

**Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* dan  
*Operational Performance***

**(Studi Kasus Pada Pangkalan LPG di Kotawaringin Timur)**

SKRIPSI



الجامعة الإسلامية  
الاندونيسية

**Ditulis Oleh:**

Nama : Hafidz Ummay Muhammad

Nomor Induk Mahasiswa : 18311406

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**Yogyakarta**

**2022**

***Pengaruh Supply Chain Management Practices terhadap Customer Development dan Operational Performance***

**(Studi Kasus Pada Pangkalan LPG di Kotawaringin Timur)**

**SKRIPSI**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia

**Oleh:**

Nama : Hafidz Ummay Muhammad  
Nomor Mahasiswa : 18311406  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasi

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Islam Indonesia**

**Yogyakarta**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASRISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang disajikan oleh pihak lain untuk memperoleh gelar sarjana di perguruan tinggi tertentu, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan pihak lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan diterbitkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Agustus 2022

Hafidz Ummay Muhammad

## HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

### *Pengaruh Supply Chain Management Practices terhadap Customer Development dan Operational Performance*

(Studi Kasus Pada Pangkalan LPG di Kotawaringin Timur)

#### SKRIPSI

##### Disusun Oleh:

Nama : Hafidz Ummay Muhammad

Nomor Induk Mahasiswa : 18311406

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasi

Yogyakarta, 15 Agustus 2022

Telah disetujui untuk diuji oleh

Dosen Pembimbing,

Dr. Dessy Isfianadewi S.E., M.M.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**PENGARUH SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES TERHADAP CUSTOMER  
DEVELOPMENT DAN OPERATIONAL PERFORMANCE (STUDI KASUS PADA  
PANGKALAN LPG DI KOTAWARINGIN TIMUR)**

Disusun Oleh : **HAFIDZ UMMAY MUHAMMAD**

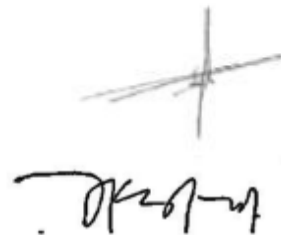
Nomor Mahasiswa : **18311406**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Kamis, 15 September 2022

Penguji/ Pembimbing TA : Dessy Isfianadewi, Dr., SE., MM.

Penguji : Siti Nursyamsiah, Dra., M.M.



Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

## ABSTRAK

Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* dan *Operational Performance*

(Studi Kasus pada pangkalan LPG di Kotawaringin Timur)

Hafidz Ummay Muhammad

Universitas Islam Indonesia

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* dan *Operational Performance* pada pangkalan LPG. Penelitian ini dilakukan pada pangkalan LPG yang beroperasi di Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. sebanyak 103 responden berhasil didapatkan. Metode Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *supply chain management practices* memiliki pengaruh positif terhadap *customer development* dan *operational performance*. *Customer development* dapat memediasi hubungan antara *supply chain management* terhadap *operational performance*.

**Kata Kunci:** *Customer Development, Operational Performance, Supply Chain Management Practices*

## ABSTRACT

Effect of Supply Chain Management Practices on Customer Development and Operational Performance

(Case Study of LPG SMEs)

Hafidz Ummay Muhammad

Islamic University of Indonesia

The Purpose of this research explores how supply chain management (SCM) practices on customer development and operational performance. This research was conducted at LPG SME, Kotawaringin Timur, with 103 responses obtained. The research model was analyzed using partial least squares structural equation modeling. The results confirmed the positive impact of SCM practices on Customer Development and Operational Performance. Customer Development was also found to positively impact operational performance. Additionally, a partial mediation role of customer development on relationship between SCM practices and operational performance was observed.

**Keywords** : Customer Development, Operational Performance, Supply Chain Management Practices

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis sederhana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tersayang. Bapak Fauji (Araf) dan Ibu Noorlaila. Untuk keduanya, terima kasih untuk tidak henti-hentinya memberikan dukungan, doa, nasihat, serta kasih sayang kepada penulis. Terima kasih untuk perjuangan bersama dari lahir hingga kini. Ucapan terima kasih lainnya penulis ucapkan kepada adik penulis, Rachel Nayla Hafizah dan keluarga kai Ryan yang dicintai, Om dan Tante yang memberikan semangat, serta suntikan motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan studi dengan baik. Penulis ungkapkan rasa syukur dan terima kasih yang begitu mendalam atas segala bantuan yang telah diberikan.





## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat melakukan dan menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Supply Chain Management Practices terhadap Customer Development dan Operational Performance (Studi Kasus pada pangkalan LPG di Kotawaringin Timur)*" disusun dengan tujuan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah memberikan doa dan dukungannya kepada penulis. Sehingga, pada kesempatan ini penulis mengungkapkan rasa terima kasih dan bantuan dalam proses penyelesaiannya. Ucapan terima kasih dihaturkan kepada :

1. Allah SWT. Yang telah memberikan penulis kenikmatan, kemudahan, dan kelancaran yang tiada-hentinya sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
2. **Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc, Ph.D.** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh himpunan universitas.
3. **Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Dr. Dessy Isfianadewi, S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan dukungan, masukan, kritikan, wejangan bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
5. Segenap dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah banyak memberikan ilmu dan pandangan yang beragam selama proses perkuliahan.
6. Om Nasir dan Om Fuadi yang telah membantu proses pengambilan data yang diperlukan selama proses penelitian ini berlangsung.
7. Segenap Sahabat SS Wiraditya Gusti Pratama, Yusuf Ahmad Sudrajat, Muhammad Rafif Zaen, dan Aqil Kamal Makarim yang telah penulis anggap keluarga sendiri di

tanah rantau. Terima kasih juga untuk menyertakan penulis dalam mengeksplorasi hal-hal yang belum pernah dilakukan sebelumnya.

8. Sahabat Love Kupe yang tetap menyuplai humor dan memberikan semangat kepada penulis.
9. Segenap kru Kost Aura Biru yang telah mau berbagi dipan tempat penulis untuk menduduk-tidurkan diri di tengah masifnya aktivitas perkuliahan dan penggarapan skripsi.
10. Responden dalam penelitian ini dan pihak pihak baik yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti. Semoga segala amal kebaikan yang telah dilakukan mendapat balasan yang lebih dari Allah SWT. Semoga dengan segala keterbatasannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Manajemen Operasi.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Penulis

Hafidz Ummay Muhammad

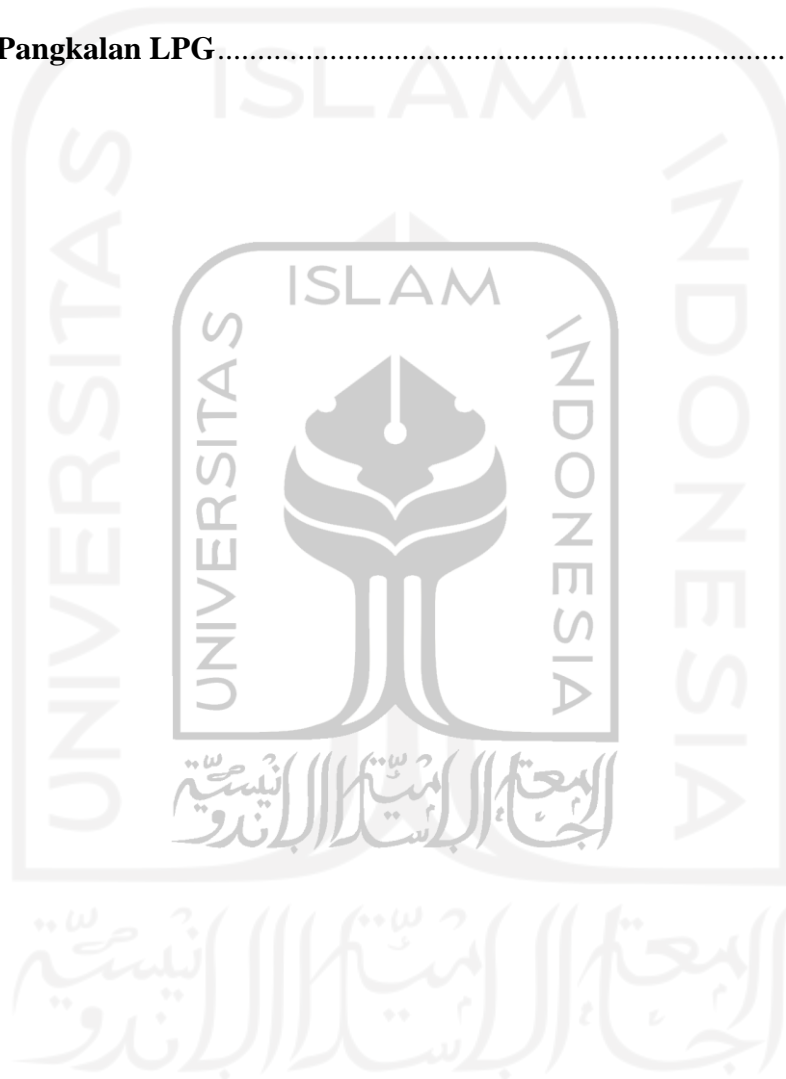
## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	4
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	5
<b>BAB II</b> .....	6
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
<b>2.1. Penelitian Terdahulu</b> .....	6
<b>2.2. Landasan Teori</b> .....	9
<b>2.2.1. <i>Supply Chain Management</i></b> .....	9
<b>2.2.2. <i>Supply Chain Management Practices</i></b> .....	11
<b>2.2.3. <i>Customer Development</i></b> .....	15
<b>2.2.4. <i>Operational Performance</i></b> .....	17
<b>2.3. Rumusan Hipotesis</b> .....	19
<b>2.3.1. Pengaruh Variabel <i>SCM Practices</i> terhadap <i>Customer Development</i></b> .....	19
<b>2.3.2. Pengaruh Variabel <i>SCM Practices</i> terhadap <i>Operational Performance</i></b> .....	19
<b>2.3.3. Pengaruh Variabel <i>Customer Development</i> terhadap <i>Operational Performance</i></b> .....	20

2.3.4. Variabel <i>Customer Development</i> memediasi pengaruh antara <i>Supply Chain Management Practices</i> dan <i>Operational Performance</i> .....	20
2.4. Kerangka Pemikiran.....	21
<b>BAB III</b> .....	22
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	22
3.1. Pendekatan Penelitian.....	22
3.2. Lokasi Penelitian.....	22
3.3. Identifikasi Variabel Penelitian.....	22
a. Variabel Independen.....	22
b. Variabel Dependen.....	23
c. Variabel <i>intervening</i> .....	23
3.4. Definisi Operasional.....	23
3.4.1. <i>Supply Chain Management Practices (X)</i> .....	23
3.4.2. <i>Customer Development (Y1)</i> .....	25
3.4.3. <i>Operational Performance (Y2)</i> .....	25
3.5. Populasi dan Sampel.....	26
3.5.1. Populasi.....	26
3.5.2. Sampel.....	26
3.6. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.6.1. Jenis Data.....	27
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7. Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.7.1. Uji Validitas.....	28
3.7.2. Uji Realibilitas.....	28
3.8. Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1. Analisis Deskriptif.....	29
3.8.2. Analisis Statistik.....	30

<b>BAB IV</b> .....	36
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	36
<b>4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden</b> .....	36
<b>4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin</b> .....	36
<b>4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Umur</b> .....	37
<b>4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir</b> .....	37
<b>4.1.4. Karakteristik Berdasarkan Umur Pangkalan</b> .....	38
<b>4.1.5. Karakteristik Berdasarkan Jabatan</b> .....	39
<b>4.2. Analisis Statistik</b> .....	40
<b>4.2.1. Pengujian Instrumen Penelitian</b> .....	40
<b>4.2.2. Pengujian <i>Outer Model</i></b> .....	43
<b>4.3. Uji Hipotesis</b> .....	53
<b>4.4. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	59
<b>4.4.1 Pengaruh <i>Supply Chain Management Practices</i> Terhadap <i>Customer Development</i></b> .....	59
<b>4.4.2 Pengaruh <i>Supply Chain Management Practices</i> terhadap <i>Operational Performance</i></b> .....	59
<b>4.4.3 Pengaruh <i>Customer Development</i> terhadap <i>Operational Performance</i></b> .....	60
<b>4.4.4 <i>Customer Development</i> Memediasi Pengaruh <i>Supply Chain Management Practices</i> terhadap <i>Operational Performance</i></b> .....	60
<b>BAB V</b> .....	62
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
<b>5.1. Kesimpulan</b> .....	62
<b>5.2. Implikasi Manajerial</b> .....	63
<b>5.3. Keterbatasan Penelitian</b> .....	64
<b>5.4. Saran</b> .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
<b>LAMPIRAN</b> .....	69

<b>Lampiran 1</b> .....	70
<b>Lampiran 2. Data Uji Instrument</b> .....	75
<b>Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen</b> .....	82
<b>Lampiran 4. Uji <i>Outer Model</i> Awal dan Akhir</b> .....	90
<b>Lampiran 5. <i>Inner Model</i></b> .....	100
<b>Lampiran 6. Uji Hipotesis</b> .....	103
<b>Lampiran 7 Pangkalan LPG</b> .....	104



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 4. 1 Jenis Kelamin .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 4. 2 Umur.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. 4 Umur Pangkalan .....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 5 Jabatan.....</b>	<b>39</b>
<b>Tabel 4. 6 Uji Validitas .....</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 8 Initial Item Loading dan AVE dalam model Awal .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 9 Initial Item Loading dan AVE dalam model Akhir .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading Validitas Diskriminan Awal.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 11 Nilai Cross Loading Validitas Diskriminan Akhir .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4. 12 Cronbach Alpha dan Composite Reliability Awal.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 13 Cronbach Alpha dan Composite Reliability Akhir.....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 14 Nilai R<sup>2</sup> Variabel.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4. 15 Path Coefficient.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung.....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis.....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Gambar Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 4. 1 Hasil Uji Outer Model Awal.....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 4. 2 Hasil Uji Outer Loading Akhir .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4. 3 Hasil Uji Inner Model Awal.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4. 4 Hasil Uji Inner Model Akhir .....</b>	<b>54</b>





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

Di era industri yang semakin berkembang pada saat ini, kemajuan teknologi memiliki perubahan yang sangat cepat, inovasi yang terus dilakukan terus-menerus, dan lingkungan pekerjaan yang selalu berusaha untuk siap menghadapi ketidakpastian, hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan akan selalu tetap bersaing dengan kompetitornya dan bertahan untuk memastikan bahwa perusahaan bisa memberikan yang terbaik untuk kebutuhan konsumen dan tetap menjaga hubungan baik dengan para pemasoknya. Oleh karena itu perusahaan harus bisa meningkatkan kinerja operasional mereka, untuk mencapai hal ini ada beberapa cara yang bisa dilakukan, salah satunya yaitu dengan meningkatkan penerapan *supply chain* (Sajja, 2021). Dengan adanya *supply chain* perusahaan diharapkan bisa memperbaiki kinerja dari dalam perusahaan itu sendiri untuk bisa bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk memenuhi kebutuhan konsumen tepat, maka perusahaan harus menentukan proses yang memiliki *value-added* yang bisa melewati batasan organisasi. Oleh karena itu organisasi harus bekerja semaksimal mungkin baik itu dengan pihak internal maupun dengan pihak eksternal perusahaan, karena hal ini bisa menciptakan sistem yang baik bagi perusahaan. Untuk pihak internal perusahaan bisa berkoordinasi untuk mengelola alur informasi, alur material, dan alur keuangan. Sedangkan untuk pihak eksternal organisasi bisa berkolaborasi dengan para pemasok dan para konsumen (Amedofu et al., 2019).

*Supply Chain Management (SCM)* adalah seluruh kegiatan rantai pasokan yang saling berkoordinasi untuk mendapatkan nilai konsumen yang diinginkan (Heizer et al., 2020). *Supply chain* termasuk pemasok, manufaktur atau penyedia jasa, dan distributor, grosir maupun pengecer yang

mengantarkan barang ke konsumen. Dengan penerapan SCM tentunya perusahaan akan memiliki beberapa keuntungan dan bisa bersaing dengan perusahaan lainnya, karena jika seluruh pihak yang terlibat mau membagikan informasi terkait penjualan maupun biaya informasi, seluruh pihak bisa mendapatkan keuntungan (Heizer et al., 2020). dengan adanya *supply chain*, arus informasi bisa berjalan dengan lancar ketika pemasok dan distributor saling bekerjasama, ketika barang yang ingin dijual itu dikirim ke distributor, lalu distributor menjual ke konsumen hal ini akan mengurangi *bullwhip effect*. (Sajja, 2021). Strategi *supply chain* merupakan proses yang sangat penting bagi perusahaan karena bisa meningkatkan inovasi dan kinerja, hal ini juga berpengaruh bagi perusahaan untuk bisa terus beradaptasi dengan ketidakpastian karena lingkungan bisnis akan selalu berubah-ubah (Sajja, 2021). Suatu organisasi akan kesulitan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif jika dilakukan melalui pengembangan internal, karena pada dasarnya perubahan lingkungan dan kompetisi yang semakin banyak, perusahaan harus menemukan cara agar tetap bisa bersaing dan beradaptasi (Lee, 2021).

