

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian regresi mediasi sederhana yang dibahas pada bab sebelumnya, aspek kualitas hubungan yang telah diuji (variabel komunikasi, variabel kepercayaan, dan variabel peningkatan kinerja kafe) penulis dapat menyimpulkan bahwa peningkatan kinerja suatu kafe dipengaruhi oleh komunikasi dan dimediasi sebagian oleh kepercayaan. Berikut hasil yang dapat disimpulkan:

1. Komunikasi (*Communication*) memengaruhi kinerja pemasok (*supplier performance*) secara signifikan dengan  $P = 0.0134$ . Maka dengan *p-value* yang dibawah angka 0.05 dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat komunikasi maka tingkat kinerja pemasok juga akan semakin meningkat;
2. Komunikasi (*communication*) memengaruhi kepercayaan (*Trust*) secara signifikan dengan *p-value* angka yang lebih kecil dari 0.01. Dengan demikian maka dapat disimpulkan komunikasi kuat mempengaruhi kepercayaan;
3. Kepercayaan (*trust*) memediasi pengaruh *communication* terhadap *supplier performance* dengan *indirect effect* sebesar 10.06% sedangkan *direct effect* antara *communication* dan kinerja pemasok (*supplier performance*) sebesar 21.84%. Dengan hasil ini maka dapat disimpulkan komunikasi kuat mempengaruhi kinerja pemasok, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepercayaan.

Maka dengan hasil ini bisa disimpulkan variabel komunikasi sebagai variabel independen berpengaruh secara positif terhadap kinerja pemasok dan mempunyai faktor penting untuk memengaruhi kinerja pemasok secara langsung dan tidak langsung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang telah didapat, penulis memberikan beberapa saran, antara lain:

Kepercayaan dan komunikasi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kinerja pemasok, dengan demikian semakin tinggi komunikasi dan kepercayaan memungkinkan kinerja pemasok meningkat.

a) Bagi pemilik

Sebaiknya pemilik kafe dan pemasok menciptakan kualitas hubungan yang lebih baik dengan cara memperhatikan aspek kepercayaan dan komunikasi. Dengan menciptakan hubungan yang baik, maka kinerja pemasok akan bisa ditingkatkan dan memberikan dampak yang positif bagi kafe untuk kedepannya.

b) Bagi akademis

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk lebih mempertimbangkan jika ingin memasukkan atau memakai *reversequestions* dalam kuesioner untuk responden di Indonesia. Pada penelitian ini item-item yang merupakan *reverse* memberikan jawaban yang tidak cukup reliabel dibandingkan dengan pernyataan-pernyataan yang normal. Diduga sebagian besar responden tidak dapat memahami maksud dari pertanyaan tersebut, yang cukup kompleks. Responden penelitian ini mempunyai rata-rata lama hubungan selama 30.77 bulan, dengan hubungan terpendek kurang dari satu tahun dan hubungan terlama sepanjang 20 tahun, mengingat kualitas hubungan akan berkembang dengan lamanya hubungan, maka akan menarik untuk menguji model penelitian ini dengan mempertimbangkan lama hubungan sebagai faktor pengontrol.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amadou Diallo, D. T. (2005). The success of international development projects, *trust* and *communication*: an African perspective. *International Journal of Project Management*, 237-252.
- Anderson, J. &. (1984). A model of the distributor's perspective of distributor manufacturer working relationships. *Journal of Marketing*, 48, 77-93.
- Athanasopoulou. (2009). Relationship quality: a critical literature review and research agenda. *Journal of Marketing*, 583-610.
- Ball, D. (2004). The role of *communication* and *trust* in explaining customer loyalty. *European Journal of Marketing*, 38, 1272-1293.
- Buttle, F. (2007). *Customer Relationship Management Concept and Tools*. Oxford: Elsevier.
- Crosby, L. E. (1990). Relationship Quality in Services Selling: An Interpersonal Influence Perspective. *Journal of Marketing*, 54(7), 68-81.
- Fynes, B. (2005). The impact of supply chain relationship dynamics on manufacturing performance. *International Journal of Operations & Production Management*, 25(1), 6-19.
- Fynes, B. C. (2005). The impact of supply chain relationship quality on quality performance. *International Journal of Production Economics* , 339-354.
- Goldhaber. (1986). *Organizational Communication edisi ke-2*. Dubuque Iowa: Wm. Brown Publisher.
- Heizer, J. &. (2014). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (11th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Kalakota, R., & Robinso, M. (2001). E-Business 2.0 Roadmap for Success.
- Kemkominfo, B. H. (2017 ). *RAYAKAN HARI KOPI, KEMENPERIN TERUS TINGKATKAN EKSPOR KOPI NASIONAL*. Retrieved oktober 02, 2017, from <http://www.depkes.go.id/article/print/17100200009/rayakan-hari-kopi-kemenperin-terus-tingkatkan-ekspor-kopi-nasional-.html>
- Kim, P. (2009). The Repair of *trust* : A Dynamic Bilateral Perspective and Multilevel Conceptualization. *Academy of Management Review*, 401-422.
- Laequddin, M. B. (2010). Measuring *trust* in supply chain partners' relationships. *Measuring Business Excellence* , 53-69.
- Lambert, D. M. (2012). *Supplier* relationship management as a macro business process. *International Journal*, 17, 337-352.

