

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP KINERJA
PEMASOK BIJI KOPI: STUDI PADA KAFE DI KOTA BANDUNG



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen

Oleh:

Vina Christianti

2015120086

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

**THE IMPACT OF TRUST AND COMMITMENT ON SUPPLIER'S
PERFORMANCE: A STUDY ON CAFE IN BANDUNG**

Muhammad

6



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Management

By

Vina Christianti

2015120086

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2019

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN TERHADAP KINERJA
PEMASOK BIJI KOPI: STUDI PADA KAFE DI KOTA BANDUNG**

Oleh:

Vina Christianti

2015120086

Bandung, Juli 2019

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Skripsi,

B. Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM.

Ko-pembimbing Skripsi,

Fernando, S.E., M.Kom.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Vina Christianti
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 14 Februari 1997
NPM : 2015120086
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kinerja Pemasok Biji Kopi:
Studi Pada Kafe Di Kota Bandung

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D,
ASCA., CIPM. dan Fernando, S.E., M.Kom.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal : Juli 2019
Pembuat pernyataan :



(Vina Christianti)

ABSTRAK

Bisnis kafe merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat di Bandung. Seperti bisnis pada umumnya, bisnis kafe sangat mengandalkan hubungan dengan pemasok. Hal ini dikarenakan dengan hubungan yang baik, diharapkan kafe dapat memperoleh bahan baku yang diinginkan. Dalam penelitian ini, pemasok yang dibahas adalah pemasok biji kopi, karena secara umum, kopi merupakan salah satu menu utama disajikan di kafe. Dengan bahan baku berupa biji kopi yang berkualitas, maka kafe pun dapat menyajikan minuman kopi yang berkualitas. Selain itu, kualitas hubungan yang baik dapat meningkatkan berbagai aspek kinerja yang pada akhirnya dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

Kualitas hubungan pada penelitian-penelitian sebelumnya diukur menggunakan dimensi-dimensi seperti kepercayaan, komitmen dan kepuasan. Dalam penelitian ini, kepercayaan dan komitmen digunakan sebagai variabel yang saling berhubungan dan memengaruhi kinerja. Dengan begitu, penelitian ini ditujukan untuk meneliti pengaruh kepercayaan dan komitmen kafe terhadap kinerja pemasok pada kafe-kafe di Kota Bandung.

Metode penelitian yang digunakan merupakan metode kuantitatif dengan analisis uji mediasi sederhana. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner fisik (*paper-based*) kepada 200 orang bagian *purchasing* kafe yang dipilih menggunakan *convenience sampling*. Penelitian ini berhasil mendapatkan 52% *response rate* dan mengumpulkan 104 responden. Setelah pengumpulan data, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen pengukuran yang digunakan serta uji asumsi klasik terhadap data yang didapatkan. Instrumen pengukuran valid dan setelah menghilangkan *outliers*, didapatkan ukuran sampel sebesar 99 yang kemudian dianalisis menggunakan uji mediasi sederhana.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data, ditemukan bahwa kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok secara signifikan, kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi komitmen kafe terhadap pemasok secara signifikan, dan kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok dengan komitmen kafe terhadap pemasok sebagai mediator secara signifikan. Dari uji mediasi, didapatkan bahwa komitmen kafe terhadap pemasok memediasi hubungan kepercayaan kafe terhadap pemasok dan kinerja pemasok, tetapi walaupun signifikan, pengaruh yang dihasilkan dari model mediasi tidak besar.

Kata kunci: Kualitas hubungan, kafe, kinerja, kepercayaan, komitmen

ABSTRACT

The cafe business, just like any other business, relies heavily on its suppliers. Therefore, maintaining a good relationship with suppliers is very important. Having a good relationship with supplier will bring many advantages. In addition to securing good quality materials, having a good relationship quality with suppliers can improve the performance of both sides. Since the subject of this study is cafe business, the referred suppliers are coffee bean suppliers. Back to relationship quality, most studies stated trust, commitment, and satisfaction as relationship quality dimensions. In this study, cafe trust and commitment are chosen to be independent variables, with supplier performance as the dependent variable. This study is conducted to find out the impact of cafe trust and commitment on supplier performance in Bandung.

This study uses quantitative method to analyze the data. More specifically, mediation analysis is used to analyze the relationship between trust as the independent variable, commitment as the mediating variable, and performance as the dependent variable. Data collection is conducted using paper-based questionnaires. 200 questionnaires were distributed to cafes throughout Bandung city which were selected by convenience sampling method. 104 out of 200 questionnaires were collected, attaining a response rate of 52%. Following the data collection, the validity and reliability of the measuring instruments were tested. Several items from each variable were eliminated in the validity test.