Menurut Li et al, (2005) dalam penelitian Amedofu et al., (2019) mengemukakan bahwa *SCM practice* atau praktik SCM adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal untuk meningkatkan kegiatan supply chain sehingga lebih efektif. Menurut (Amedofu et al., 2019) tidak ada definisi yang benar-benar diterima secara umum mengenai *Supply Chain Management Practices* atau praktik manajemen rantai pasokan, akan tetapi ada konsep yang bisa diikuti adalah *SCM practices* merupakan rangkaian praktik multi-dimensional yang harus dimiliki oleh organisasi untuk mengelola fungsi bisnis yang penting baik itu ada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Ada empat dimensi *SCM practices* atau praktik SCM yang dianalisa memiliki dampak terhadap keberhasilan bisnis, yaitu *Customer Relationship*, *supplier Relationship*, *Supply Chain Information Sharing* dan *Supply Chain Information Management*.

Perusahaan dalam menjaga keberlangsungan nya juga harus melakukan perkembangan di berbagai sektor, salah satunya adalah *Customer Development* mereka. Pengembangan konsumen diperlukan dengan mendapatkan, memuaskan, dan mempertahankan konsumen. Hal ini merupakan kemampuan yang harus dimiliki oleh perusahaan (Amedofu et al., 2019). Perusahaan tentunya memerlukan *Customer Development* ketika mereka memasuki pasar yang sudah ada sebelumnya dengan membuat produk atau layanan yang sebelumnya tidak ada di pasar tersebut atau memperbaiki produk atau layanan yang sudah ada dengan hal yang lebih baik. *Customer development* adalah kemampuan perusahaan untuk menemukan pasar dari produk yang dibuat, membangun kegunaan yang tepat untuk produk, mencari solusi terkait kebutuhan konsumen, menguji berbagai metode yang bisa digunakan untuk mencari konsumen, dan memberikan sumber daya yang tepat untuk keperluan bisnis (Cooper et al., 2022).

Pangkalan gas *Liquefied Petroleum Gas* (LPG) adalah jenis usaha yang mendistribusikan gas LPG lewat pangkalan ke konsumen atau pengecer, untuk mendapatkan gas LPG, konsumen harus datang langsung ke pangkalan. Pertamina sebagai pemasok resmi tabung gas LPG dalam mendistribusikannya hingga ke masyarakat dengan jalur yang diawali dari depot LPG menuju ke Stasiun Pengisian dan Pengangkutan *Bulk* Elpiji (SPPBE), setelah itu seperangkat LPG diterima oleh agen dan selanjutnya akan dibawa ke pangkalan LPG yang langsung berhubungan dengan konsumen maupun pengecer, cara yang digunakan Pertamina dalam perdistribusian gas LPG ke masyarakat dilakukan dengan sistem *close loop supply chain* yang artinya produk mulai dari konsumen, kembali ke depot LPG hingga kembali lagi ke konsumen dengan pembaruan pada produknya (Sulistiyawati & Ridwan, 2022).

Penelitian ini akan difokuskan pada sistem praktik manajemen rantai pasokan yang diterapkan oleh Pertamina terhadap pangkalan LPG dengan dikaitkan juga terhadap adanya pengaruh *customer development* di dalamnya.

Topik dari studi ini akan menjadi bahasan yang menarik karena pada penelitian sebelumnya masih sangat sedikit yang membahas pangkalan LPG sebagai objek penelitian.

Berdasarkan pada latar belakang demikian, muncul suatu ketertarikan dari peneliti untuk melakukan penelitian penerapan *supply chain management practces* terhadap *customer development* dan *operational performance* pada pangkalan LPG Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Apakah ada pengaruh positif *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development*?
2. Apakah ada pengaruh positif *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance*?
3. Apakah ada pengaruh positif *Customer Development* terhadap *Operational Performance* ?
4. Apakah *Customer Development* secara positif dapat memediasi hubungan antara *Supply Chain Management Practices* dan *Operational Performance* ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh *Supply Chain Management Practice* Terhadap *Customer Development*.
2. Untuk menguji pengaruh *Supply Chain Management Practice* Terhadap *Operational Performance*.
3. Untuk menguji pengaruh *Customer Development* Terhadap *Operational Performance*.
4. Untuk menguji pengaruh mediasi *Customer Development* terhadap hubungan *Supply Chain Management Practices* dan *Operational Performance*.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

a. Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah pemahaman dan wawasan mengenai pengaruh *supply chain management practices* terhadap *customer development* dan *operational performance* di pangkalan LPG. Sehingga, hasil penelitian ini dapat berperan dalam pengayaan *literature* yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya karena masih sedikitnya penelitian mengenai pangkalan LPG sebagai studi kasus untuk menganalisis pengaruh *supply chain management practices* terhadap *customer development* dan *operational performance*.

b. Praktis

Diharapkan hasil penelitian dapat berperan dalam perumusan strategi perusahaan khususnya dalam *supply chain management practices* yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memiliki dampak terhadap *customer development* dan *operational performance* pada pangkalan LPG.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan berdasarkan penelitian yang sudah pernah dilakukan, yang memiliki kesamaan variabel sebelumnya antara *Supply Chain Management practices*, *Customer Development* dan *Operational Performance*, hal ini dilakukan untuk mengetahui hasil yang sudah dikerjakan oleh peneliti sebelumnya dan hasilnya dapat dijadikan referensi maupun acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya. Penelitian tersebut diantaranya:

**Tabel Penelitian Terdahulu**

No	Identitas Jurnal	Variabel dan Teori	Hasil Analisis
1	Amedofu et al., (2019) <i>Effect of Supply Chain Management Practices on Customer Development and Star-up Performance Benchmarking</i> Sampel: 72 <i>start-up</i> di Ghana Alat Analisis: SEM-PLS Metode: Kuantitatif	<i>Supply Chain Management Practices: Customer Relationship, Supplier Relationship, Supply Chain Information Sharing, Supply Chain Information Quality</i> <i>Customer Development: Acquire, Customer, Satisfy Customer, Retain Customer</i> <i>Start-up Performance: return on assets, revenue level, business growth rate</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik SCM yang ada di dalam <i>start-up</i> berpengaruh positif terhadap pengembangan konsumen dan kinerja <i>start-up</i> .
2	Zhou & Li, (2020) <i>The Impact of Supply Chain Practices and Quality Management on Firm Performance: Evidence Fro China's Small and Medium</i>	<i>Supply Chain Practice: Information Sharing Support Technology, Information Content, Information Quality</i> <i>Quality Management: Employee relations, quality data and</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>supply chain information sharing</i> berpengaruh positif terhadap praktik <i>quality</i>

	<i>Manufacturing Enterprises</i>	<i>reporting, and process management</i>	<i>management dan supplier specific investment.</i>
	<i>International Journal of Production Economics</i>	<i>Firm Performance: Market Share, Buyer-Supplier Relation.</i>	<i>praktik quality management dan supplier specific investment</i>
	Sampel: 138 SME		<i>berpengaruh positif terhadap kinerja market share dan kinerja inovasi.</i>
	Alat Analisis: SEM-Confirmatory Factor Analysis (CFA)		
	Metode: Kuantitatif		
3	Shetty, (2019) <i>Impact of Supply Chain Management Practices on Performance of Companies</i> <i>Journal of Supply Chain Management System</i>	<i>Supply Chain Management Practices: Management Practices, Customer Relationship Management, Logistics Process Output Performance: Sales, On time deliveries, Customer Response time, manufacturing lead time</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Supply chain practices</i> seperti <i>management practices, customer relationship management, dan logistics process</i> berpengaruh positif terhadap <i>output performance.</i>
	Sampel: 75 perusahaan manufaktur		
	Alat Analisis: SEM		
	Metode: Kuantitatif		
4	Prathiba, (2020) <i>Can Supply Chain Management Practices Influence Customer Satisfaction and Loyalty?</i> <i>Journal of Supply Chain Management System</i>	<i>Supply chain management practices: responsiveness, supplier affiliation, customer affiliation, knowledge sharing Customer satisfaction: reasonable price, outstanding products, proper delivery Customer Loyalty: quality, positive attitude, accessibility</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa praktik SCM dan <i>Supply Chain Responsiveness (SCR)</i> berpengaruh positif terhadap <i>customer satisfaction dan customer loyalty.</i>
	Sampel: 300 manajer yang mengerjakan fungsi <i>purchase, transportation, dan storing</i> di supermarket Chennai		
	Alat Analisis: SEM		
	Metode: kuantitatif		

5	Elfarmawi, (2020)  <i>The Effect of Customer Relationship Management System on Customer Satisfaction</i>  <i>Journal of System Integration</i>  Sampel: 10 Alat Analisis: IBM SPSS Metode: Kuantitatif	<i>Customer Relationship Management System: Customer purchasing behaviour, classifying customer</i>  <i>Customer Satisfaction: Human interaction, Relationship</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem CRM dalam pengoperasian bisnis tentunya akan meningkatkan <i>customer satisfaction</i> dan membuat para konsumen akan terus melakukan pembelian di tempat yang sama.
6	Berraies & Hamouda, (2018)  <i>Customer Empowerment and Firms Performance: The Mediating Effects of Innovation and Customer Satisfaction</i>  IIBM Sampel: 216 Cabang Bank Alat Analisis: EFA dan SEM Metode: Kuantitatif	<i>Customer Empowerment: Customer Innovation, user communities, collaborating, tinkering, co-designing</i> <i>Firm performance: higher price, reduced cost, reduced risk related to commercialization</i> <i>Innovation: new improved products, services or processes</i> <i>Customer satisfaction: sales increases, costs reduction</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Customer Empowerment</i> terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan adanya <i>customer satisfaction</i> dan inovasi sebagai variabel mediasi.
7	(Saad et al., 2022)  <i>Linking Supply Chain Management Practices To Customer Relationship Management Objectives: A Proposed Framework</i>  Sampel : 11 Artikel yang sangat terkait <i>Broad Scanning</i> Metode : Kuantitatif	<i>Supply Chain Management Practices: Supplier Relationship, Customer Relationship Management: Retain Customer, satisfy customer, Organizational Performance: level of output, resource available</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa kepuasan konsumen harus diperhatikan dan dilibatkan agar praktik SCM beroperasi secara efisien sehingga kinerja organisasi



## 2.2. Landasan Teori

### 2.2.1. *Supply Chain Management*

#### 1. Pengertian

*Supply Chain Management* (SCM) adalah rangkaian kegiatan *supply chain* yang dimulai dari bahan mentah hingga menjadi barang jadi yang memuaskan konsumen yang mana hal ini bisa meningkatkan nilai konsumen. Beberapa kegiatan *supply chain* termasuk semua kegiatan yang berhubungan dengan mitra kerja seperti dengan para pemasok (*suppliers*), manufaktur (*manufacturer*), distributor (*distributors*), dan konsumen (*customers*). Perusahaan yang menerapkan *supply chain* dengan baik tentu memiliki alur informasi yang baik terhadap semua mitra kerjanya. Untuk tetap bersaing di pasar, maka perusahaan memerlukan peningkatan melalui kustomisasi produk (*product customization*), kualitas tinggi (*high quality*), pengurangan biaya (*cost reductions*), dan kecepatan untuk masuk ke pasar (*speed to market*) (Heizer et al., 2020).

Menurut Stevenson, (2018) *supply chain management* adalah organisasi bisnis yang didalamnya terdapat fungsi bisnis yang mengkoordinasi secara strategik dengan tujuan mengintegrasikan pemasok dan mengelola permintaan melalui *supply chain*.

Amedofu et al., (2019) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pengertian SCM masih belum bisa diterima secara umum akan tetapi SCM memiliki komponen yang menggambarkan seperti kebutuhan untuk mengelola produk, adanya alur informasi dan keuangan yang ada di berbagai organisasi yang saling bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan efektif dan efisien. Dengan penerapan SCM yang ada

di dalam perusahaan, diharapkan dari keseluruhan kegiatan *supply chain*, yang menjadi prioritas utama adalah konsumen.

Menurut Stock and Boyer (2009) dalam penelitian Shetty, (2019) menjelaskan bahwa SCM adalah pengelolaan suatu jaringan yang ada di dalam perusahaan dengan organisasi lain yang saling berhubungan dengan unit bisnis yang terdiri atas pemasok bahan (*material suppliers*), pembelian (*purchasing*), fasilitas produksi (*production facilities*), logistik (*logistics*), pemasaran (*marketing*), dan sistem terkait yang memfasilitasi alur kedepan dan mundur dari bahan baku (*materials*), pelayanan (*services*), keuangann (*finances*) dan informasi dari produsen hingga ke konsumen dengan adanya keuntungan berupa tambahan nilai, memaksimalkan profitabilitas melalui efisiensi, dan mencapai kepuasan konsumen.

Menurut Chopra & Meindl, (2016) *supply chain management* merupakan keterlibatan semua pihak dalam memenuhi kebutuhan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung, semua pihak yang terlibat ini tidak hanya dari pihak *manufacturer* maupun *supplier*, akan tetapi pihak *transporter*, *warehouse*, *retailer*, dan konsumen pun menjadi pihak yang terlibat.

## 2. Manfaat

Beberapa manfaat bagi perusahaan yang menerapkan *supply chain management* secara efisien adalah :

### a. *Cost reduction*

*Cost reduction* atau pengurangan biaya adalah proses pengurangan pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan.

### b. *Risk reduction*

*Risk reduction* atau pengurangan resiko adalah pengukuran yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi frekuensi kerugian.

### c. *Increased profit*

*Increased profit* atau peningkatan keuntungan adalah manfaat yang diterima perusahaan dengan meningkatnya jumlah keuntungan dari periode sebelumnya.

### 3. Tujuan

Tujuan dari *supply chain management* adalah untuk membentuk struktur *supply chain* yang baik untuk mendapatkan keunggulan bersaing dan menguntungkan baik untuk pemasok hingga ke konsumen (Heizer et al., 2020).

Sedangkan menurut Amedofu et al., (2019) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa tujuan dari SCM adalah untuk mengelola para *stakeholder* baik yang ada di dalam bisnis maupun yang ada diluar bisnis dalam rangka untuk mencapai kepuasan konsumen.

Menurut Chopra & Meindl, (2016) tujuan dari *supply chain* adalah memaksimalkan keseluruhan hasil dari *supply chain surplus*, *supply chain surplus* merupakan jumlah dari selisih dari *customer value* dengan *supply chain cost*. Setiap konsumen tentunya memiliki perbedaan dalam menilai produk yang dihasilkan oleh perusahaan, oleh karena itu jika nilai dari produk jadi itu diperkirakan dari bagaimana cara konsumen membayar semaksimal mungkin produk jadi tersebut.

#### 2.2.2. *Supply Chain Management Practices*

##### 1. Pengertian

Menurut Handfield dan Nichols (2002) dalam penelitian Prathiba, (2020) menjelaskan bahwa *SCM practices* merupakan alur informasi dan barang yang berada di dalam organisasi berawal dari penyediaan bahan baku ke distribusi hingga menjadi barang jadi.

Menurut Li et al, (2005) dalam penelitian Amedofu et al., (2019) mengemukakan bahwa *SCM practice* atau praktik SCM adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal untuk meningkatkan kegiatan *supply chain* sehingga lebih efektif. Menurut Amedofu et al.,

(2019) tidak ada definisi yang benar-benar diterima secara umum mengenai *Supply Chain Management Practices* atau praktik manajemen rantai pasokan, akan tetapi ada konsep yang bisa diikuti adalah *SCM practices* merupakan rangkaian praktik multi-dimensional yang harus dimiliki oleh organisasi untuk mengelola fungsi bisnis yang penting baik itu ada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan. Ada empat dimensi *SCM practices* atau praktik SCM yang dianalisa memiliki dampak terhadap keberhasilan bisnis, yaitu *Customer Relationship*, *supplier Relationship*, *Supply Chain Information* dan *supply chain information Management*.

## **2. Indikator *Supply Chain Management Practices***

Menurut Amedofu et al., (2019) terdapat indikator dari *Supply Chain Management Practices*, sebagai berikut :

- a. *Strategic supplier partnership*
- b. *Customer relationship*
- c. *Information sharing*
- d. *Information quality*
- e. *Internal lean practices and postponement*
- f. *Agreed vision and goals*
- g. *Risk and reward sharing.*

## **3. Praktik SCM**

Menurut Amedofu et al., (2019) Ada empat dimensi *SCM practices* atau praktik SCM yang dianalisa memiliki dampak terhadap keberhasilan bisnis. Yaitu *Customer Relationship*, *Supplier Relationship*, *Supply Chain Information sharing* dan *supply chain information quality*.