- Lau, G. L. (1999). Consumers *trust* in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4, 343.
- Mahmudi. (2005). *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Modi, S. B. (2007). *Supplier development: Improving supplier performance through knowledge transfer*. *Journal of Operations Management*, 25, 42-64.
- Moorman, C. Z. (1992). Relationships between producers and users of market research: the dynamics of *trust* within and between organizations. *Journal of Marketing Research*, 29, 314-328.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment- *Trust* Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58, 20-38.
- Muhammad, D. (2002). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Naude, P. (2000). Assessing Relationship Quality. *Industrial Marketing Management*, 29, 351.
- Naude, P. (2009). Assessing relationship quality in four business to business markets. *Journal Marketing*, 27, 86-102.
- Ndubisi, N. (2006). A structural equation modelling of the antecedents of relationship quality in the Malaysia banking sector. *Journal of Financial Services Marketing*, 131-141.
- Ndubisi, N. O. (2007). Relationship quality antecedents : the Malaysian retail banking perspective. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 829-845.
- Paulus. (2005). *Sistem Informasi (berbagai makalah tentang sistem informasi)*. Bandung: Informatika.
- Pujawan, I. N. (2010). *Supply Chain Management*. Surabaya: Guna Widya.
- Ryssel, R. T. (2004). The impact of information technology deployment on *trust*, commitment and value creation in business relationships. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 197-207.
- Ryu, S. M. (2008). The moderating role of *trust* in manufacturee-supplier relationships. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 23, 48-58.
- Sako, M. a. (1998). "Determinants of *trust* in supplier relations: Evidence from the automotive industry in Japan and The United States." . *Journal of Economic Behavior & Organization*, 387.
- Santoso, S. (2017). *Menguasai Statistik dengan SPSS 24* (Media Komputindo ed.).

- Jakarta: PT Elex.
- Sarkis, J. (1999). *How Green is the Supply Chain? Practice and Research*. MA : *Graduate School of Management*.
- Sekaran, U. &. (2013). *Research Methods for Business* (6th ed.). United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alpha Beta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Trijaya. (2012). *Pengaruh Kompensasi, Pendidikan dan Pelatihan, Komunikasi dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Vieira, A. L. (2008). Relationship Quality: A literature review and research agenda. *Journal of Customer Behavior*, 269-291.
- Wang, H., & Gupta, S. M. (2011). *Green Supplhain Management : Product Life Cycle Approach*.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia Teori, Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Xinshu Zaho, J. G. (2010). Reconsidering Baron and Kenny : Myths and Truths about Mediation ANalysis. *Journal of Consumer Research Inc.*, 37, 202.