

**PENGARUH KOMUNIKASI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KINERJA PEMASOK: STUDI PADA KAFE DI  
KOTA BANDUNG**

*Handwritten signature*  
✓



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:  
**Jason Vieri**  
**2015120174**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
Terakreditasi oleh BAN-PT  
No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018  
BANDUNG  
2019**

**THE INFLUENCE OF *COMMUNICATION AND TRUST* ON  
*SUPPLIER'S PERFORMANCE*: STUDY ON CAFE IN  
BANDUNG CITY**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:**  
**Jason Vieri**  
**2015120174**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**PROGRAM IN MANAGEMENT**  
**Accredited based on the decree of BAN-PT**  
**No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018**  
**BANDUNG**  
**2019**

**UNIVERSITASKATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNIKASI DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KINERJA PEMASOK: STUDI PADA KAFE DI  
KOTA BANDUNG**

**Oleh:  
Jason Vieri  
2015120174**

Bandung, Juli 2019

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, CMA.

Pembimbing Utama

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

Ko Pembimbing

Fernando, S.E., M.Kom.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jason Vieri  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 24 Juni 1998  
NPM : 2015120174  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

## JUDUL

Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Pemasok:  
Studi Pada Kafe di Kota Bandung

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan:

Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM dan Fernando Mulia, S.E.,  
M.Kom.

## SAYA NYATAKAN

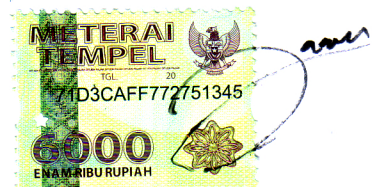
Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri:

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 jelaskan setelah saya angkap 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 keserjanaan.

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

Pasal 25 Ayat (2) UU No. 20 Tahun 2003:  
Lulusan perguruan tinggi yang  
karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akadem  
ik profesi,  
atau vokasiterbukti merupakan jiplak andicabut gelarnya.  
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang  
digunakannya untuk mendapat gelar akademik, profesi,  
atau vokasisebagai manadimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2)  
terbukti merupakan jiplak andipidanadengan perkara paling  
lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp.  
200 juta.

Bandung,  
Dinyatakan tanggal : Juli 2019  
Pembuat pernyataan : Jason Vieri



(Jason Vieri)

## ABSTRAK

Indonesia dikenal sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-4 di dunia. Hal ini dimanfaatkan oleh para pebisnis untuk menciptakan tren bisnis kafe. Saat ini perkembangan bisnis kafe sedang berkembang cukup pesat di Kotamadya Bandung. Sama seperti pada umumnya setiap kafe harus memperhatikan cara khusus untuk bersaing dengan sesama kompetitornya. Salah satu cara tersebut adalah *supply chain management* atau manajemen rantai pasok. Di dalam *supply chain management*, terdapat proses makro yaitu *supplier relationship management* yang merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan manajemen rantai pasok yang ditentukan oleh kualitas hubungan. Kepercayaan terhadap pemasok dan komunikasi merupakan dua faktor penentu tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak langsung dan tidak langsung dari kepercayaan dan komunikasi terhadap kinerja pemasok pada kafe di Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis uji mediasi sederhana. Disebar kepada 200 responden di bagian *purchasing* kafe yang dipilih menggunakan *convenience sampling*. Jumlah responden yang berhasil kembali sebanyak 104 (52%). Didapat ukuran sampel sebanyak 98 respoden setelah membuang *outliers* melakukan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik terhadap data yang berhasil kembali.

Pada penelitian ini menghasilkan kesimpulan yaitu komunikasi (X) dan kepercayaan (M) memengaruhi kinerja pemasok (Y) secara positif sebesar 21.84%, dan kepercayaan sebagai mediator memengaruhi sebesar 10.06%. Berdasarkan hasil tersebut bisa disimpulkan kepercayaan dan komunikasi terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok secara positif.

Kata Kunci: Manajemen Rantai Pasok, *Supplier Relationship Management*, Kepercayaan, Komunikasi, Kinerja Pemasok, Kafe

## **ABSTRACT**

*Indonesia is known as the 4<sup>th</sup> largest coffee producing country in the world. This is used by businessmen to build a cafe business trend. At present, the development of the cafe business is growing rapidly in Bandung. Commonly, every cafe must pay attention to proper ways to compete with their competitors. One method is supply chain management. In this type of management, there is a macro process, namely supplier relationship management, which is one of the determinants of the success of supply chain management that is determined by the quality of the relationship. Trust in suppliers and communication are two determinants.*

*This study aims to determine the direct and indirect effects of trust and communication on supplier performance at cafes in Bandung. The method used in this study is the quantitative method with a simple mediation test analysis. The questionnaire was distributed to 200 respondents in the purchasing cafe section who were selected using convenience sampling. The number of respondents who managed to reply was 104 (52%). A sample size was obtained of 98 respondents after disposing of outliers to test the validity, reliability and classic assumption test of the data that successfully returned.*