After confirming the validity and reliability, the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test were conducted to ensure the data is suitable for mediation analysis. 5 data were eliminated as outliers and as a result, mediation analysis is conducted to the sample size of 99 data. From the result of mediation analysis, it is concluded that cafe trust significantly and positively affects supplier performance, as well as cafe commitment, and cafe commitment is a mediator of the relationship between cafe trust and supplier performance. One aspect to note is that although mediation occurred in this model, the effect is small.

Keywords: Relationship quality, cafe, trust, commitment, performance

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan anugrah-Nya penulis berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kinerja Pemasok Biji Kopi: Studi Pada Kafe Di Kota Bandung”. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang dengan berkat dan anugrahNya telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Keluarga penulis yang telah mendukung seluruh kegiatan studi penulis dan pengerjaan skripsi ini dengan memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan lancar.
3. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D, ASCA., CIPM. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membantu dan memberikan ilmu, arahan, kritik dan saran, serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku dosen ko-pembimbing yang telah dengan sabar membantu dan memberikan arahan, masukan dan saran kepada penulis.
5. Bapak Profesor Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang penulis hormati.
6. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
7. Teman-teman dekat penulis selama masa perkuliahan Astari, Jessica, Franzeska, Defanya, Liliana dan Yohana yang senantiasa membantu,

menghibur, menemani dan menyemangati penulis dalam proses penyusunan skripsi.

8. Teman-teman SMA penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang senantiasa menanyakan kapan penulis akan lulus, menyemangati dan mendengarkan keluhan penulis selama proses penyusunan skripsi.
9. Anggota tim kopi Andre, Kevin, dan Jason selaku teman-teman satu tim dibawah bimbingan Ibu Brigita dan Pak Fernando yang saling memotivasi dan memberikan informasi serta bekerja sama demi menyelesaikan penyusunan skripsi.
10. Seluruh dosen pengajar, staf tata usaha, staf di perpustakaan, staf di laboratorium komputer, dan juga seluruh pekarya yang berada di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung, yang telah banyak membantu penulis selama proses pembelajaran di kampus.

Bandung, 18 Juli 2019

Vina Christianti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Kerangka Pemikiran.....	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>).....	6
2.2 Manajemen Hubungan dengan Pemasok (<i>Supplier Relationship Management - SRM</i>).....	6
2.3 Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	7
2.4 Komitmen (<i>Commitment</i>).....	7
2.5 Peningkatan Kinerja (<i>Performance Improvement</i>).....	8
2.6 Hubungan Kepercayaan dan Komitmen.....	8
2.7 Hubungan Kepercayaan dan Kinerja.....	9
2.8 Hubungan Komitmen dan Kinerja.....	9
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	10
3.1 Metode dan Jenis Penelitian.....	10
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	10
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	11
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	11
3.4.1 Peningkatan Kinerja Pemasok.....	12
3.4.2 Kepercayaan Pemasok.....	13

3.4.3	Komitmen Pemasok	14
3.5	Pengukuran Variabel.....	17
3.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	18
3.7	Uji Asumsi Klasik	21
3.8	Teknik Analisa Data	23
3.9	Objek Penelitian	24
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1	Hasil dan Uji Mediasi Sederhana	26
4.2	Pembahasan Uji Mediasi Sederhana.....	30
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN	31
5.1	Kesimpulan	31
5.2	Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	37
RIWAYAT HIDUP PENULIS	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Kinerja Pemasok	12
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kepercayaan Pemasok	13
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Komitmen Pemasok	15
Tabel 3.4	Tampilan Skala Pengukuran Pada Kuesioner	17
Tabel 3.5	Tabel Hasil Uji KMO.....	18
Tabel 3.6	Tabel Matriks Komponen Hasil <i>Factor Analysis</i>	19
Tabel 3.7	Tabel Hasil Uji Reliabilitas	20
Tabel 3.8	Hasil Uji Multikolinearitas	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Restoran dan Kafe di Kota Bandung tahun 2012-2016....	1
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	4
Gambar 3.1 P-Plot untuk data yang diolah dalam uji mediasi.....	21
Gambar 3.2 Grafik Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	23
Gambar 3.3 Persebaran Responden.....	25
Gambar 4.1 Hasil Uji Regresi Kepercayaan terhadap Komitmen.....	26
Gambar 4.2 Hasil Uji Regresi Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kinerja Pemasok.....	27
Gambar 4.3 <i>Total Effect Model</i>	28
Gambar 4.4 <i>Total, Direct, and Indirect Effects</i>	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pernyataan