**a. Customer Relationship**

*Customer relationship* merupakan praktik yang berhubungan dengan keluhan yang dialami konsumen dan memiliki hubungan jangka panjang dengan para konsumen. Perusahaan yang memiliki hubungan yang baik dengan para pembeli, maka perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari para konsumennya. Untuk mendapatkan pengetahuan mengenai permintaan oleh konsumen, maka perusahaan memerlukan komunikasi yang baik dengan konsumennya.

Menurut Saad et al., (2022) menjelaskan bahwa perusahaan agar tetap selamat di era yang semakin kompetitif, mereka harus membangun hubungan jangka panjang dengan para konsumen sehingga mereka dapat mengetahui kebutuhan konsumen dan membuat produk atau layanan yang berbeda dengan kompetitor yang lain untuk mempertahankan dan memuaskan konsumen.

**b. Supplier Relationship**

*Supplier relationship* merupakan hubungan strategis antara perusahaan dengan pemasok yang saling berkerja sama untuk mempengaruhi kapabilitas dan kompetensi masing-masing sehingga kedua belah pihak mendapatkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan pemasoknya tentu akan mendapatkan banyak keuntungan yang membantu perusahaan untuk memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan lainnya, salah keuntungannya adalah memiliki pemasokan produk atau jasa yang stabil dari pemasok.

Menurut Saad et al., (2022) menjelaskan bahwa perusahaan harus membangun hubungan yang baik dengan pemasok agar meningkatkan kapabilitas operasional, hubungan yang dibangun ini berguna dalam pengelolaan jaringan organisasi dan mampu meningkatkan kinerja pemasok. Keuntungan lain yang didapatkan

oleh perusahaan adanya kegiatan penyelesaian masalah bersama seperti meminimalisasi waktu dan usaha yang tidak berguna. Di lain hal perusahaan mendapatkan akses sumber daya yang memiliki nilai lebih.

c. ***Supply Chain Information Sharing***

Menurut Zhou & Benton (2007) dalam penelitian Zhou & Li, (2020) menjelaskan bahwa supply chain information sharing terbagi menjadi tiga bagian yaitu: dukungan teknologi pembagian informasi (*information sharing support technology*), konten suatu informasi (*information content*), kualitas informasi (*quality information*). Menurut mereka *supply chain information sharing* itu berhubungan dengan informasi terkait produksi dan operasi antara manufaktur dan pemasok seperti kualitas pertukaran informasi (*exchange of quality information*), informasi harga (*price information*), teknis suatu informasi (*technical information*). Karena lingkungan bisnis yang ada diluar perusahaan tingkat ketidakpastian nya sangat tinggi dan resiko terjadinya *bullwhip effect*, untuk mengurangi hal tersebut maka perusahaan harus melakukan pertukaran informasi antara manufaktur dan pemasok. Praktik operasi *supply chain* menjadi lebih efektif baik itu untuk internal dan eksternal semua pihak yang terlibat *supply chain* apabila melakukan pembagian informasi.

*Supply chain information sharing* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk pembagian informasi ke mitra kerja. Informasi yang dibagikan oleh perusahaan memiliki dua kategori yaitu jumlah informasi yang dibagikan (*volume of information*) dan kualitas informasi yang dibagikan (*quality of information shared*). Untuk menciptakan nilai dari *supply chain* di perusahaan, penting bagi perusahaan untuk melakukan pembagian informasi secara efektif.

#### d. **Supply Chain Information Management**

Menurut Saad et al., (2022) menjelaskan bahwa *Selain supply chain information sharing* merupakan praktik SCM yang penting, ada juga praktik SCM yang perlu dipertimbangkan perusahaan adalah *supply chain information management*. *Supply chain information Management* merupakan keterkaitan pertukaran informasi supply chain dengan akurasi (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), kecukupan (*adequacy*), dan kredibilitas (*credibility*). Perusahaan perlu membagikan informasi akurat yang berkaitan dengan pasar ke pemasok sehingga keputusan bisa didasarkan pada informasi dari pasar.

#### 2.2.3. **Customer Development**

##### 1. **Pengertian**

Menurut Cooper et al., (2022) *Customer development* (pengembangan konsumen) adalah kemampuan perusahaan untuk menemukan pasar dari produk yang dibuat, membangun kegunaan yang tepat untuk produk, mencari solusi terkait kebutuhan konsumen, menguji berbagai metode yang bisa digunakan untuk mencari konsumen, dan memberikan sumber daya yang tepat untuk keperluan bisnis. Perusahaan mengalami proses pengembangan konsumen dialami secara tidak langsung melalui pengalaman produk yang digunakan oleh konsumen.

Menurut Fawcett et al., (2013) dalam Cooper et al., (2022) menjelaskan bahwa tujuan utama dari SCM adalah untuk menganalisa permintaan dari konsumen dengan cara berfokus pada praktik keseluruhan *supply chain* secara efektif.

Menurut Blank, (2013) menjelaskan bahwa perusahaan akan membutuhkan *customer development* ketika mereka akan memasuki pasar yang sebelumnya sudah ada, pasar yang memiliki

keterbatasan konsumen, dan pasar yang sebelumnya tidak memiliki produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

## 2. Indikator *Customer Development*

Menurut Blank, (2013) terdapat beberapa indikator dari *customer development*, berikut:

### a. *attract customers*

Hal ini menjelaskan bagaimana perusahaan mampu untuk menarik konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan, perusahaan harus bisa memberikan edukasi terkait produk yang mereka tawarkan dengan tepat, sehingga konsumen akan memiliki daya tarik terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.

### b. *Customer base*

Perusahaan yang memasuki pasar tentunya harus memikirkan terkait *customer base*, *customer base* yang besar akan memberikan manfaat bagi perusahaan dalam penjualan produknya.

### c. *Acquire customers*

Perusahaan ketika memasuki pasar tentunya akan memiliki permasalahan terkait dengan cara mendapatkan konsumen, baik itu produk yang baru di pasar maupun produk yang sebelumnya sudah ada di pasar, bagaimana cara perusahaan untuk mendapatkan konsumen harus dipertimbangkan oleh perusahaan.

### d. *Retain customers*

Perusahaan ketika sudah memiliki konsumen yang tetap ataupun bisa bertambah jumlahnya, tentu perusahaan juga mempertimbangkan bagaimana cara untuk mempertahankan konsumen tetap, *customer development* dapat diukur apabila konsumen tetap yang mereka miliki bisa dipertahankan ataupun tidak berpindah ke perusahaan yang lain.

### e. *Growing referred customers*



Perusahaan ketika sudah memiliki kelompok pelanggan tetap tentu memiliki beberapa keuntungan bagi perusahaan, salah satunya adalah rekomendasi ke sesama pelanggan yang lain. *Customer development* dapat diukur apabila pelanggan disuatu perusahaan dapat memberikan rekomendasi ke pelanggan yang lain sehingga jumlah konsumen perusahaan dapat meningkat.

#### **2.2.4. Operational Performance**

##### **1. Pengertian**

Kinerja adalah suatu pencapaian yang dilakukan oleh seorang individu maupun kelompok dalam menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan kepadanya dengan melihat kualitas dan kuantitasnya. Hasil kinerja harus dicapai oleh individu ataupun kelompok dalam waktu tertentu untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan. Kinerja yang dihasilkan tentu memiliki catatan selama periode waktu pelaksanaan tanggung jawab yang dimiliki oleh masing-masing individu maupun kelompok.

Menurut Lee, (2021) kinerja merupakan pengukur keberhasilan operasional suatu perusahaan, hal ini diukur melalui biaya, kualitas, fleksibilitas, dan pengantaran. Kinerja operasional ini nantinya digunakan oleh perusahaan sebagai patokan untuk hasil yang berasal dari operasional perusahaan yang hasilnya nanti bisa digunakan untuk kepentingan eksternal maupun internal. Sebagai investor penting untuk melihat kinerja operasional perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk investasi di masa yang akan datang. Kinerja operasional bergantung terhadap faktor operasional dan keuangan, perusahaan yang menerapkan SCM dan mengkolaborasikan dengan kinerja bisnis akan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan seperti peningkatan penjualan dan keuntungan.

## 2. Indikator *Operational Performance*

Dalam penelitian ini, indikator *operational performance* akan didasari oleh penelitian sebelumnya, menurut Lee, (2021) kinerja operasional diukur berdasarkan bagaimana suatu perusahaan bisa mencapai pertumbuhan dalam aspek keuangan dan bisnis. Berikut indikator *operational performance* menurut Lee, (2021) dan Amedofu et al., (2019).

### a. *Revenue*

*Revenue* adalah pendapatan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan selama adanya kegiatan bisnis yang dilaksanakan. Pendapatan disini masih dikategorikan sebagai pendapatan kotor.

Nantinya dalam penelitian ini akan menghitung seberapa banyak pendapatan kotor yang dihasilkan oleh pangkalan LPG selama menjalankan kegiatan bisnis perbulannya.

### b. *Cost*

*Cost* atau biaya adalah suatu pengeluaran yang harus ditanggung oleh perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa sebagai pengeluaran untuk kegiatan, tujuan, atau waktu tertentu, contohnya seperti biaya pengiriman, biaya tenaga kerja dan biaya yang lainnya. Pada pangkalan LPG terdapat beberapa biaya yang harus dikeluarkan oleh pangkalan seperti biaya pengiriman produk dan biaya tenaga kerja.

### c. *Return on Investment*

*Return on investment* (ROI) adalah alat pengukur kinerja efisiensi atau profitabilitas dari suatu investasi. ROI dapat juga digunakan untuk membandingkan suatu investasi dengan investasi lainnya. Untuk mengukur ROI bisa menggunakan rumus keuntungan dari suatu investasi dibagi dengan biaya yang dikeluarkan untuk investasi tersebut, hasilnya nanti akan ditunjukkan dengan persentase atau rasio.

d. *Profit Margin on sales*

*Profit margin on sales* merupakan pengukuran yang digunakan untuk perusahaan atau kegiatan bisnis yang menghasilkan uang dengan menghitung rasio profitabilitas. *Profit margin on sales* mewakili angka penjualan yang sudah menjadi keuntungan bagi perusahaan.

### 2.3. Rumusan Hipotesis

#### 2.3.1. Pengaruh Variabel *SCM Practices* terhadap *Customer Development*

Menurut Amedofu et al., (2019) menjelaskan bahwa praktik SCM yang ada di dalam perusahaan mampu untuk memperoleh, mempertahankan, dan memuaskan konsumen yang mengakibatkan jumlah konsumen meningkat. Sehingga praktik SCM yang tinggi akan berpengaruh terhadap *Customer Development*.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Elfarmawi, 2020; Prathiba, 2020) menyatakan bahwa dalam penerapan *SCM Practices* memiliki pengaruh signifikan terhadap *customer development* perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H1: Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development*.**

#### 2.3.2. Pengaruh Variabel *SCM Practices* terhadap *Operational Performance*

Menurut Amedofu et al., (2019) penerapan praktik SCM yang pengelolaan pemasok, konsumen, dan alur informasi mampu meminimalisasi biaya dan menjadi lebih efisien serta mampu meningkatkan kinerja dan profitabilitas.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Shetty, 2019; Zhou & Li, 2020) menyatakan bahwa dalam penerapan *SCM Practices* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H2: Terdapat pengaruh positif *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance*.**

**2.3.3. Pengaruh Variabel *Customer Development* terhadap *Operational Performance***

Menurut Amedofu et al., (2019) mengatakan bahwa perusahaan yang mampu menarik, mempertahankan, dan memuaskan konsumen. Perusahaan tersebut mampu untuk meningkatkan profitabilitas dan akan mengalami pertumbuhan.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Amedofu et al., 2019; Berraies & Hamouda, 2018) menyatakan bahwa dalam penerapan *customer development* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja operasional perusahaan. Perusahaan agar bisa bersaing dengan para kompetitornya perlu melakukan *customer development*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H3: Terdapat pengaruh positif *Customer Development* terhadap *Operational Performance*.**

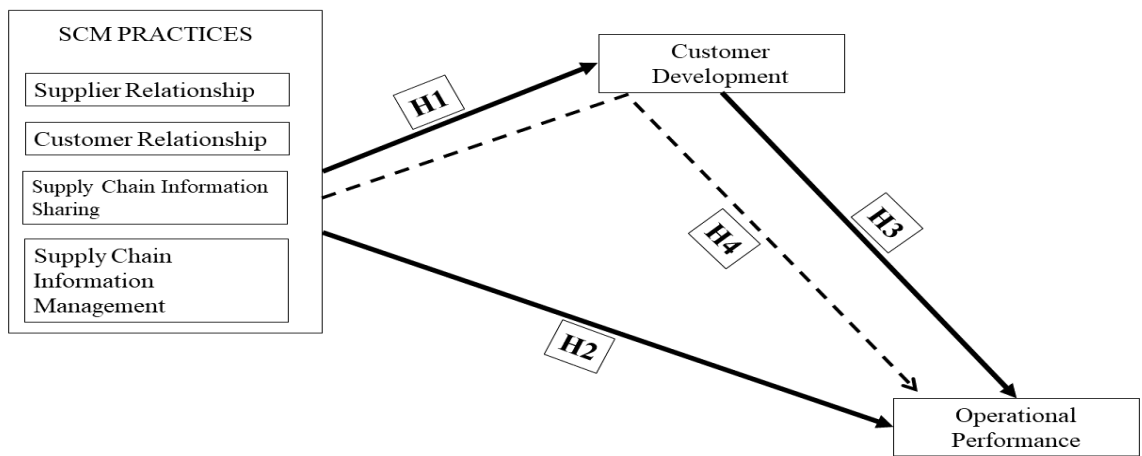
**2.3.4. Variabel *Customer Development* memediasi pengaruh antara *Supply Chain Management Practices* dan *Operational Performance*.**

Menurut Amedofu et al., (2019) mengatakan bahwa kinerja operasional perusahaan dipengaruhi oleh praktik SCM yang diterapkan oleh perusahaan, akan tetapi terdapat peran *customer developmet* dalam memediasi praktik SCM dan kinerja operasional.

Dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan (Amedofu et al., 2019; Saad et al., 2022) menyatakan bahwa kepuasan dan kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dalam memediasi hubungan antara *Supply Chain Management Practices* dan *Operational Performance*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H4: *Customer Development* secara positif memediasi pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance*.**

#### 2.4. Kerangka Pemikiran



**Gambar 2. 1** Gambar Kerangka Pemikiran

Sumber: Amedofu et al., (2019)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian yang digunakan oleh peneliti akan menggunakan metode kuantitatif, metode ini merupakan metode yang menguji hubungan antar variabel yang berhubungan dengan jawaban dari pertanyaan suatu hipotesis melalui survei, peneliti akan menguji teori yang berhubungan dengan hipotesis untuk membuktikan apakah pengujian tersebut mendukung atau tidak (Creswell, 2017). Kuesioner nantinya akan ditanggapi oleh pemilik atau pihak yang bertanggung jawab pada pangkalan LPG Kotawaringin Timur.

#### **3.2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada Pangkalan LPG yang berlokasi di Kotawaringin Timur, Kalimantan Tengah.

#### **3.3. Identifikasi Variabel Penelitian**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) variabel adalah segala hal yang memiliki nilai yang berbeda di waktu yang berbeda untuk objek atau orang yang sama, atau di waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda. Sedangkan menurut Creswell, (2017) variabel adalah segala hal yang bisa diukur atau diobservasi dengan memiliki karakteristik dari suatu individu atau organisasi, variabel memiliki variasi dari variabel biasanya dua atau lebih. Variabel yang digunakan pada penelitian ini antara lain, sebagai berikut:

##### **a. Variabel Independen**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara negatif maupun positif. Sedangkan menurut Creswell, (2017) variabel independen adalah variabel yang memiliki kemungkinan untuk

menyebabkan hasil. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diteliti sebagai variabel independen adalah *Supply Chain Management Practices* yang merupakan variabel dimensional yang didalamnya terdapat variabel *Customer Relationship*, *Supplier Relationship*, *Supply Chain Information Sharing*, dan *Supply Chain Information Management*.

b. Variabel Dependen

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) variabel dependen adalah variabel utama yang bagi peneliti. Sedangkan menurut Creswell, (2017) variabel dependen adalah variabel yang bergantung pada variabel independen, variabel dependen merupakan hasil dari pengaruh variabel independen. Variabel yang diteliti sebagai variabel dependen adalah variabel *Customer Development* dan *Operational Performance*.

c. Variabel *intervening*

Menurut Creswell, (2017) variabel *intervening* adalah variabel yang berada diantara variabel independen dan variabel dependen yang berpengaruh dalam memberikan pengaruh mediasi antara kedua variabel tersebut. Variabel yang diteliti sebagai variabel *intervening* adalah *Customer Development*.