*In this study, the conclusions are that communication (X) and trust (M) positively affect supplier performance (Y) by 21.84%, while trust as a mediator affects 10.06%. Based on these results it can be concluded that trust and communication with suppliers affect supplier performance arbitrarily.*

*Keywords: Supply Chain Management, Supplier Relationship Management, Trust, Communication, Supplier Performance, Cafe*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan anugerah-Nya penulis dapat berhasil menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Pemasok: 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 secara langsung maupun tidak langsung, baik bersifat moral dan materiil. Oleh karena itu, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Brenda House selaku keluarga penulis yang dalam segala hal, khususnya dalam melakukan seluruh kegiatan studi serta dalam pengerjaan skripsi ini, baik memberikan dukungan moral maupun materiil.
2. Ibu Brigita Meylianti Sulungbudi, Ph.D., ASCA., CIPM selaku dosen pembimbing yang dengan sabar selalu membantu dan memberikan ilmu, arahan, masukan berupa kritik maupun saran kepada penulis. Serta, selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan cepat dan tepat waktu.
3. Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku dosen ko-pembimbing yang dengan sabar selalu membantu dan memberikan arahan, masukan dan saran kepada penulis.
4. Ibu Rizka Nugraha Pratikna, S.E., M.M. selaku dosen wali yang selalu memberi arahan selama menjalani perkuliahan.
5. Bapak Profesor Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M. yang penulis hormati selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Ibu Dr. Istiharini, CMA. selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
7. Rianna Chandra, Gladys Irawan, Cecilia Christanti, Louis Megasurya, Chandra Wijaya, selaku rekan penulis yang selalu menemani penulis dikala senang maupun susah.
8. Anggota tim kopi Andre, Vina, dan Kevin selaku teman-teman satu tim

dibawah bimbingan Ibu Brigita dan Pak Fernando yang saling mendukung dan memotivasi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.

9. 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, 17 Juli 2019

Jason Vieri



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1    PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Rumusan Masalah Penelitian .....	2
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.4    Kerangka Pemikiran .....	3
BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1    Manajemen Rantai Pasokan ( <i>Supply Chain Management</i> ) .....	6
2.1.1 <i>Supplier Relationship Management</i> .....	6
2.2    Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	7
2.3    Komunikasi ( <i>Communication</i> ) .....	7
2.4    Kinerja ( <i>Performance</i> ).....	8
2.5    Hubungan antara Kepercayaan dan Komunikasi .....	9
2.6    Hubungan antara Kepercayaan dan Kinerja .....	9
2.7    Hubungan Kinerja dan Komunikasi .....	10
BAB 3    METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....	11
3.1    Metode Penelitian.....	11
3.1.1    Jenis Penelitian.....	11
3.2    Teknik Pengumpulan Data .....	12
3.3    Populasi Penelitian .....	13
3.4    Ukuran Sampel .....	13
3.5    Operasionalisasi Variabel.....	14
3.5.1    Peningkatan Kinerja Pemasok.....	14
3.5.2    Kepercayaan Pemasok .....	15
3.5.3    Komunikasi .....	16

3.6	Skala Pengukuran Variabel .....	17
3.7	Hasil Uji Validitas .....	18
3.7.1	Hasil Uji Realibilitas .....	20
3.8	Teknik Analisa Data .....	20
3.9	Uji Asumsi Klasik .....	21
3.10	Objek Penelitian.....	25
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	26
4.1	Hasil Pengujian.....	26
4.2	Hasil Pembahasan.....	28
BAB 5	KESIMPULAN DAN SARAN .....	30
5.1	Kesimpulan.....	30
5.2	Saran .....	31
	DAFTAR PUSTAKA .....	31
	LAMPIRAN.....	34
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	45

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kinerja Pemasok .....	15
Tabel 3.2 Kepercayaan Pemasok .....	15
Tabel 3.3 Komunikasi .....	16
Tabel 3.4 Contoh Pernyataan Kuesioner.....	17
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas.....	18
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas.....	20

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Kafe di Kota Bandung.....	1
Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	4
Gambar 3.1 Peta lokasi persebaran responden.....	14
Gambar 3.2 Tabel histogram.....	21
Gambar 3.3 Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i> .....	22
Gambar 3.4 <i>Tabel coefficients</i> .....	23
Gambar 3.5 <i>Tabel scatterplot</i> .....	24
Gambar 3.6 <i>Tabel coefficients</i> .....	25
Gambar 4.1 <i>Tabel outcome communication</i> .....	26
Gambar 4.2 <i>Tabel outcome supplier</i> .....	27
Gambar 4.3 <i>Tabel outcome supplier</i> .....	27
Gambar 4.4 <i>Tabel direct dan indirect effect</i> .....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Kuisisioner .....	35
Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Kuisisioner .....	39