Lampiran 2 Rekapitulasi Hasil Kuesioner

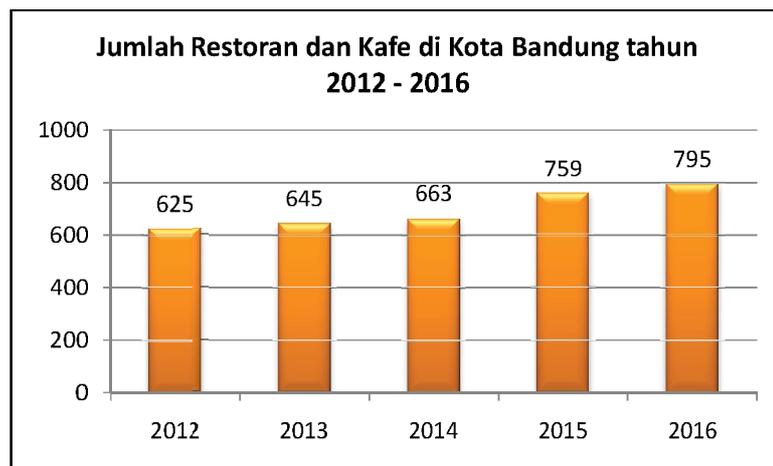
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bandung selain dikenal sebagai salah satu kota tujuan wisata di Jawa Barat, juga terkenal dengan industri kreatifnya sehingga dipilih oleh *British Council* menjadi *pilot project* kota terkreatif se-Asia Timur pada tahun 2007. Tiga sektor utama industri ekonomi kreatif yaitu kuliner, fashion dan kerajinan (BEKRAF, 2018) berkembang di kota Bandung. Secara khusus, sektor kuliner mengalami peningkatan sejak tahun 2012 seperti terlihat pada grafik dibawah.

Gambar 1.1

Grafik Jumlah Restoran dan Kafe di Kota Bandung tahun 2012-2016



Sumber: Bandung Dalam Angka (2018)

Salah satu kuliner yang populer di Bandung baik untuk wisatawan maupun wirausahawan adalah bisnis kafe. Kafe, yang berasal dari bahasa Prancis *café*, secara harfiah diartikan sebagai minuman kopi. Kafe di Bandung pun pada umumnya memiliki kopi sebagai menu utama. Dalam beberapa tahun terakhir ini, mengonsumsi kopi terutama bagi masyarakat perkotaan bukan lagi masalah selera, tetapi sudah berkembang menjadi sebuah gaya hidup. Berdasarkan Pusat

Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian (2017), konsumsi kopi Indonesia diproyeksi akan tumbuh sebesar 8,22% per tahun sampai tahun 2021.

Dalam penyajian kopi, bahan baku berupa biji kopi merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi kualitas minuman. Maka dari itu, kafe harus memiliki pemasok biji kopi yang berkualitas. Bukan hanya memilih pemasok yang berkualitas, membangun hubungan baik dengan pemasok juga merupakan hal yang harus dilakukan, sehingga pelaku bisnis kafe dapat menjamin tersedianya bahan baku berkualitas di tengah-tengah persaingan bisnis yang ketat. Untuk itu, kualitas hubungan harus diperhatikan. Kualitas hubungan yang baik dapat meningkatkan kinerja rantai pasok (Fynes, Voss, & De Búrca, 2005), kinerja operasional dan kinerja strategi (Nyaga & Whipple, 2011), serta kinerja pasar dan finansial (Autry, Skinner, & Lamb, 2011) yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

Dalam penelitian-penelitian sebelumnya mengenai kualitas hubungan, kepercayaan (*trust*) komitmen, dan kepuasan merupakan dimensi kualitas hubungan yang umum digunakan (Athanasopoulou, 2009). Dalam penelitian ini, akan digunakan dua dari tiga dimensi tersebut yaitu dimensi kepercayaan dan komitmen sebagai variabel yang saling berhubungan dan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menguji “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Kinerja Pemasok Biji Kopi: Studi Pada Kafe di Kota Bandung.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka didapat rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Sejauh mana kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok menurut pihak kafe?
2. Sejauh mana kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi komitmen kafe terhadap pemasok?