### 3.4. Definisi Operasional

#### 3.4.1. *Supply Chain Management Practices* (X)

mengemukakan bahwa *SCM practice* atau praktik SCM adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal untuk meningkatkan kegiatan *supply chain* sehingga lebih efektif. Li et al, (2005) dalam penelitian Amedofu et al., (2019) menjelaskan bahwa *supply chain management practices* merupakan variabel multi-dimensional yang didalamnya terdapat rangkaian konsep praktik SCM yang membantu organisasi secara efisien mengelola fungsi bisnis. Berikut dimensi *Supply Chain Management Practices* yang dapat diukur, sebagai berikut:

*a. Supplier Relationship*

1. Pangkalan kami secara teratur menyelesaikan masalah bersama.
2. Pangkalan kami membantu pemasok untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka.
3. Pangkalan kami memiliki program yang berkelanjutan dengan melibatkan pemasok kami.
4. Kami melibatkan pemasok dalam kegiatan untuk pembuatan perencanaan dan tujuan penjualan.

*b. Customer relationship*

1. Kami sering melakukan pengukuran dan evaluasi terhadap konsumen.
2. Kami dapat menentukan naik atau turun nya permintaan konsumen di waktu yang akan datang.
3. Kami membantu konsumen yang minta bantuan pangkalan terkait produk yang dijual.
4. Kami secara teratur mengevaluasi hubungan kami dengan konsumen.

*c. Supply Chain Information Sharing*

1. Kami memberi informasi kepada pemasok dan konsumen jika ada perubahan ketersediaan produk yang dijual.
2. Pemasok dan konsumen kami memberikan informasi penting (suatu permasalahan atau kendala) yang dapat berpengaruh terhadap usaha kami.
3. Pemasok dan konsumen kami saling bertukar pandangan mengenai bisnis yang bertujuan ke perencanaan penjualan.

*d. Supply Chain Information Management*

1. Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu tepat waktu.
2. Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu akurat (tidak ada kesalahan).



3. Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu lengkap.
4. Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu dapat dipercaya.

### **3.4.2. *Customer Development (Y1)***

Perusahaan akan membutuhkan *customer development* ketika mereka akan memasuki pasar yang sebelumnya sudah ada, pasar yang memiliki keterbatasan konsumen, dan pasar yang sebelumnya tidak memiliki produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan (Blank, 2013). Berikut indikator *Customer Development* yang dapat diukur, sebagai berikut:

#### *a. acquire customers*

1. kemampuan pangkalan kami untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada.
2. kemampuan pangkalan kami untuk mendapatkan pelanggan baru.
3. peningkatan konsumen pangkalan kami

#### *b. Satisfy customers*

1. tingkat kepuasan konsumen di pangkalan kami secara keseluruhan.
2. tingkat kepercayaan konsumen kami sehingga meyakinkan konsumen lainnya agar membeli di pangkalan kami.

#### *c. Retain customers.*

1. kemampuan pangkalan kami untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada.
2. tingkat kelompok konsumen pangkalan kami.

### **3.4.3. *Operational Performance (Y2)***

kinerja merupakan pengukur keberhasilan operasional suatu perusahaan, hal ini diukur melalui biaya, kualitas, fleksibilitas, dan

pengantaran. Kinerja operasional ini nantinya digunakan oleh perusahaan sebagai patokan untuk hasil yang berasal dari operasional perusahaan yang hasilnya nanti bisa digunakan untuk kepentingan eksternal maupun internal Lee, (2021). Berikut Indikator *Operational Performance* yang dapat diukur menurut Li et al, (2005) dalam penelitian Amedofu et al., (2019), dan Lee, (2021) sebagai berikut :

*a. Revenue growth*

1. Tingkat penjualan kami.
2. Tingkat laba bersih di pangkalan kami.

*b. Market growth*

3. Penjualan di pangkalan kami dibandingkan dengan pangkalan lain.
4. Konsumen pangkalan kami dibandingkan dengan pangkalan lain.

*c. Profitability*

5. Tingkat pengeluaran biaya di pangkalan kami.
6. Tingkat Modal usaha yang sudah kembali dari penjualan di pangkalan kami.

### **3.5. Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1. Populasi**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) populasi adalah keseluruhan kelompok orang atau perihal yang membuat peneliti berniat untuk menyelidiki sehingga menghasilkan kesimpulan. Pada penelitian yang akan dilakukan, populasi yang ingin diteliti ialah seluruh pangkalan LPG yang beroperasi di Kotawaringin Timur.

#### **3.5.2. Sampel**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) sampel adalah himpunan bagian dari populasi, hasil dari sampel nantinya akan menyimpulkan keseluruhan dari populasi. Penelitian ini akan menggunakan teknik

*purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel pada penelitian adalah pemilik ataupun pihak yang bertanggung jawab pada pangkalan LPG. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 103 Pangkalan LPG yang beroperasi di Kotawaringin Timur.

### **3.6. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1. Jenis Data**

##### **1. Data Primer**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) data primer merupakan jenis data yang informasi nya bersumber langsung dari pihak pertama yang didapatkan melalui observasi, wawancara, dan survei. Menurut Sekaran & Bougie, (2016) kuesioner adalah rangkaian pertanyaan yang sudah dirumuskan sebelumnya oleh peneliti kepada responden untuk mendapatkan jawaban. Kuesioner pada penelitian ini dilakukan menggunakan *Google Form* yang kemudian penyebarannya dilakukan melalui aplikasi pesan daring seperti *Whatsapp*.

#### **3.6.2. Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan pada penelitian ini berasal dari survei kuesioner yang disebarkan kepada pemilik pangkalan LPG yang menangani usaha nya secara langsung atau admin LPG untuk mendapatkan informasi mengenai variabel yang diteliti oleh peneliti secara akurat. Setiap item pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, skala Likert merupakan desain indikator untuk mengukur jawaban responden untuk melihat seberapa besar pengaruh subjek penelitian dalam menanggapi pernyataan yang menjadi indikator variabel.

Bobot yang digunakan untuk item *supply chain management practices* adalah 1-5 yang terdiri dari 5=sangat setuju, 4=setuju,

3=cukup setuju, 2= tidak setuju, 1=sangat tidak setuju. Untuk item *customer development* dan *operational performance* adalah 5=sangat tinggi, 4= tinggi, 3=cukup tinggi, 2- rendah, 1=sangat rendah.

### 3.7.Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) uji validitas ada untuk menguji tingkat akurasi suatu indikator yang ada di dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Baik konsep nya sudah atau belum digunakan. Kuesioner perlu dilakukan diuji agar mengetahui kesalahan yang ada di dalam kuesioner nya. Dapat disimpulkan bahwa uji validitas ada untuk mengetahui apakah kuesioner yang didapatkan datanya valid dan bisa menggambarkan sesuatu yang diukur atau tidak. Penelitian ini akan mengaplikasikan *software* SPSS. Uji ini dilakukan dengan cara masing-masing item pernyataan di kuesioner dikorelasikan skor jawabannya dengan skor total dari keseluruhan item pernyataan. Setelahnya, dilakukan perbandingan  $r$ -*statistic* dengan  $r$ -*tabel* yang ada di dalam *degree of table* (df) yang berjumlah  $n-2$  dengan  $n$  sebagai jumlah sampel. Berdasarkan statistik tertentu agar dikatakan signifikan, maka hasil dari korelasi harus memiliki tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Dikatakan valid suatu variabel apabila  $r$ -*statistic* lebih besar dari  $r$ -*tabel* dengan hasil positif (Ghozali, 2018).

#### 3.7.2. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas merupakan alat pengukuran yang bertujuan untuk menguji apakah alat atau indikator yang diuji ditanggapi secara konsisten dan stabil (Sekaran & Bougie, 2016). Dapat dijadikan kesimpulan bahwa bahwa uji reliabilitas dilakukan bertujuan agar mengetahui apakah suatu variabel atau sekumpulan variabel konsisten dengan tujuan awal dari pengukuran. Penelitian ini akan menggunakan *software* SPSS untuk mengukur reliabilitas. Suatu

variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 (Ghozali, 2018).

### 3.8. Teknik Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendapatkan data yang menggambarkan topik yang diteliti, biasanya data yang didapatkan merupakan data yang menggambarkan karakteristik suatu objek seperti orang, organisasi, produk, dan keadaan (Sekaran & Bougie, 2016).

Untuk mempermudah peneliti dalam proses menganalisa karakteristik dari sampel responden, peneliti akan mengaplikasikan *software* SPSS dengan hasil data yang berbentuk frekuensi dan persentase dari responden pada setiap kategori. Untuk menghitung frekuensi menurut (Lind et al., 2021).

Hasil dari perhitungan merupakan nilai rata-rata yang dipetakan dalam interval skala yang didasarkan pada enam titik indikator pada skala likert yang menggunakan nilai tertinggi adalah 5 dan terendah adalah 1 yang mempertimbangkan informasi.

Kriteria dari penilaian variabel yang digunakan dapat ditunjukkan pada tabel 3.1 dan 3.2 sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Variabel *Supply Chain Management Practices***

<b>Interval</b>	<b>Kriteria</b>
1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,60	Tidak Setuju

2,61-3,40	Cukup Setuju
3,41-4,20	Setuju
4,21-5,00	Sangat Setuju

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

**Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Variabel *Customer Development* dan *Operational Performance***

Interval	Kriteria
1,00-1,80	Sangat Rendah
1,81-2,60	Rendah
2,61-3,40	Cukup Tinggi
3,41-4,20	Tinggi
4,21-5,00	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

### 3.8.2. Analisis Statistik

#### 3.8.2.1. *Partial Least Square (PLS)*

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)* sebagai pendekatan analisis data. PLS merupakan model persamaan dari *Structural Equation Modeling (SEM)*. PLS merupakan metode statistika SEM yang digunakan untuk penyelesaian suatu regresi berganda dari permasalahan data spesifik yang ditemukan. Menurut Hair et al., (2017) SEM-PLS

memungkinkan peneliti untuk menggabungkan variabel yang tidak dapat diamati diukur secara tidak langsung oleh indikator variabel. SEM-PLS bekerja secara efisien dengan ukuran sampel yang sedikit dan secara praktis tidak ada asumsi tentang data yang mendasarinya. Artinya jumlah sampel yang digunakan dalam PLS dapat berjumlah sedikit ( $< 100$  Sampel) dengan tanpa adanya banyak asumsi, bisa disimpulkan bahwa PLS adalah suatu metode analisis yang *powerful*.

Setelah data yang disebar dari kuesioner terkumpul, uji SEM merupakan analisis statistik digunakan untuk menunjukkan sebuah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau tidak. *Software* yang bisa digunakan untuk melakukan uji SEM adalah *SmartPLS (Partial Least Square)*. PLS dapat digunakan untuk menganalisa suatu konstruk yang berbentuk indikator reflektif dan formatif.

Menurut Hair et al., (2017) PLS dapat digunakan peneliti untuk mengetahui tujuan dari prediksi yang dibuat. Dengan menggunakan PLS, maka peneliti akan memperoleh estimasi parameter yang dikategorikan menjadi tiga, Pertama adalah *weight estimate* yang berguna untuk menghasilkan skor variabel laten dan bisa digunakan untuk seluruh jenis spesifikasi dan estimasi PLS *path model*. Kedua memberikan cerminan *path estimate* yang berguna untuk menghubungkan antara variabel laten dan antar variabel laten beserta indikatornya (*loading*). Ketiga memiliki kaitan dengan rata-rata (*mean*) dan lokasi parameter untuk indikator serta variabel laten. PLS akan menggunakan proses literasi tiga tahap dalam memperoleh data estimasi dan setiap tahapnya akan memberikan hasil estimasi.

Menurut Hair et al., (2017) dalam bukunya menjelaskan tahapan pertama akan menghasilkan *weight estimate*. Tahapan kedua akan menghasilkan estimasi untuk *inner model (structural model)* serta *outer model (model measurement)*. Tahapan ketiga

akan menghasilkan estimasi rata-rata (*mean*) lokasi paramater. Untuk menganalisis data yang diperoleh pada *SmartPLS*, tahapan yang akan dilalui adalah sebagai berikut :

## A. Uji Instrument

### a. Outer Model (Model Measurement)

*Outer model* atau bisa juga disebut dengan *measurement model* adalah suatu model pengukuran yang menampilkan hubungan antara konsep dengan indikator variabel (Hair et al., 2017). Hasil dari *outer model* adalah *residual variance* dari variabel dependen.

#### 1) *Convergent Validity*

*convergent validity* merupakan skor hasil yang didapatkan dari pengukuran dua instrumen berbeda mengukur konsep yang sama sangat berkorelasi tinggi (Sekaran & Bougie, 2016). Pemeriksaan reliabilitas item individu pada evaluasi *convergent validity* dapat dilihat melalui *standardized loading factor* yang memberikan gambaran mengenai besaran dari korelasi yang terbentuk dari setiap indikator dengan konstraknya. Dalam pengujian ini diharapkan korelasinya  $> 0,7$ . Akan tetapi, untuk penelitian di tahap awal pada pengembangan skala pengukuran, nilai minimal dari setiap faktor loading adalah  $\geq 0,5$  atau nilai normalnya adalah  $\geq 0,7$  (Hair et al., 2017).

#### 2) *Discriminant Validity*

*discriminant validity* adalah sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Metode *discriminant validity* dapat digunakan untuk mengukur besarnya suatu korelasi dengan cara melakukan perbandingan antara *discriminant validity* dan nilai *square root*



of *Average Variance Extracted* (AVE). nilai *discriminant validity* dapat dikatakan baik apabila nilai AVE setiap konstruk dikuadratkan dan menghasilkan nilai lebih yang besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk lainnya. Selain membandingkan nilai antar konstruk, pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai uji validitas diskriminan yang dilakukan apabila nilai melebihi 0,5. (Hair et al., 2017).

### 3) *Composite Reliability*

menurut Hair et al., (2017) *composite reliability* merupakan pengukuran dari konsistensi realibilitas internal, dalam suatu indeks pengujian nilai reliabilitas, terdapat indikator variabel yang digunakan untuk menggambarkan sejauh mana suatu alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan. Jika dalam sebuah penelitian menghasilkan suatu ukuran yang sama dari hasil pengukuran gejala yang sama secara konsisten, dapat dikatakan alat ukur tersebut reliabel. Menurut Hair et al., (2017) merekomendasikan bahwa nilai AVE harus lebih besar dari 0,6 – 0,7. Sehingga, suatu data memiliki nilai *composite reliability* > 0,7 dapat disimpulkan memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

#### b. *Inner Model (Structure Model)*

*Inner model* atau bisa juga disebut dengan *structural model* merupakan model yang memberikan gambaran hubungan diantara konstruk (Hair et al., 2017). Model ini menggambarkan hubungan yang terjadi antar variabel laten yang didasarkan pada teori substantif. Untuk melakukan evaluasi terhadap *inner model*, dapat dilakukan dengan menggunakan uji *path coefficient*, *goodness of fit*, dan uji hipotesis.

### 1) Uji Path Coefficient

Pengaruh dari suatu variabel independen terhadap variabel dependen dapat digambarkan melalui penggunaan *path coefficient*. *Coefficient determination (R-square)* dapat digunakan untuk mengukur banyaknya variabel lain untuk dapat memenuhi variabel independen. Variabel laten yang didalam *structure model* mengindikasikan adanya pengaruh variabel independen terhadap dependep apabila hasil dari  $R^2 > 0,67$  maka masuk dalam kategori baik, jika hasil  $R^2$  antara  $0,33 - 0,67$  maka masuk dalam kategori sedang, sedangkan untuk hasil  $R^2$  sebesar  $0,19 - 0,33$  masuk dalam kategori yang lemah.

### 2) Goodness of Fit

nilai dari *Good of Fit* dapat diketahui dari nilai *Q-square*. *Q-square* memiliki arti yang sama seperti *coefficient determination (R-square)* yang dilakukan pada analisis regresi. Untuk menunjukkan kuat atau tidaknya hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen dapat diketahui melalui tingkat koefisien korelasi yang memiliki nilai diantara  $0 - 1$ . Jika (R) bernilai mendekati 1 maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dikatakan kuat dan begitupun sebaliknya. Untuk *coefficient determination (R-square)* juga memiliki nilai yang sama yaitu  $0 - 1$ . Apabila bernilai mendekati 1, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen mampu memberika informasi yang cukup untuk memprediksi variasi dari variabel dependen.

