indonesia.....	2
1.2. Permintaan Kebutuhan Komponen OEM di Indonesia.....	3
2.1. Market Share Produsen Penghasil Kendaraan Bermotor Roda Dua di Indonesia	12
2.2. Perusahaan Komponen Otomotif Indonesia.....	14
3.1. Model Penelitian.....	33
5.1. Scatterplot Pada Uji Heteroskedastisitas.....	56

DAFTAR SINGKATAN

OEM	: Original Equipment Manufacturer
SPSS	: Statical Product and Service Solution
GIAMM	: Gabungan Industri Alat –Alat Mobil dan Motor
INAPA	: The International Auto Parts, Accessories and Equip Exhibition & Conference
GDP	: Gross Domestic Product
AHM	: Astra Honda Motor
ISO	: International Standard Organization
B2B	: Business to Business
ANOVA	: Analisis Varian
KMO	: Keiser Meyer Olkin
MSA	: Measure of Sampling Adequacy
VIF	: Varian Inflation Factor
DW	: Durbin Watson

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1 : Kuesioner	70
2 : Data Hasil SPSS.....	73