3. Sejauh mana komitmen kafe terhadap pemasok memediasi hubungan antara kepercayaan kafe terhadap pemasok terhadap kinerja pemasok menurut pihak kafe?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sejauh mana kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok menurut pihak kafe
2. Mengetahui sejauh mana kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi komitmen kafe terhadap pemasok
3. Mengetahui sejauh mana komitmen kafe terhadap pemasok memediasi hubungan antara kepercayaan kafe terhadap pemasok terhadap kinerja pemasok menurut pihak kafe

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku bisnis kafe di kota Bandung mendapatkan informasi mengenai pentingnya kepercayaan dan komitmen dalam menjaga kualitas hubungan dengan pemasok dan meningkatkan kinerja kedua belah pihak.
2. Bagi pihak lain
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan pembelajaran bagi para pembaca.

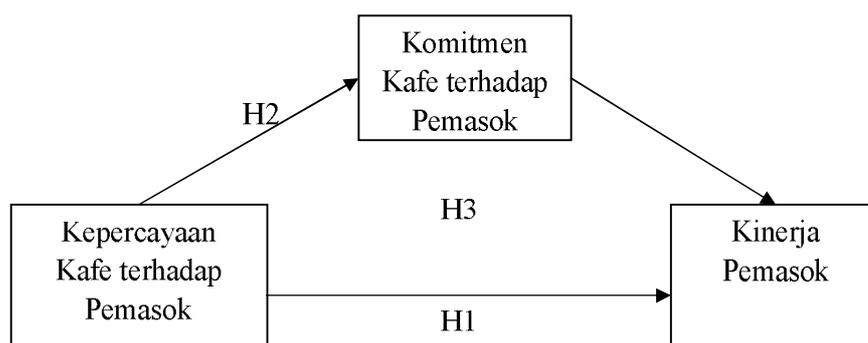
1.5 Kerangka Pemikiran

Dalam rantai pasok bisnis kafe, hubungan antara kafe dan pemasok biji kopi sangatlah penting karena bahan baku berupa biji kopi dapat memengaruhi kualitas dan rasa dari minuman kopi yang disajikan. Memiliki pemasok biji kopi

yang terpercaya akan bermanfaat bagi kafe dan melancarkan aktivitas operasional. Akan tetapi, dengan persaingan bisnis yang ketat, para pelaku bisnis kafe harus berlomba untuk mendapatkan sumber bahan baku yang berkualitas. Salah satu caranya adalah dengan membangun relasi yang baik dengan pihak pemasok. Untuk itu, kualitas hubungan harus diperhatikan.

Kualitas hubungan rantai pasok dapat didefinisikan sebagai sejauh mana kedua belah pihak dalam rantai pasok terlibat dalam hubungan kerja yang aktif dan berjangka panjang (Fynes, de Búrca, & Marshall, 2004). Dalam tinjauan literturnya mengenai kualitas hubungan, Athanasopoulou (2009) menyatakan bahwa kualitas hubungan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Beberapa diantaranya adalah peningkatan kinerja operasional dan strategis (Nyaga & Whipple, 2011), kinerja rantai pasok (Fynes et al., 2004, 2005), serta kinerja pasar dan finansial (Autry et al., 2011). Pada penelitian-penelitian sebelumnya mengenai kualitas hubungan, dimensi yang umum digunakan adalah kepercayaan, komitmen dan kepuasan (Athanasopoulou, 2009). Dalam penelitian ini, digunakan dimensi kepercayaan dan komitmen sebagai variabel yang saling berhubungan dan memengaruhi kinerja.

Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: (Athanasopoulou, 2009; Morgan & Hunt, 1994)

Kepercayaan merupakan salah satu konsep yang paling sering dibahas dalam penelitian-penelitian mengenai kualitas hubungan. Anderson & Narus

(1990) mendefinisikan kepercayaan sebagai keyakinan sebuah perusahaan bahwa perusahaan lain akan melakukan tindakan yang berdampak positif bagi perusahaan, dan tidak akan mengambil tindakan tidak terduga yang akan berdampak negatif bagi perusahaan. Penelitian sebelumnya mendukung bahwa kepercayaan memiliki dampak yang kuat dan signifikan terhadap komitmen (Caceres & Paparoidamis, 2007), yang dapat didefinisikan sebagai keinginan untuk mempertahankan sebuah hubungan yang bernilai (Moorman, Deshpande, & Zaltman, 1993). Komitmen juga merupakan salah satu dimensi kualitas hubungan yang umum digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penulis adalah sebagai berikut:

- H1 : Kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok
- H2 : Kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi komitmen kafe terhadap pemasok
- H3 : Kepercayaan kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok dengan komitmen kafe terhadap pemasok sebagai mediator