



**Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Motivasi
UKM, *Relationship Marketing*, dan Kepercayaan
terhadap Keputusan UKM bermitra dengan
Smesco Indonesia**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**Irma Asriani
55119120032**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**



**Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Motivasi
UKM, *Relationship Marketing*, Kepercayaan terhadap
Keputusan UKM bermitra dengan
Smesco Indonesia**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Irma Asriani
55119120032

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan,
Motivasi UKM, *Relationship Marketing*, dan
Kepercayaan terhadap Keputusan UKM bermitra
dengan Smesco Indonesia

Bentuk Thesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nsms : Irma Asriani

NIM : 55119120032

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 3 Maret 2022



Mengesahkan

Pembimbing

(Dr. Mirza, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen

(Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si)

(Dr. Indra Siswanti, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan,
Motivasi UKM, *Relationship Marketing*, dan
Kepercayaan terhadap Keputusan UKM bermitra
dengan Smesco Indonesia

Bentuk Thesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

Nama : Irma Asriani

NIM : 55119120032

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 3 Maret 2022

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 3 Maret 2022



(Irma Asriani)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

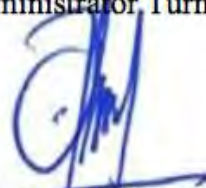
Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : Irma Asriani
NIM : 55119120032
Program : Magister Manajemen

Dengan judul “*The Influence of Corporate Image, Service Quality, SME Motivation, Relationship Marketing, and Trust on SME Decisions to Partner with Smesco Indonesia*”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan Turnitin pada tgl/bln/thn, didapatkan nilai persentasi sebesar 21%.

UNIVERSIT
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Februari 2022
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan, Motivasi UKM, Relationship Marketing, dan Kepercayaan terhadap Keputusan UKM bermitra dengan Smesco Indonesia”/ tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Tesis ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini terutama kepada:

1. Dr. Mirza, MM, selaku Dosen Pembimbing Tesis, yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini.
2. Prof. Dr. Ngadino Surip, M.S., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis.
4. Dr. Indra Siswanti, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
5. Manajemen Smesco Indonesia, yang bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.
6. Mitra UKM Smesco Indonesia, yang bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
7. Teman-teman mahasiswa angkatan 2019 Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.
8. Herjuno Indra Yomara, Eka Yulianingtias, Idah Mannan, Alianti teman terdekat, serta teman seperjuangan Syabilka Novriana dan Sugeng Riyadi yang telah memberikan perhatian dan dukungan dalam penyusunan Tesis ini.
9. Teristimewa, kedua orang tua dan saudara kandung tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada

henti-hentinya kepada penulis, serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahwa kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini.

Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat, dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 3 Maret 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Irma Asriani', written in a cursive style.

Irma Asriani

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kontribusi Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Teori	13
2.1.1 Konsep Hubungan <i>Business to Business</i>	13
2.1.2 Konsep Keputusan Bermitra	14
2.1.3 Konsep Citra Perusahaan	17
2.1.4 Konsep Kualitas Layanan	19
2.1.5 Konsep Motivasi UKM.....	21
2.1.6 Konsep Relationship Marketing	22
2.1.7 Konsep Kepercayaan.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	29

2.3.1 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Keputusan Bermitra	30
2.3.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Bermitra	31
2.3.3 Pengaruh Motivasi UKM terhadap Keputusan Bermitra.....	31
2.3.4 Pengaruh Relationship Marketing terhadap Keputusan Bermitra	31
2.3.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Bermitra.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Desain Penelitian	34
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	40
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Metode Analisis Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Lokasi Atau Obyek Penelitian.....	47
4.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
4.1.2 Sejarah Perusahaan	47
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.4 Sumber Daya Perusahaan	48
4.2 Analisis Data.....	49
4.2.1 Hasil Karakteristik Responden.....	49
4.2.2 Hasil Deskriptif Variabel	53
4.2.3 Hasil Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	64
4.2.4 Hasil Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	75
4.3 Pembahasan.....	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Saran	91
5.2.1 Saran Teoritis.....	90
5.2.2 Saran Praktis	90
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Realisasi Mitra KUKM Periode (2015-Juni 2021)	3
Tabel 1.2 Data Omset Gerai Display (Bisnis Retail Smesco Indonesia).....	4
Tabel 1.3 Data Fasilitas Ekspor Produk Mitra UKM	5
Tabel 2.1 Hasil Kajian Penelitian Sebelumnya.....	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 3.2 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi menurut Isaac dan Michael..	41
Tabel 4.1 Karakteristik Responden.....	49
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
Tabel 4.3 Variabel Citra Perusahaan.....	54
Tabel 4.4 Variabel Kualitas Layanan.....	56
Tabel 4.5 Variabel Motivasi UKM	58
Tabel 4.6 Variabel <i>Relationship Marketing</i>	60
Tabel 4.7 Variabel Kepercayaan.....	62
Tabel 4.8 Variabel Keputusan Bermitra	63
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	66
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>).....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell-Larcker Criterion</i>).....	71
Table 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrit-Monotrait Ratio</i>)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Discriminant Vailidity</i> (<i>Cross Loading</i>).....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>).....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>R Square</i> (R^2)	75
Tabel 4.17 Hasil <i>f-Square</i> (F^2).....	76
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk	77
Tabel 4.19 Hasil <i>Bootstrapping</i>	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Kontribusi UMKM terhadap PDB (Persen, 2010-2020).....	1
Gambar 1.2 Grafik UKM Pendaftar.....	6
Gambar 2.1 Model Penelitian	33
Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS (<i>First Run</i>).....	65
Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Hipotesis	75



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	101
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	108
Lampiran 3 Hasil Wawancara Langsung dengan Manajemen Smesco	137
Lampiran 4 Deskriptif Variabel	139
Lampiran 5 Uji Nilai Loading Factor (First Run).....	143
Lampiran 6 Gambar Uji <i>Convergent Validity (First Run)</i>	145
Lampiran 7 Uji nilai <i>Loading Factor</i> (Modifikasi)	146
Lampiran 8 Gambar Uji <i>Convergent Validity</i>	148
Lampiran 9 Hasil Uji AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	149
Lampiran 10 Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion)</i>	150
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> ...	151
Lampiran 12 Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	152
Lampiran 13 Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach`s Alpha</i>	154
Lampiran 14 Hasil Uji <i>R Square (R²)</i>	155
Lampiran 15 Hasil Uji <i>f-Square (F²)</i>	156
Lampiran 16 Hasil Uji Redudansi Validasi-Silang Konstruk.....	157
Lampiran 17 Uji Hipotesis (<i>T-Statistic</i>)	158
Lampiran 18 Gambar Uji Hipotesis	158
Lampiran 19 <i>Curriculum Vitae</i>	159