### 3) Uji Hipotesis

uji hipotesis pada penelitian dilakukan dengan melihat dari *t-statistic* dan *p-value*. Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa

besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen Hair et al., (2017). Adapun dasar dalam pengambilan keputusan:

- a. Apabila  $t\text{-statistic} < t\text{-tabel}$ , dan  $p\text{-value} > 0,05$  maka dapat dikatakan variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga hipotesis null ( $H_0$ ) gagal ditolak.
- b. Apabila  $t\text{-statistic} > t\text{-tabel}$  dan  $p\text{-value} > 0,05$  maka dapat dikatakan variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sehingga hipotesis null ( $H_0$ ) ditolak

Terbentuk Df pada uji statistik dalam uji t sebagai berikut:

$$Df = n - k - 1$$

Keterangan:

Df : *Degree of Freedom*

n : Jumlah Sampel

k : Jumlah Variabel

jika nilai  $p\text{-value}$  yang diperoleh  $< 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), dapat disimpulkan signifikan. Sebaliknya, apabila  $p\text{-value}$  yang diperoleh ( $\alpha = 5\%$ ), maka dapat disimpulkan tidak signifikan. Artinya, dapat disimpulkan bahwa antar variabel memiliki pengaruh jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah signifikan.

- a. *Outer Model* signifikan, maka indikator valid
- b. *Inner Model* signifikan, maka pengaruh yang terjadi signifikan
- c. *Partial Least Square* (PLS) tidak memberikan asumsi data yang memiliki distribusi normal, maka menggunakan teknik *re-sampling* dengan metode *bootstrapping*.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV akan dijelaskan hal-hal yang berkaitan dengan hasil dari pengolahan data dan membahas mengenai hasil dari olah data tersebut. Beberapa hal yang dibahas dalam bab ini adalah karakteristik responden, uji *outer model* dan *inner model* dengan menggunakan *SmartPLS* beserta pembahasan dari analisis yang telah dilakukan. Hasil dari pengolahan data nantinya akan dijadikan sebagai dasar apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

#### 4.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

##### 4.1.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Terdapat dua kategori pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner dengan total 103 responden, maka data yang diperoleh seperti pada tabel 4.1 berikut :

**Tabel 4. 1 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	46	45%
Perempuan	57	55%
Total	103	100%

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan data pada tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa jumlah jenis kelamin laki-laki dari keseluruhan sampel sebesar 46 responden atau 45% dari total keseluruhan sampel. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan pada keseluruhan sampel sebesar 57 responden atau 55% dari total keseluruhan sampel.

#### 4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Umur

Terdapat lima kategori dalam karakteristik berdasar umur, yaitu kurang dari 25 tahun, 25-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun, lebih dari 50 tahun. Dari hasil kuesioner sebesar 103 responden, maka diperoleh data seperti pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4. 2 Umur**

Umur	Jumlah	Presentase
< 25	4	4%
25-30	13	13%
31-40	27	26%
41-50	44	43%
> 50	15	15%
Total	103	100%

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan data tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden yang dibedakan berdasarkan umur memiliki mayoritas responden penelitian pada umur 41-50 tahun yang memiliki jumlah responden sebanyak 44 responden atau 43% dari total keseluruhan sampel. Sedangkan responden kategori umur kurang dari 25 tahun memiliki responden sebanyak 4 responden atau 4% total keseluruhan sampel. Responden di kategori 25-30 tahun sebanyak 13 responden atau 26% total keseluruhan sampel. Responden kategori terakhir yaitu lebih dari 50 tahun sebanyak 15 atau 15% dari total keseluruhan sampel.

#### 4.1.3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden yang didasarkan pada pendidikan terakhir terdiri dari enam kategori, yakni SMP atau sederajat, SMA atau sederajat,

Diploma, Sarjana (S1), Magister (S2), dan Doktoral (S3). Dari total 103 responden, diperoleh data pada tabel 4.3 berikut :

**Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
SMP atau Sederajat	8	8%
SMA atau Sederajat	73	71%
Diploma	3	3%
Sarjana (S1)	18	18%
Magister (S2)	1	1%
Doktoral (S3)	0	0%
Total	103	100%

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan data pada tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden penelitian pada kategori SMA atau sederajat yang memiliki jumlah responden sebanyak 73 responden atau 71%. Sedangkan di kategori lainnya SMP atau sederajat memiliki jumlah responden sebanyak 8 responden atau 8% total keseluruhan sampel. Kategori Diploma memiliki jumlah responden sebanyak 3 responden atau 3% total keseluruhan sampel. Kategori Sarjana (S1) memiliki jumlah respondek sebanyak 18 responden atau 18% total keseluruhan sampel. Kategori Magister (S2) memiliki jumlah responden sebanyak 1 responden atau 1% total keseluruhan sampel. Kategori terakhir yaitu Doktoral (S3) tidak memiliki responden.

#### **4.1.4. Karakteristik Berdasarkan Umur Pangkalan**

Karakteristik responden yang didasarkan pada umur pangkalan terdiri dari 3 Kategori yaitu kurang dari 5 tahun, 5-10 tahun, 11-15 tahun. Dari total 103 responden, diperoleh data pada tabel 4.4 sebagai berikut :

**Tabel 4. 4 Umur Pangkalan**

<b>Usia Pangkalan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
< 5	48	47%
5-10 Tahun	53	52%
10-15 Tahun	2	2%
Total	103	100%

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan data pada tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa responden yang dikategorikan berdasarkan umur pangkalannya memiliki mayoritas responden penelitian pada umur 5-10 tahun yang memiliki jumlah responden sebesar 53 responden atau 52% dari total keseluruhan sampel. Sedangkan responden dengan umur pangkalan kurang dari 5 tahun memiliki jumlah responden sebesar 48 responden atau 47% dari total keseluruhan sampel dan kategori umur pangkalan 11-15 tahun memiliki jumlah responden sebanyak 2 responden atau 2% dari total keseluruhan sampel.

#### **4.1.5. Karakteristik Berdasarkan Jabatan**

Karakteristik responden yang didasarkan pada jabatan responden terdiri dari empat kategori yaitu pemilik, Manajer, Supervisor, dan Admin. Dari total 103 responden, diperoleh data pada tabel 4.5 sebagai berikut:

**Tabel 4. 5 Jabatan**

<b>Jabatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Pemilik	99	96%
Manajer	2	2%
Supervisor	0	0%

Admin	2	2%
Total	103	100%

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan data pada tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa responden yang dikategorikan berdasarkan jabatan responden memiliki mayoritas responden penelitian pada jabatan pemilik yang memiliki jumlah responden sebanyak 99 responden atau 96% dari total keseluruhan responden. Sedangkan kategori lain yaitu manajer memiliki jumlah responden sebanyak 2 responden atau 2% dari total keseluruhan responden dan jabatan admin memiliki jumlah responden sebanyak 2 atau 2% dari total keseluruhan responden.

## **4.2. Analisis Statistik**

### **4.2.1. Pengujian Instrumen Penelitian**

#### **4.2.1.1. Uji Validitas**

Menurut Sekaran & Bougie, (2016) uji validitas ada untuk menguji tingkat akurasi suatu indikator yang ada di dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Baik konsep nya sudah atau belum digunakan. Kuesioner perlu dilakukan diuji agar mengetahui kesalahan yang ada di dalam kuesioner nya. Dapat disimpulkan bahwa uji validitas ada untuk mengetahui apakah kuesioner yang didapatkan datanya valid dan bisa menggambarkan sesuatu yang diukur atau tidak. Penelitian ini akan mengaplikasikan *software* SPSS. Uji ini dilakukan dengan cara masing-masing item pernyataan di kuesioner dikorelasikan skor jawabannya dengan skor total dari keseluruhan item pernyataan. Setelahnya, dilakukan perbandingan *r-statistic* dengan *r-tabel* yang ada di dalam *degree of table* (df) yang berjumlah  $n-2$  dengan  $n$  sebagai jumlah sampel. Berdasarkan statistik tertentu agar dikatakan signifikan, maka hasil dari korelasi harus memiliki tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.



Dikatakan valid suatu variabel apabila  $r\text{-statistic}$  lebih besar dari  $r\text{-tabel}$  dengan hasil positif (Ghozali, 2018).

Penelitian ini memiliki jumlah sampel sebanyak 103 responden, sehingga memiliki  $r\text{-tabel}$  0,195. Berikut adalah hasil dari uji validitas:

**Tabel 4. 6 Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b><math>r\text{-statistic}</math></b>	<b><math>r\text{-tabel}</math></b>	<b>Keterangan</b>
<i>Supply Chain Management Practices</i>	X1_1	0,717	0,195	Valid
	X1_2	0,774	0,195	Valid
	X1_3	0,743	0,195	Valid
	X1_4	0,657	0,195	Valid
	X2_1	0,764	0,195	Valid
	X2_2	0,627	0,195	Valid
	X2_3	0,392	0,195	Valid
	X2_4	0,720	0,195	Valid
	X3_1	0,251	0,195	Valid
	X3_2	0,704	0,195	Valid
	X3_3	0,742	0,195	Valid
	X4_1	0,443	0,195	Valid
	X4_2	0,530	0,195	Valid
	X4_3	0,154	0,195	Tidak Valid
X4_4	0,284	0,195	Valid	
<i>Customer Development</i>	Y1_1	0,521	0,195	Valid
	Y1_2	0,784	0,195	Valid
	Y1_3	0,846	0,195	Valid
	Y1_4	0,485	0,195	Valid
	Y1_5	0,682	0,195	Valid
	Y1_6	0,612	0,195	Valid
	Y1_7	0,817	0,195	Valid
<i>Operational Performance</i>	Y2_1	0,827	0,195	Valid
	Y2_2	0,651	0,195	Valid
	Y2_3	0,819	0,195	Valid
	Y2_4	0,824	0,195	Valid
	Y2_5	0,322	0,195	Valid
	Y2_6	0,640	0,195	Valid

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan dari hasil Uji Validitas pada 103 sampel responden, dihasilkan data bahwa 27 item pernyataan memberikan hasil nilai  $r\text{-statistic} > r\text{-tabel}$  yang diartikan bahwa pernyataan tersebut valid, sedangkan ada 1 item pernyataan yaitu X4\_3 nilai  $r\text{-statistic} < r\text{-tabel}$ , sehingga pernyataan tersebut perlu dihapus.

#### 4.2.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat pengukuran yang bertujuan untuk menguji apakah alat atau indikator yang diuji ditanggapi secara konsisten dan stabil (Sekaran & Bougie, 2016). Dapat dijadikan kesimpulan bahwa bahwa uji reliabilitas dilakukan bertujuan agar mengetahui apakah suatu variabel atau sekumpulan variabel konsisten dengan tujuan awal dari pengukuran. Penelitian ini akan menggunakan *software* SPSS untuk mengukur reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0.60$  (Ghozali, 2018).

**Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standart <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>SCM Practices</i>	0,902	0,60	Reliabel
<i>Customer Development</i>	0,849	0,60	Reliabel
<i>Operational Performance</i>	0,875	0,60	Reliabel

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

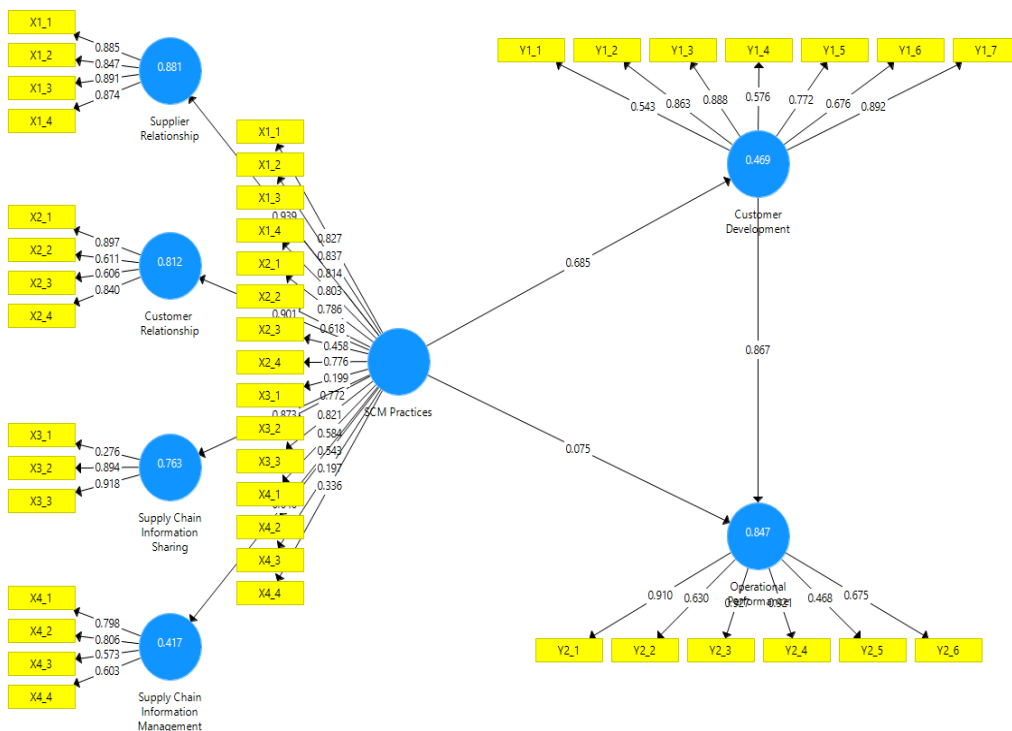
Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4. 7 , dapat diperoleh informasi bahwa *Cronbach Alpha* dari keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini seperti : *SCM Practices*, *Customer Development*, dan *Operational Performance* memiliki nilai

*cronbach alpha* > 0,6, dapat disimpulkan bahwa jawaban yang diberikan oleh responden untuk keseluruhan variabel itu reliabel.

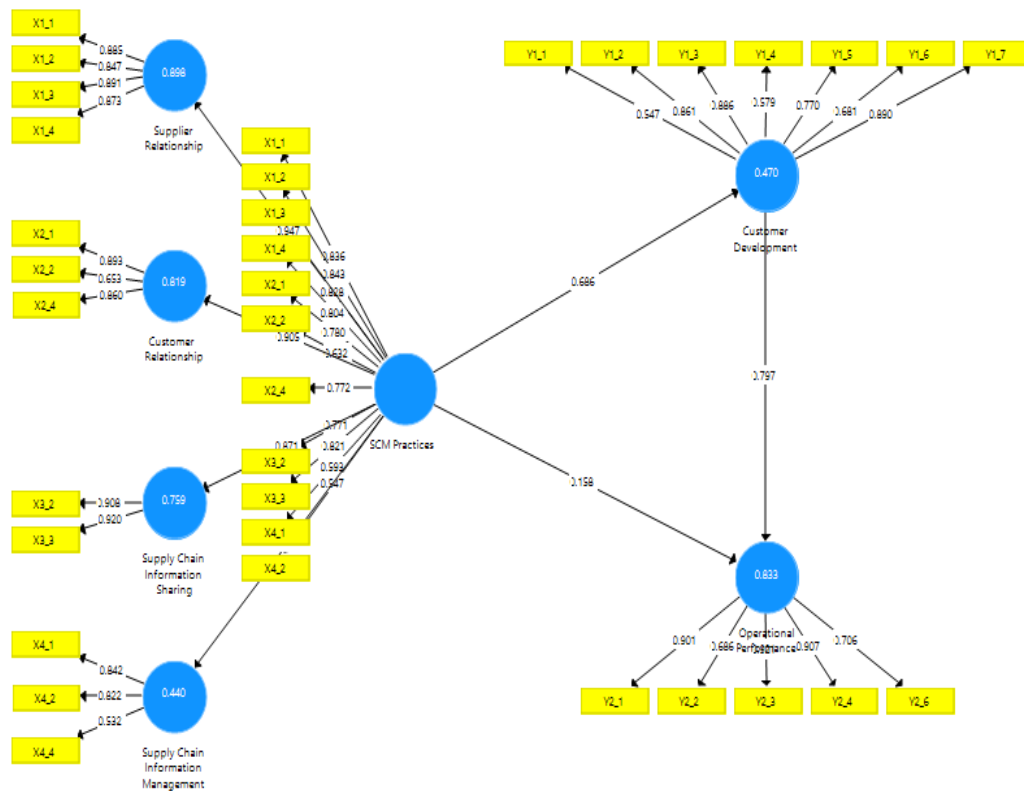
#### 4.2.2. Pengujian *Outer Model*

##### 4.2.2.1. Uji Validitas Konvergen

*convergent validity* merupakan skor hasil yang didapatkan dari pengukuran dua instrumen berbeda mengukur konsep yang sama sangat berkorelasi tinggi (Sekaran & Bougie, 2016). Pemeriksaan reliabilitas item individu pada evaluasi *convergent validity* dapat dilihat melalui *standardized loading factor* yang memberikan gambaran mengenai besaran dari korelasi yang terbentuk dari setiap indikator dengan konstraknya. Dalam pengujian ini diharapkan korelasinya > 0,7 dan AVE > 0,5. Akan tetapi, untuk penelitian di tahap awal pada pengembangan skala pengukuran, nilai minimal dari setiap *factor loading* adalah  $\geq 0,5$  masih bisa diterima (Hair et al., 2017). Berikut merupakan hasil dari uji validitas konvergen:



Gambar 4. 1 Hasil Uji *Outer Model* Awal



Gambar 4. 2 Hasil Uji Outer Loading Akhir

Tabel 4. 8 Initial Item Loading dan AVE dalam model Awal

Variabel	Indikator	Faktor Loading	AVE
<i>Supplier Relationship</i>	X1_1	0,885	0,764
	X1_2	0,847	0,764
	X1_3	0,891	0,764
	X1_4	0,874	0,764
<i>Customer Relationship</i>	X2_1	0,897	0,563
	X2_2	0,611	0,563
	X2_3	0,606	0,563
	X2_4	0,840	0,563
<i>Supply Chain</i>	X3_1	0,276*	0,573
	X3_2	0,894	0,573
<i>Information Sharing</i>	X3_3	0,918	0,573
<i>Supply Chain</i>	X4_1	0,798	0,495
	<i>Information Management</i>	X4_2	0,806

	X4_3	0,573	0,495
	X4_4	0,603	0,495
<i>SCM Practices</i>	X1_1	0,827	0,440
	X1_2	0,837	0,440
	X1_3	0,814	0,440
	X1_4	0,803	0,440
	X2_1	0,786	0,440
	X2_2	0,618	0,440
	X2_3	0,458*	0,440
	X2_4	0,776	0,440
	X3_1	0,199*	0,440
	X3_2	0,772	0,440
	X3_3	0,821	0,440
	X4_1	0,584	0,440
	X4_2	0,543	0,440
	X4_3	0,197*	0,440
	X4_4	0,336*	0,440
	<i>Customer Development</i>	Y1_1	0,543
Y1_2		0,863	0,573
Y1_3		0,888	0,573
Y1_4		0,576	0,573
Y1_5		0,772	0,573
Y1_6		0,676	0,573
Y1_7		0,892	0,573
<i>Operational Performance</i>	Y2_1	0,910	0,601
	Y2_2	0,630	0,601
	Y2_3	0,927	0,601
	Y2_4	0,921	0,601
	Y2_5	0,468*	0,601
	Y2_6	0,675	0,601

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Keterangan : \* Nilai *Faktor Loading* < 0,5

**Tabel 4. 9 Initial Item Loading dan AVE dalam model Akhir**

Variabel	Indikator	<i>Faktor Loading</i>	AVE
<i>Supplier Relationship</i>	X1_1	0,885	0,764

	X1_2	0,847	0,764
	X1_3	0,891	0,764
	X1_4	0,873	0,764
<i>Customer Relationship</i>	X2_1	0,893	0,654
	X2_2	0,653	0,654
	X2_4	0,860	0,654
<i>Supply Chain Information Sharing</i>	X3_2	0,908	0,836
	X3_3	0,920	0,836
<i>Supply Chain Information Management</i>	X4_1	0,842	0,556
	X4_2	0,822	0,556
	X4_4	0,532	0,556
<i>SCM Practices</i>	X1_1	0,836	0,570
	X1_2	0,843	0,570
	X1_3	0,828	0,570
	X1_4	0,804	0,570
	X2_1	0,780	0,570
	X2_2	0,632	0,570
	X2_4	0,772	0,570
	X3_2	0,771	0,570
	X3_3	0,821	0,570
	X4_1	0,593	0,570
	X4_2	0,547	0,570
	<i>Customer Development</i>	Y1_1	0,547
Y1_2		0,861	0,573
Y1_3		0,886	0,573
Y1_4		0,579	0,573
Y1_5		0,770	0,573
Y1_6		0,681	0,573
Y1_7		0,890	0,573
<i>Operational Performance</i>	Y2_1	0,901	0,690
	Y2_2	0,686	0,690
	Y2_3	0,921	0,690
	Y2_4	0,907	0,690
	Y2_6	0,706	0,690

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Keterangan : \* Nilai Faktor Loading < 0,5

Berdasarkan data pada tabel 4. 8 dan 4. 9, terdapat perbedaan hasil, hal ini dikarenakan di tabel 4. 8 merupakan perhitungan awal, ada beberapa *item* nilai *faktor loading* < 0,5. Maka dari itu item tersebut perlu dihilangkan karena tidak dapat digunakan dan menghasilkan perhitungan kedua di tabel 4. 9. dapat diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai faktor *loading* > 0,5 dan AVE pada setiap variabel nya menunjukkan angka yang > 0,5. Hasil dari pengujian kedua berdasarkan pada tabel 4. 9 menunjukkan bahwa item dari instrument dinyatakan lolos untuk uji validitas konvergen.

#### 4.2.2.2. Uji Validitas Diskriminan

*discriminat validity* adalah sejauh mana sebuah konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan standar empiris. Metode *discriminant validity* dapat digunakan untuk mengukur besarnya suatu korelasi dengan cara melakukan perbandingan antara *discriminant validity* dan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE). nilai *discriminant validity* dapat dikatakan baik apabila nilai AVE setiap konstruk dikuadratkan dan menghasilkan nilai lebih yang besar dibandingkan dengan nilai korelasi konstruk lainnya. Selain membandingkan nilai antar konstruk, pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai uji validitas diskriminan yang dilakukan apabila nilai melebihi 0,5. (Hair et al., 2017). Hasil nilai *cross loading* terdapat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading Validitas Diskriminan Awal**

	SR	CR	SCIS	SCIM	SCM P	CD	OP
X1_1	0,657	0,506	0,518	0,827	0,885	0,498	0,674
X1_1	0,657	0,506	0,518	0,827	0,885	0,498	0,674
X1_2	0,726	0,615	0,590	0,837	0,847	0,499	0,683
X1_2	0,726	0,615	0,590	0,837	0,847	0,499	0,683
X1_3	0,668	0,568	0,552	0,814	0,891	0,381	0,675

X1_3	0,668	0,568	0,552	0,814	0,891	0,381	0,675
X1_4	0,680	0,440	0,426	0,803	0,874	0,420	0,630
X1_4	0,680	0,440	0,426	0,803	0,874	0,420	0,630
X2_1	0,897	0,617	0,654	0,786	0,692	0,330	0,655
X2_1	0,897	0,617	0,654	0,786	0,692	0,330	0,655
X2_2	0,611	0,529	0,495	0,618	0,550	0,380	0,519
X2_2	0,611	0,529	0,495	0,618	0,550	0,380	0,519
X2_3	0,606	0,279	0,243	0,458	0,348	0,181	0,394
X2_3	0,606	0,279	0,243	0,458	0,348	0,181	0,394
X2_4	0,840	0,531	0,602	0,776	0,681	0,429	0,637
X2_4	0,840	0,531	0,602	0,776	0,681	0,429	0,637
X3_1	0,240	0,259	0,208	0,199	0,152	-0,052	0,276
X3_1	0,240	0,259	0,208	0,199	0,152	-0,052	0,276
X3_2	0,659	0,585	0,494	0,772	0,677	0,391	0,894
X3_2	0,659	0,585	0,494	0,772	0,677	0,391	0,894
X3_3	0,693	0,568	0,541	0,821	0,717	0,475	0,918
X3_3	0,693	0,568	0,541	0,821	0,717	0,475	0,918
X4_1	0,428	0,232	0,259	0,584	0,509	0,798	0,397
X4_1	0,428	0,232	0,259	0,584	0,509	0,798	0,397
X4_2	0,387	0,421	0,377	0,543	0,428	0,806	0,393
X4_2	0,387	0,421	0,377	0,543	0,428	0,806	0,393
X4_3	0,088	0,041	0,021	0,197	0,084	0,573	0,138
X4_3	0,088	0,041	0,021	0,197	0,084	0,573	0,138
X4_4	0,220	0,142	0,149	0,336	0,242	0,603	0,245
X4_4	0,220	0,142	0,149	0,336	0,242	0,603	0,245
Y1_1	0,457	0,543	0,502	0,420	0,354	0,224	0,375
Y1_2	0,555	0,863	0,771	0,583	0,515	0,322	0,553
Y1_3	0,610	0,888	0,804	0,673	0,617	0,383	0,637
Y1_4	0,368	0,576	0,513	0,331	0,268	0,136	0,325
Y1_5	0,484	0,772	0,739	0,470	0,393	0,248	0,445
Y1_6	0,470	0,676	0,556	0,490	0,458	0,253	0,445
Y1_7	0,579	0,892	0,878	0,589	0,546	0,224	0,573
Y2_1	0,654	0,869	0,910	0,608	0,550	0,258	0,519
Y2_2	0,579	0,569	0,630	0,595	0,542	0,473	0,423
Y2_3	0,609	0,846	0,927	0,588	0,518	0,301	0,521
Y2_4	0,588	0,843	0,921	0,600	0,522	0,340	0,556
Y2_5	0,091	0,466	0,468	0,058	0,064	-0,134	0,092
Y2_6	0,603	0,565	0,675	0,545	0,487	0,230	0,466

Sumber : Data Primer Diolah (2022)



**Tabel 4. 11 Nilai Cross Loading Validitas Diskriminan Akhir**

	SR	CR	SCIS	SCIM	SCMP	CD	OP
X1_1	0,885	0,678	0,676	0,529	0,836	0,506	0,545
X1_1	0,885	0,678	0,676	0,529	0,836	0,506	0,545
X1_2	0,847	0,741	0,685	0,534	0,843	0,615	0,618
X1_2	0,847	0,741	0,685	0,534	0,843	0,615	0,618
X1_3	0,891	0,692	0,671	0,419	0,828	0,567	0,553
X1_3	0,891	0,692	0,671	0,419	0,828	0,567	0,553
X1_4	0,873	0,675	0,635	0,440	0,804	0,441	0,463
X1_4	0,873	0,675	0,635	0,440	0,804	0,441	0,463
X2_1	0,692	0,893	0,645	0,353	0,780	0,618	0,688
X2_1	0,692	0,893	0,645	0,353	0,780	0,618	0,688
X2_2	0,551	0,653	0,520	0,427	0,632	0,527	0,483
X2_2	0,551	0,653	0,520	0,427	0,632	0,527	0,483
X2_4	0,680	0,860	0,621	0,451	0,772	0,532	0,641
X2_4	0,680	0,860	0,621	0,451	0,772	0,532	0,641
X3_2	0,677	0,640	0,908	0,407	0,771	0,585	0,510
X3_2	0,677	0,640	0,908	0,407	0,771	0,585	0,510
X3_3	0,717	0,710	0,920	0,495	0,821	0,568	0,567
X3_3	0,717	0,710	0,920	0,495	0,821	0,568	0,567
X4_1	0,509	0,457	0,412	0,842	0,593	0,233	0,316
X4_1	0,509	0,457	0,412	0,842	0,593	0,233	0,316
X4_2	0,428	0,411	0,421	0,822	0,547	0,420	0,378
X4_2	0,428	0,411	0,421	0,822	0,547	0,420	0,378
X4_4	0,242	0,205	0,244	0,532	0,276	0,143	0,181
Y1_1	0,353	0,453	0,358	0,212	0,406	0,547	0,520
Y1_2	0,515	0,568	0,536	0,342	0,581	0,861	0,745
Y1_3	0,618	0,632	0,626	0,410	0,676	0,886	0,783
Y1_4	0,268	0,387	0,304	0,172	0,336	0,579	0,515
Y1_5	0,393	0,505	0,434	0,275	0,475	0,770	0,720
Y1_6	0,457	0,484	0,432	0,257	0,487	0,681	0,577
Y1_7	0,546	0,595	0,567	0,258	0,598	0,890	0,856
Y2_1	0,550	0,655	0,514	0,300	0,609	0,869	0,901
Y2_2	0,542	0,598	0,417	0,508	0,594	0,570	0,686
Y2_3	0,518	0,646	0,514	0,323	0,595	0,845	0,921
Y2_4	0,522	0,635	0,548	0,365	0,611	0,842	0,907
Y2_6	0,487	0,623	0,451	0,224	0,539	0,566	0,706

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Hasil dari nilai *cross loading* memiliki perbedaan karena adanya perbedaan hasil outer loading di awal, akan tetapi peneliti menggunakan hasil akhir berdasarkan data pada tabel 4. 11, dapat diketahui bahwa nilai *cross loading* pada seluruh item dalam variabel penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar jika dihubungkan dengan variabel dependen dibandingkan dengan saat dihubungkan dengan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa keseluruhan item pada penelitian ini telah menjelaskan konstruk masing-masing variabel dengan baik serta secara diskriminan seluruh item dapat dikatakan baik, hasil dari olah data ini juga menunjukkan bahwa masing-masing item pertanyaan tidak mengganggu item pertanyaan lainnya.

#### **4.2.2.3. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan alat pengukuran yang bertujuan untuk menguji apakah alat atau indikator yang diuji ditanggapi secara konsisten dan stabil (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, akan dilakukan uji reliabilitas menggunakan dua metode, *cronbach alpha* dan *composite reliability*. *Cronbach alpha* merupakan pengukuran konservatif reliabilitas suatu konstruk dengan melihat batas bawah dari nilai reliabilitas dan *composite reliability* merupakan pengukuran konsistensi reliabilitas internal. *Rules of thumb* nilai dari *cronbach alpha* untuk uji reliabilitas ini adalah  $> 0,6$  (Hair et al., 2017). *Rules of thumb* nilai dari *composite reliability* untuk uji reliabilitas ini adalah  $> 0,6$  (Hair et al., 2017). Hasil dari *cronbach alpha* dan *composite reliability* terdapat pada tabel 4. 12 dan 4.13 berikut :

**Tabel 4. 12 Cronbach Alpha dan Composite Reliability Awal**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
<i>Customer Relationship</i>	0,729	0,833	0,563
<i>Customer Development</i>	0,869	0,901	0,573
<i>Operational Performance</i>	0,851	0,896	0,601
<i>SCM Practices</i>	0,893	0,913	0,440*
<i>Supplier Relationship</i>	0,897	0,928	0,764
<i>Supply Chain Information Management</i>	0,683	0,793	0,495*
<i>Supply Chain Information Sharing</i>	0,577	0,773	0,573

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Keterangan : \* Nilai AVE < 0,5

**Tabel 4. 13 Cronbach Alpha dan Composite Reliability Akhir**

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
<i>Customer Relationship</i>	0,725	0,848	0,654
<i>Customer Development</i>	0,869	0,901	0,573
<i>Operational Performance</i>	0,883	0,916	0,690
<i>SCM Practices</i>	0,922	0,935	0,570
<i>Supplier Relationship</i>	0,897	0,928	0,764
<i>Supply Chain Information Management</i>	0,603	0,783	0,556
<i>Supply Chain Information Sharing</i>	0,804	0,910	0,836

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Keterangan : \* Nilai AVE < 0,5

Hasil perhitungan memiliki perbedaan, akan tetapi pada penelitian ini menggunakan hasil akhir yang berdasarkan pada data tabel 4. 13,

dapat diketahui bahwa nilai dari seluruh variabel dalam uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* > 0,6 dan *composite reliability* > 0,6. Dengan demikian bahwa dapat disimpulkan seluruh variabel yang diujikan valid dan reliabel, sehingga dapat dilakukan uji selanjutnya yaitu uji *inner model*.

#### 4.2.3. Uji *Inner Model*

Uji *inner model* (model struktural) merupakan suatu pengujian yang dilakukan setelah uji *outer model* (model pengukuran) dengan uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan. Tujuannya dilakukannya evaluasi *inner model* adalah untuk bisa memprediksi hubungan diantara variabel independen. Evaluasi *inner model* yang dilakukan untuk melihat pengaruh konstruk suatu variabel independen terhadap variabel independen bisa dilihat besar persentase dari *variance* yang ada melalui nilai *R-Square* ( $R^2$ ). Untuk *predictiveness* dilakukan dengan menggunakan AVE melalui prosedur *re-sampling* agar diperoleh suatu stabilitas dari estimasi yang ada. Dalam PLS, evaluasi *inner model* dapat dilakukan dengan menggunakan  $R^2$ . *R-Square* dalam pengukuran *inner model* dapat digunakan untuk bisa mengukur suatu variasi perubahan yang muncul pada variabel independen terhadap variabel dependen. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi nilai *R-Square* berarti prediksi dalam model penelitian semakin baik. Nilai  $R^2$  pada konstruk terdapat pada tabel 4. 14 berikut :

**Tabel 4. 14 Nilai R<sup>2</sup> Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
<i>Customer Development</i>	0,470	0,465
<i>Operational Performance</i>	0,833	0,830

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan pada data tabel 4. 14 dapat dikatakan bahwa *Supply Chain Management Practices* mempengaruhi *Customer Development* sebesar 0,470 atau 47%. sedangkan untuk sisanya sebesar 53% dipengaruhi oleh variabel dimensi *Supplier Relationship, Customer Relationship, Supply Chain Information Sharing* dan *Supply Chain Information Management*.