# BAB 1

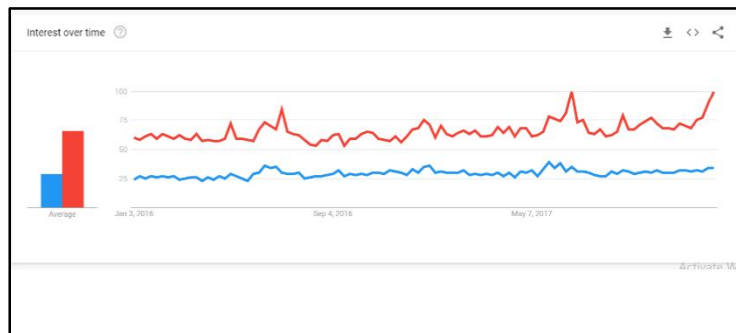
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-4 di dunia menurut Kemkominfo (2017), Indonesia memproduksi rata-rata 685 ribu ton biji kopi per tahunnya atau 8,9% dari produksi kopi dunia. Ketersediaan bahan baku inilah yang menjadi pembuka jalan bagi para pengusaha kedai kopi untuk memanfaatkan bahan baku tersebut. Biji kopi Indonesia memiliki cita rasa yang khas, karena berasal dari berbagai daerah yang dipengaruhi faktor lingkungan, alam, manusia, dan kombinasi ketiganya.

**Gambar 1.1**

**Grafik Pertumbuhan Kafe di Kota Bandung**



Sumber: Google Trends 2017 – 2018, Pertumbuhan Kafe di Kota Bandung.

Kota Bandung sendiri merupakan kota yang terkenal akan wisata kulinernya, hal ini membuat Kota Bandung menarik perhatian para wisatawan dalam kota maupun luar kota. Hal ini dimanfaatkan oleh pengusaha lokal untuk meraih keuntungan setinggi mungkin dengan menciptakan bisnis kuliner, salah satunya adalah bisnis kafe. Dampak dari hal tersebut menimbulkan persaingan kafe-kafe di kota Bandung. Persaingan ini ditunjukkan dari jumlah bisnis kafe di Kota Bandung meningkat dan konsumsi produk kopi olahan juga meningkat sebanyak lebih dari 7% per tahun.

Hal ini tentunya membuat kafe harus mencari cara untuk bertahan dan berkembang jika tidak konsumen akan beralih ke kompetitor lainnya. Kualitas produk kafe perlu diperhatikan untuk menjaga penilaian dari pelanggan tersebut.

Salah satu cara yang dapat diterapkan untuk mempertahankan kualitas adalah *supply chain management*. Cara ini digunakan untuk menjaga kualitas biji kopi dan tepatnya waktu pengiriman oleh karena itu kafe harus menjalin hubungan dengan pemasoknya. Suatu hubungan bisa dinilai kuat dari rasa percaya antar satu dengan yang lainnya, dan adanya komunikasi yang berjalan dengan baik. Kepercayaan dan hubungan komunikasi terhadap para pemasok akan kualitas merupakan salah satu faktor utama dalam menunjang keberhasilan kafe-kafe untuk mempertahankan performanya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun alat ukur yang valid dan reliabel untuk mengukur kualitas hubungan *business to business* dalam lingkungan industri kafe terutama yang dapat digunakan oleh kafe-kafe yang ada di Kota Bandung. Pengukuran kualitas hubungan yang valid dan reliabel ini akan berguna bagi perusahaan untuk mengukur dan mengoptimalkan kualitas hubungan mereka dengan pemasok. Pada penelitian-penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa kualitas hubungan dapat memberikan manfaat positif bagi perusahaan diantaranya : meningkatkan kinerja rantai pasokan, kinerja kualitas (Fynes B. C., 2005), keuntungan (Naude P. , 2009).

Kegiatan penelitian akan dimulai dengan melakukan studi literatur mengenai kualitas hubungan yaitu membahas *relationship quality performance* kafe di Bandung dengan variabel *communication* dan *trust* sebagai mediator variabel. Kemudian akan dilanjutkan dengan menyebarkan kuisisioner untuk mengukur seberapa erat hubungan antar variabel. Selanjutnya akan dilakukan pengumpulan data, dimana responden kafe di Kota Bandung akan diminta menilai hubungan antar pemasok yang satu dan lainnya. Dan berdasarkan hasil kuisisioner pendahuluan tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Kinerja Pemasok: Studi Pada Kafe di Kota Bandung**”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan topik yang diteliti, permasalahan yang akan dibahas yaitu:

1. Apakah *communication* memengaruhi *supplier performance* pada bisnis kafe yang ada di Kota Bandung?

2. Sejauh mana *communication* memengaruhi *trust* pada bisnis kafe yang ada di Kota Bandung?
3. Sejauh mana *trust* memediasi pengaruh *communication* terhadap *supplier performance* pada bisnis kafe yang ada di Kota Bandung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yang hendak dicapai yaitu agar perusahaan:

1. Mengetahui tingkat pengaruh *communication* pada bisnis kafe yang ada di Kota Bandung.
2. Mengetahui tingkat pengaruh *trust* pada bisnis kafe yang ada di Kota Bandung.
3. Mengetahui tingkat pengaruh *communication* dan *trust* pada bisnis kafe di Kota Bandung berpengaruh pada *supplier performance*.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi berbagai pihak, antara lain:

(1) Pihak perusahaan

Membantu kafe di Kota Bandung untuk meningkatkan kinerja dari pemasoknya dengan melihat dari perspektif *relationship quality* dengan pemasok.

(2) Pihak-pihak lain

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumber informasi dan pembelajaran bagi pihak-pihak lain yang membaca penelitian ini.

### **1.5 Kerangka Pemikiran**

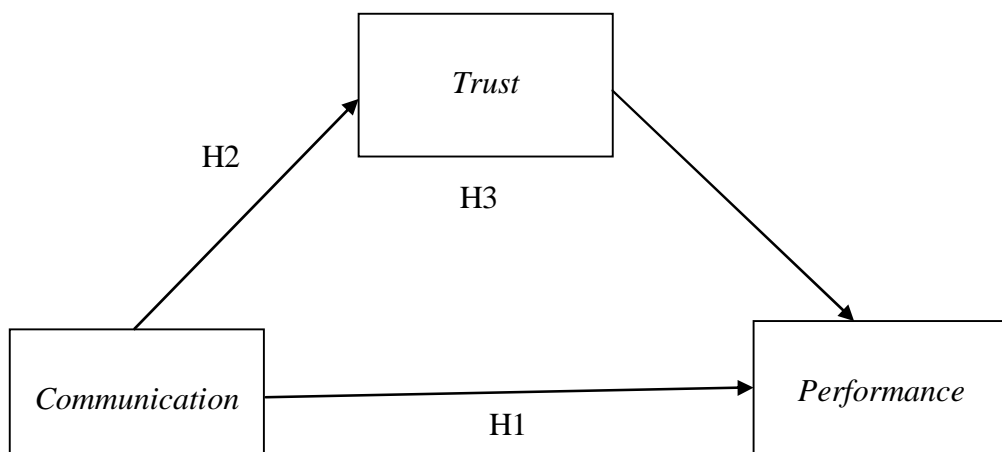
Kinerja sering digunakan untuk menyebut prestasi atau tingkat keberhasilan individu atau kelompok (Mahmudi, 2005). Oleh karena itu kinerja menjadi salah satu faktor penting bagi sebuah perusahaan. Kinerja juga dipengaruhi oleh kualitas hubungan. Salah satu faktor utamanya adalah kepercayaan (*trust*).



Kepercayaan sebagai kemauan untuk bergantung pada pihak lain dalam menghadapi risiko(Lau, 1999). Kemauan untuk percaya berasal dari pemahaman pihak lain berdasarkan pengalaman masa lalu. Kepercayaan dianggap sebagai carayang paling penting dalam membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan atau pemasok dalam jangka waktu yang panjang.Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa komunikasi berhubungan erat dengan kepercayaan (Morgan & Hunt, 1994). Seiring dengan meningkatnya hubungan, komunikasi akan berdampak juga pada kepercayaan antara pemasok dengan perusahaan.

Pertumbuhan kafe di Kota Bandung juga menjadi salah satu fenomena yang menarik karena terus meningkat beberapa tahun terakhir ini. Maka dari itu untuk dapat bersaing dengan para kompetitornya, industri kafe harus bisa menjaga relasi yang baik dengan para pemasoknya. Menjaga hubungan yang baik bisa dengan meningkatkan kualitas komunikasi antar keduanya yang diharapkan di kemudian hari akan meningkatkan kepercayaan. Lebih lanjut komunikasi dan kepercayaan diharapkan dapat bersinergi dalam meningkatkan kinerja kedua belah pihak yang bekerjasama.

**Gambar1.2**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**



Sumber: Hasil pengolahan penulis

### 1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Gambar 1.2, maka terbentuk hipotesis sebagai berikut:

- H1: Komunikasi kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok
- H2: Komunikasi kafe terhadap pemasok memengaruhi kepercayaan kafe
- H3: Komunikasi kafe terhadap pemasok memengaruhi kinerja pemasok dengan kepercayaan kafe terhadap pemasok sebagai mediator