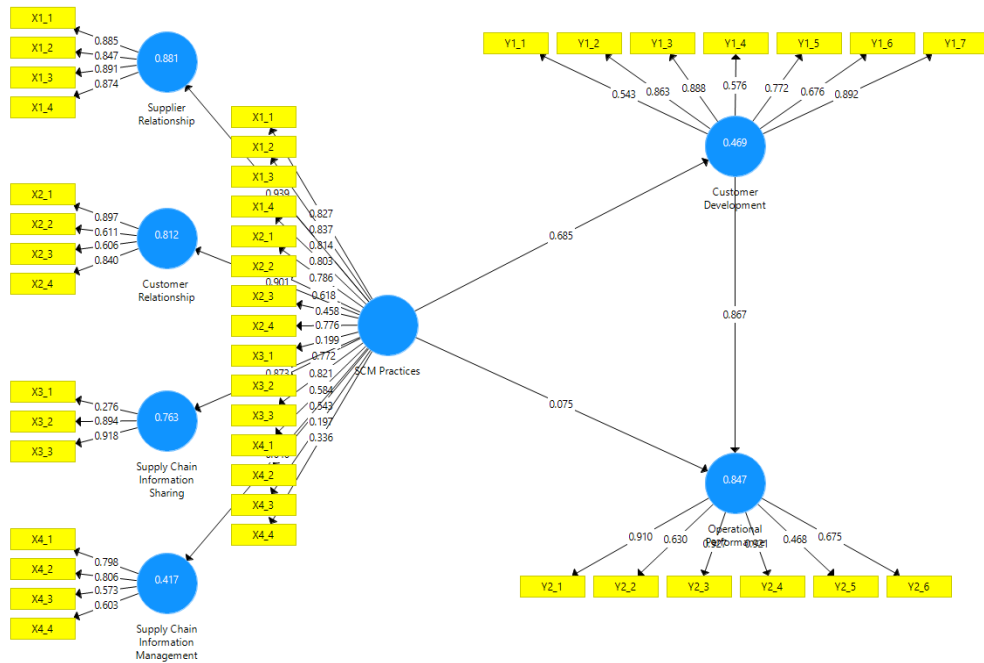
Berdasarkan data pada tabel 4. 14, dapat dikatakan bahwa *Supply Chain Management Practices* mempengaruhi *Operational Performance* yaitu sebesar 0,833 atau 83%. Sedangkan untuk sisanya sebesar 17% dipengaruhi oleh variabel dimensi *Supplier Relationship, Customer Relationship, Supply Chain Information Sharing* dan *Supply Chain Information Management*.

#### **4.3. Uji Hipotesis**

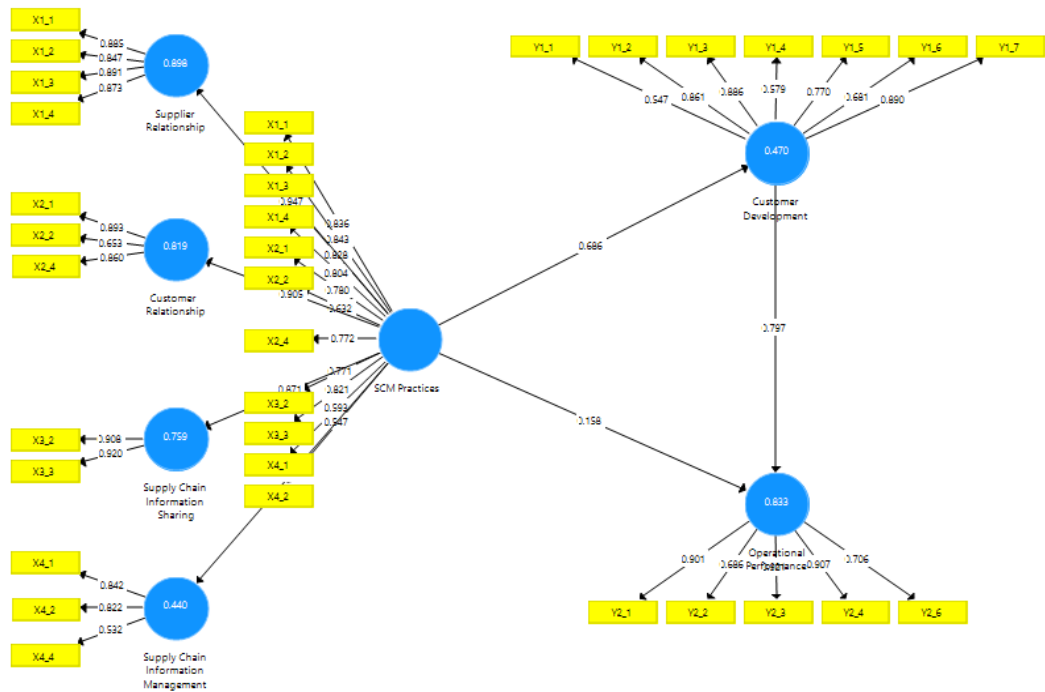
##### **4.3.1. Uji Signifikansi**

Pengaruh yang terjadi antar variabel dapat diketahui dengan cara melakukan metode *bootstrapping* melalui *path coefficients*. *T-statistic* dan nilai signifikansi (*P-value*) dalam metode PLS dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk dapat menerima suatu hipotesis atau menolak suatu hipotesis. Dalam penggunaan aplikasi *SmartPLS*, nilai signifikansi dapat diketahui dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi *t-statistic*. Standar nilai yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah 1,96 dengan level

signifikan 5 persen (0,05). Berikut hasil pengujian *bootstrapping* pada gambar berikut :



Gambar 4. 3 Hasil Uji *Inner Model Awal*



Gambar 4. 4 Hasil Uji *Inner Model Akhir*

Kriteria dari dapat diterima atau ditolakny suatu hipotesis adalah jika nilai signifikansi  $t\text{-statistic} > 1,96$  atau  $P\text{-value} < 0,05$  dengan taraf signifikansi 5% ( $\alpha < 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima (Hair et al., 2017). Hasil uji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 4. 15 Path Coefficient**

Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics</i>	<i>P-value</i>	Keterangan
CD -> OP	0,797	17,093	0,000	Signifikan
SCMP -> CD	0,686	11,589	0,000	Signifikan
SCMP -> OP	0,158	2,647	0,008	Signifikan

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

Berdasarkan pada tabel 4. 15, dapat diketahui bahwa *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* memiliki hasil signifikan dengan  $t\text{-statistic}$  11,589 dan  $p\text{-value}$  0,000. Variabel *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance* memiliki hasil signifikan dengan  $t\text{-statistic}$  2,647 dan  $p\text{-value}$  0,008. Selanjutnya variabel *Customer Development* terhadap *Operational Performance* memiliki hasil signifikan dengan  $t\text{-statistic}$  17,093 dan  $p\text{-value}$  0,000.

#### 4.3.1.1. Pengujian Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Dalam penelitian ini terdapat sebanyak empat hipotesis yang diajukan. Teknik yang digunakan untuk melakukan uji pada hipotesis adalah analisis *bootstrapping*. dari analisis *bootstrapping* yang telah dilakukan, dihasilkan nilai  $t\text{-statistic}$  yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi tertentu. Selain menggunakan  $t\text{-statistic}$ , dihasilkan juga suatu nilai  $p\text{-value}$  yang apabila nilai pada setiap variabelnya  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$

ditolak. Dalam analisis *bootstrapping* juga menghasilkan suatu *original sampel* (O) yang dapat digunakan untuk melihat suatu pengaruh antar variabel positif atau tidak.

**Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Pengaruh Langsung**

Variabel	<i>Original Sample</i> (O)	T- <i>statistic</i>	P- <i>value</i>	Keterangan
CD -> OP	0,797	17,093	0,000	Signifikan
SCMP -> CD	0,686	11,589	0,000	Signifikan
SCMP -> OP	0,158	2,647	0,008	Signifikan

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

**Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Pengaruh Tidak Langsung**

Variabel	<i>Original Sample</i> (O)	T- <i>statistic</i>	P- <i>Value</i>	Keterangan
SCMP -> CD -> OP	0,593	9,813	0,000	Signifikan

Sumber : Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil pada tabel 4. 16 dan 4. 17. koefisien pengaruh antar variabel terkait dapat diuraikan sebagai berikut :

**a. Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development***

Hipotesis 1 memiliki nilai parameter estimasi nilai koefisien pada *original sampel* (O) sebesar 0,668 dan *t-statistic* sebesar 11,589 > 1,96 (*t-tabel*). Selanjutnya pada pengujian hubungan dari kedua variabel menghasilkan nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menjelaskan bahwa hubungan *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* memiliki pengaruh



positif dan signifikan ( $H_0$  ditolak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan “*Supply Chain Management Practices* berpengaruh positif terhadap *Customer Development*” terdukung.

**b. Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance***

Hipotesis 2 memiliki nilai parameter estimasi nilai koefisien pada original sampel (O) sebesar 0,158 dan  $t$ -statistic sebesar  $2,647 > 1,96$  ( $t$ -tabel). Selanjutnya pada pengujian hubungan dari kedua variabel menghasilkan nilai probabilitas ( $p$ -value) sebesar 0,008 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menjelaskan bahwa hubungan *Supply Chain Management Practices* terhadap *operational performance* memiliki pengaruh positif dan signifikan ( $H_0$  ditolak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan “*Supply Chain Management Practices* berpengaruh positif terhadap *Operational Performance*” terdukung.

**c. Pengaruh *Customer Development* terhadap *Operational Performance***

Hipotesis 3 memiliki nilai parameter estimasi nilai koefisien pada original sampel (O) sebesar 0,797 dan  $t$ -statistic sebesar  $17,093 > 1,96$  ( $t$ -tabel). Selanjutnya pada pengujian hubungan dari kedua variabel menghasilkan nilai probabilitas ( $p$ -value) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menjelaskan bahwa hubungan *Supply Chain Management Practices* terhadap *Customer Development* memiliki pengaruh positif dan signifikan ( $H_0$  ditolak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang menyatakan “*Customer Development* berpengaruh positif terhadap *Operational Performance*” terdukung.

**d. Pengaruh Customer Development dalam memediasi Supply Chain Management Practices dan Operational Performance**

Hipotesis 4 memiliki nilai parameter estimasi nilai koefisien pada original sampel (O) sebesar 0,593 dan *t-statistic* sebesar 9,813 > 1,96 (*t-tabel*). Selanjutnya pada pengujian hubungan dari kedua variabel menghasilkan nilai probabilitas (*p-value*) sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menjelaskan bahwa *customer development* memediasi *Supply Chain Management Practices* dan *operational performance* ( $H_0$  ditolak). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 yang menyatakan “*customer development* memediasi pengaruh *Supply Chain Management practices* terhadap *Operational Performance*” terdukung.

**4.2.3.1. Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa hubungan antar variabel dapat dikatakan positif apabila hasil *t-statistic* > *t-tabel* yaitu 1,96 dan nilai *p-value* (Hair et al., 2017). Hasil uji statistik penelitian ini dapat ditunjukkan oleh tabel 4. 18 berikut :

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Keterangan
<b>H1:</b> <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Development</i> .	<b>Signifikan (Ho Ditolak)</b>
<b>H2:</b> <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif terhadap <i>Operational Performance</i> .	<b>Signifikan (Ho Ditolak)</b>
<b>H3:</b> <i>Customer Development</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Operational Performance</i> .	<b>Signifikan (Ho Ditolak)</b>
<b>H4:</b> <i>Customer Development</i> secara positif memediasi pengaruh <i>Supply Chain Management Practices</i> terhadap <i>Operational Performance</i> .	<b>Signifikan (Ho Ditolak)</b>

**Sumber : Data Primer Diolah (2022)**

#### **4.4. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh *Supply Chain Management Practices* Terhadap *Customer Development***

Hasil analisis dalam penelitian ini menjelaskan bahwa variabel *Supply Chain Management Practices* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Customer Development*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik *Supply Chain Management* seperti *Supplier Relationship*, *Customer Relationship*, *Supply Chain Information Sharing*, dan *Supply Chain Information Management* yang diterapkan oleh Pemilik atau yang bertanggung jawab di pangkalan LPG, apabila semakin baik penerapan praktik SCM semakin tinggi, maka pangkalan tersebut lebih mampu untuk menarik konsumen, memuaskan konsumen, dan mempertahankan konsumen. Hasil dalam penelitian ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Elfarmawi, (2020) dan Prathiba, (2020) yang dimana penelitiannya memberikan hasil bahwa *Supply Chain Management Practices* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Development* pada Pangkalan LPG.

##### **4.4.2 Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance***

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Supply Chain Management Practices* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *Operational Performance*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa praktik *Supply Chain Management* seperti *Supplier Relationship*, *Customer Relationship*, *Supply Chain Information Sharing*, dan *Supply Chain Information Management* yang diterapkan oleh pemilik atau orang yang bertanggung jawab di pangkalan LPG, pangkalan yang lebih baik dalam mengelola pemasok, konsumen, dan alur informasi

mampu meminimalisasi biaya yang diakibatkan oleh kesalahan, menurunkan biaya yang dikeluarkan dalam berjualan, menjadi lebih efisien dan mampu meningkatkan kinerja keuangan dan kinerja operasional nya. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shetty, (2019) dan Zhou & Li, (2020) yang pada penelitian tersebut memberikan hasil Supply Chain Management Practices memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Operational Performance* pangkalan.

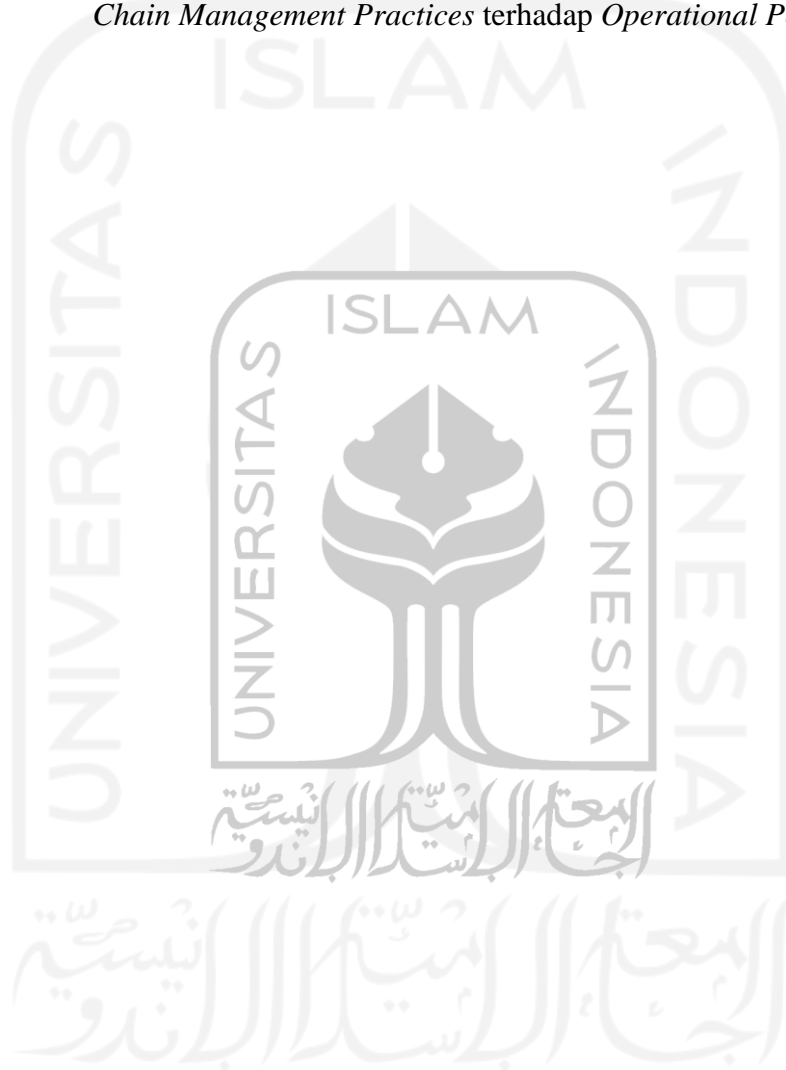
#### **4.4.3 Pengaruh *Customer Development* terhadap *Operational Performance***

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Customer Development* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Operational Performance*. Dapat disimpulkan bahwa apabila pangkalan LPG memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menarik konsumen, memuaskan konsumen, dan mempertahankan konsumen dapat meningkatkan kinerja operasional pangkalan dan pangkalan akan mengalami pertumbuhan yang lebih baik. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amedofu et al., (2019) dan Berraies & Hamouda, (2018) yang pada penelitian tersebut memberikan hasil bahwa *Customer Development* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Operational Performance*.

#### **4.4.4 Customer Development Memediasi Pengaruh *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance*.**

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa variabel customer development memediasi supply chain management practices terhadap operational performance. Dapat disimpulkan bahwa Pangkalan LPG dalam memuaskan dan mempertahankan konsumen dengan didorong praktik SCM yaitu mengevaluasi

hubungan dengan konsumen dan pemasok, maka pangkalan mampu meningkatkan tingkat efisiensi. Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amedofu et al., (2019) dan Saad et al., (2022) yang pada penelitian tersebut memberikan hasil bahwa *Customer Development* memediasi *Supply Chain Management Practices* terhadap *Operational Performance*.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan yang sudah dilakukan terhadap 103 responden, dapat diambil kesimpulan beserta rekomendasi sebagai berikut :

#### 5.1. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk melakukan uji terhadap pengaruh dari empat praktik *supply chain management* yaitu *supplier relationship*, *customer relationship*, *supply chain information sharing*, dan *supply chain information management* terhadap *customer development* dan *operational performance* pada pangkalan LPG di Kotawaringin Timur. Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat dirumuskan hasil sebagai berikut :

1. Praktik *Supply Chain Management* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Development* pada pangkalan LPG. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat praktik *Supply Chain Management* yang dilakukan oleh pemangku kepentingan di pangkalan LPG, maka pangkalan mampu untuk mendapatkan, mempertahankan, dan memuaskan konsumen ketika bertransaksi di pangkalan.
2. Praktik *Supply Chain Management* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Operational Performance* pada pangkalan LPG. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pangkalan yang lebih baik dalam mengelola hubungan dengan pemasok dan konsumen, serta alur informasi yang lebih jelas mampu meminimalisasi biaya yang dikeluarkan sehingga pangkalan tersebut lebih efisien dalam beroperasi dan meningkatkan profitabilitasnya.
3. *Customer Development* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Operational Performance* pangkalan LPG. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada pangkalan LPG yang mampu menarik,

mempertahankan, dan memuaskan konsumen mampu meningkatkan profitabilitas serta operasional pangkalan dapat lebih efisien.

4. *Customer Development* positif memediasi hubungan antara praktik SCM dan *Operational Performance* pada pangkalan LPG. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada pangkalan LPG yang mampu menarik dan mempertahankan dengan didukung oleh praktik SCM yang dikerjakan oleh pangkalan akan mampu meningkatkan operasional serta profitabilitas pangkalan.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial dalam penelitian ini difokuskan kepada pemilik ataupun pihak yang bertanggung jawab pada pangkalan LPG di Kotawaringin Timur. Penelitian yang sudah dilakukan ini memberikan bukti bahwa jika pemasok dan konsumen memberikan informasi yang penting kepada pangkalan dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada, sehingga pemilik perlu melakukan pendekatan terhadap kedua pihak tersebut, karena nantinya akan ada peningkatan penjualan produk yang tersedia di pangkalan. Pemilik pangkalan LPG diharapkan untuk mengembangkan keterampilan bagaimana cara mereka mengelola supply chain. Di lain hal menunjukkan bahwa semakin pangkalan dalam menarik, mempertahankan, dan memuaskan konsumen maka pangkalan mampu meningkatkan penguasaan pasar serta pertumbuhan pangkalan menjadi lebih baik. Dari penelitian tersebut, diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi yang cukup kepada para pemilik serta pemangku kepentingan pangkalan LPG di Kotawaringin Timur agar dapat memperhatikan pentingnya penerapan praktik SCM. Pemilik serta pemangku pangkalan LPG juga diharapkan untuk mendapatkan pelatihan oleh pemasok utama yaitu Pertamina agar mereka dapat menerapkan praktik SCM sehingga mereka bisa meningkatkan konsumen serta kinerja operasional pangkalan.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa kekurangan pada penelitian ini yang dapat dijadikan sebagai saran perbaikan untuk penelitian di masa yang akan datang.

1. Penelitian ini hanya dilakukan di pangkalan LPG Kotawaringin Timur. Karena hal tersebut, penelitian ini tidak dapat memberikan suatu gambaran yang spesifik mengenai pola pemikiran responden di pangkalan yang memiliki jarak yang jauh dari Stasiun Pengisian dan Pengangkutan Bulk Elpiji (SPPBE).
2. Responden yang diperoleh dalam ini mayoritas adalah kelompok umur 41-50 tahun yang berjumlah 44 dari 103 total keseluruhan responden dan tingkat pendidikan SMA atau sederajat yang berjumlah 73 dari 103 responden. Hal ini menjelaskan bahwa jawaban yang didapatkan dari responden dinilai masih tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti.
3. Variabel pada penelitian ini masih kurang dijelajahi oleh peneliti, karena di jurnal penelitian lain ada juga variabel yang mempengaruhi operational performance seperti di jurnal Akgün et al., (2014) yang variabel nya juga mempengaruhi *operational performance*.

### 5.4. Saran

Terdapat saran dari penelitian ini untuk penelitian di masa yang akan datang.

1. Untuk penelitian di masa yang akan datang. Diharapkan untuk peneliti untuk lebih menjelajahi praktik SCM lain yang berpengaruh terhadap *Customer Development* dan *Operational Performance*.
2. Untuk penelitian di masa yang akan datang. Diharapkan peneliti untuk lebih memilih responden yang memiliki kapabilitas dan sesuai dalam menanggapi kuesioner, sehingga jawaban yang diberikan oleh responden dapat memberikan gambaran yang benar mengenai apa yang diteliti.



3. Untuk penelitian di masa yang akan datang, diharapkan lokasi penelitian yang diteliti lebih luas jangkauan nya sehingga hasil dari penelitian tersebut benar-benar menggambarkan kondisi di tempat yang lain.



## DAFTAR PUSTAKA

- Akgün, A. E., Ince, H., Imamoglu, S. Z., Keskin, H., & Kocoglu, I. (2014). The mediator role of learning capability and business innovativeness between total quality management and financial performance. *International Journal of Production Research*, 52(3), 888–901.  
<https://doi.org/10.1080/00207543.2013.843796>
- Amedofu, M., Asamoah, D., & Agyei-Owusu, B. (2019). Effect of supply chain management practices on customer development and start-up performance. *Benchmarking*, 26(7), 2267–2285. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2018-0230>
- Berraies, S., & Hamouda, M. (2018). Customer empowerment and firms' performance: The mediating effects of innovation and customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 36(2), 336–356.  
<https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2016-0150>
- Blank, S. (2013). *The Four Steps To The Epiphany: Vol. Second Edition*.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (Sixth Edition). Pearson.
- Cooper, Brant., Vlaskovits, Patrick., & Blank, S. G. (Steven G. (2022). *The entrepreneur's guide to customer development : a "cheat sheet" to The four steps to the epiphany*. B. Cooper and P. Vlaskovitz.
- Creswell, J. W. (2017). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (V. Knight, Ed.; Fifth). SAGE Publications, Inc.
- Elfarmawi, W. (2020). The Effect of Customer Relationship Management System on Customer Satisfaction. *JOURNAL OF SYSTEMS INTEGRATION*, 11(2), 11–16. <https://doi.org/10.20470/jsi.v11i2.391>
- Ghozali, I. (2018). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 25* (Sembilan). UNDIP.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (Second Edition).
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management : sustainability and supply chain management* (13th ed.). Pearson.
- Iqbal, T. (2020). The effect of operations management practices on the competitive advantages of smes: A mediating role of supply chain management practices. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(4), 649–662. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2020.9.001>
- Lee, R. (2021). The Effect Of Supply Chain Management strategy On Operational And Financial Performance. *Sustainability (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/su13095138>
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. Adam. (2021). *Statistical Techniques In Business and Economics* (Eighteenth Edition). McGraw-Hill/Irwin.
- Özoğlu, B., & Erdemir, M. B. (2021). The Effect of Logistics Performance on Marketing Performance and Customer Satisfaction: A Research on Manufacturing Companies. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(3), 994–1011. <https://doi.org/10.15295/bmij.v9i3.1860>
- Phan, A. C., Nguyen, H. A., Trieu, P. D., Nguyen, H. T., & Matsui, Y. (2019). Impact of supply chain quality management practices on operational performance: empirical evidence from manufacturing companies in Vietnam. *Supply Chain Management*, 24(6), 855–871. <https://doi.org/10.1108/SCM-12-2018-0445>
- Prathiba, S. (2020). *Can Supply Chain Management Practices Influence Customer Satisfaction and Loyalty?* <http://publishingindia.com/jscms/>
- Saad, N. A., Elgazzar, S., & Mlaker Kac, S. (2022). LINKING SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRACTICES TO CUSTOMER RELATIONSHIP

MANAGEMENT OBJECTIVES: A PROPOSED FRAMEWORK. *Business: Theory and Practice*, 23(1), 154–164.  
<https://doi.org/10.3846/btp.2022.15475>

Sajja, G. S. (2021). Impact of Supply Chain Management Strategies on Business Performance. In *International Journal of Computer Applications* (Vol. 183, Issue 38).

Saragih, J., Tarigan, A., Pratama, I., Wardati, J., & Silalahi, E. F. (2020). The impact of total quality management, supply chain management practices and operations capability on firm performance. *Polish Journal of Management Studies*, 21(2), 384–397. <https://doi.org/10.17512/pjms.2020.21.2.27>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : a skill-building approach* (seventh edition). John Wiley and Sons Ltd.  
[www.wileypluslearningspace.com](http://www.wileypluslearningspace.com)

Shetty, V. K. (2019). *Impact of Supply Chain Management Practices on Performance of Companies*. <http://publishingindia.com/jscms/>

Stevenson, W. J. (2018). *Operations Management* (Thirteenth Edition). McGraw-Hill Education.

Sulistiyawati, A., & Ridwan, M. (2022, February). Mengulas Perbedaan Agen, Sub Agen, dan Pangkalan LPG. <https://www.solopos.com/>, 1.

Zhou, H., & Li, L. (2020). The impact of supply chain practices and quality management on firm performance: Evidence from China's small and medium manufacturing enterprises. *International Journal of Production Economics*, 230. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107816>

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

#### Kuesioner untuk responden

Kepada Yth,  
Saudara/i Responden  
Di tempat

Asalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat,

Bismillahirrahmanirrahim  
Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Perkenalkan saya Hafidz Ummay Muhammad (18311406), mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi di bawah bimbingan Dosen Ibu Dessy Isfianadewi, dengan judul:

"Pengaruh *Supply Chain Management Practices* Terhadap *Customer Development* dan *Operational Performance* (Studi Kasus Pangkalan LPG)"

untuk kepentingan penelitian tersebut, saya menyusun kuesioner yang didalamnya terdapat pernyataan-pernyataan yang dimaksudkan untuk memperoleh penilaian Bapak/Ibu Saudara/i.

berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon bantuan kepada Bapak/Ibu Saudara/i untuk bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini.

Bantuan Bapak/Ibu Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Data responden akan terjamin kerahasiannya dan digunakan hanya untuk keperluan penelitian akademik.

Atas perhatian dan bantuannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**Lampiran 1**

Petunjuk pengisian : Pilihlah jawaban yang sesuai

Demografi Responden

No.	Pernyataan	
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki
		Perempuan
2	Usia	< 25 Tahun
		25 – 30 Tahun
		31-40 Tahun
		41-50 Tahun
		> 50 Tahun
3	Pendidikan Terakhir	SMP / Setingkat
		SMA / Setingkat
		DIPLOMA
		SARJANA
		MAGISTER
		DOKTORAL
4	Umur Pangkalan	< 5 Tahun

		5-10 Tahun
		10-15 Tahun
		15-20 Tahun
		> 20 Tahun
5	Jabatan	Pemilik
		Manajer
		<i>Supervisor</i>
		Admin

### Bagian 1

Petunjuk : Pilihlah tingkat persetujuan anda terhadap setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda pada salah satu pilihan yang anda anggap sesuai.

Kriteria Pilihan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Agak Setuju (AS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

<b>A.</b>	<b><i>Supply Chain Management Practices (Praktik Manajemen Rantai Pasokan)</i></b>
-----------	--

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pangkalan kami secara teratur menyelesaikan masalah bersama.					
2.	Pangkalan kami membantu pemasok untuk meningkatkan kualitas produk atau layanan mereka					
3.	Pangkalan kami memiliki program yang berkelanjutan dengan melibatkan pemasok kami					
4.	Kami melibatkan pemasok dalam kegiatan untuk pembuatan perencanaan dan tujuan penjualan.					
5.	Kami sering melakukan pengukuran dan evaluasi terhadap konsumen					
6.	Kami dapat menentukan naik atau turun nya permintaan konsumen di waktu yang akan datang					
7.	Kami membantu konsumen yang minta bantuan pangkalan terkait produk yang dijual					
8.	Kami secara teratur mengevaluasi hubungan kami dengan konsumen					
9.	Kami memberi informasi kepada pemasok dan konsumen jika ada perubahan ketersediaan produk yang dijual					
10.	Pemasok dan konsumen kami memberikan informasi penting (suatu					



	permasalahan atau kendala) yang dapat berpengaruh terhadap usaha kami					
11	Pemasok dan konsumen kami saling bertukar pandangan mengenai bisnis yang bertujuan ke perencanaan penjualan					
12	Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu tepat waktu					
13	Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu akurat (tidak ada kesalahan)					
14	Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu lengkap					
15	Pertukaran informasi antara kami dengan para pemasok dan konsumen itu dapat dipercaya					

Petunjuk : Pilihlah tingkat persetujuan anda terhadap setiap pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda pada salah satu pilihan yang anda anggap sesuai.

Kriteria Pilihan :

1. Sangat Rendah (SR)
2. Rendah (R)
3. Netral (N)

4. Tinggi (T)

5. Sangat Tinggi (ST)

<b>B.</b>		<b><i>Customer Development (Pengembangan Konsumen)</i></b>				
No.	Pernyataan	Tanggapan				
		SR	R	N	T	ST
1.	kemampuan pangkalan kami untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada					
2.	kemampuan pangkalan kami untuk mendapatkan pelanggan baru					
3.	peningkatan konsumen pangkalan kami					
4.	tingkat kepuasan konsumen di pangkalan kami secara keseluruhan					
5.	tingkat kepercayaan konsumen kami sehingga meyakinkan konsumen lainnya agar membeli di pangkalan kami					
6.	kemampuan pangkalan kami untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada					
7.	tingkat kelompok konsumen pangkalan kami					

<b>C.</b>		<b><i>Operational Performance (Kinerja Operasional)</i></b>
No.	Pernyataan	Tanggapan

		SR	R	N	T	ST
1.	Tingkat penjualan kami					
2.	Tingkat laba bersih di pangkalan kami					
3.	Penjualan di pangkalan kami dibandingkan dengan pangkalan lain					
4.	Konsumen pangkalan kami dibandingkan dengan pangkalan lain					
5.	Tingkat pengeluaran biaya di pangkalan kami					
6.	Tingkat Modal usaha yang sudah kembali dari penjualan di pangkalan kami					

### Lampiran 2. Data Uji Instrument

No Responden	Praktik Manajemen Rantai Pasok																Total												
	Supplier				Customer				SC				SC					Pengembangan Konsumen	Kinerja Operasional										
	Relationship		Relationship		Information		Information		Sharing		Management		Information		Management														
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	Y1.1		Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Y2.5	Y2.6
	1	5	4	4	4	5	3	5	5	5	3	4	4	4	4	5		4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4
2	4	5	3	3	5	2	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	1
3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	1
																													6
																													4
																													1
																													2
																													1

4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1
6	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	1	
7	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	9
8	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	
9	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	1	
11	5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	1	1		
12	3	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3	3	2	2	1	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	1	
13	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	1	
14	4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	1	
15	5	4	4	3	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	1	
16	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	

1 7	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	1 3 5
1 8	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	3	3	4	4	4	4	1 2 0	
1 9	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	1 1 7		
2 0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	1 1 2		
2 1	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1 0 4		
2 2	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	9 8		
2 3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	9 6		
2 4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	9 7		
2 5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1 2 1		
2 6	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	2	9 7		
2 7	3	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	8 5	
2 8	2	4	2	3	2	2	4	4	4	4	2	3	3	3	5	5	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	8 2	
2 9	3	3	1	2	4	2	5	4	4	2	2	3	2	3	5	2	3	1	3	2	2	3	2	4	2	1	1	3	7 4			
3 0	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	1 2 4			
3 1	3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	2	7 7		

3 2	2	3	1	2	3	2	4	2	4	2	2	3	2	4	4	4	2	3	5	3	4	2	2	4	2	2	3	2	7 8	
3 3	3	2	1	2	2	1	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	1	1	4	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1	6 3
3 4	3	4	1	2	3	1	2	4	5	4	2	5	2	4	4	4	2	3	3	3	4	1	1	4	1	1	1	3	7 7	
3 5	3	2	1	2	3	1	4	2	5	1	1	4	2	4	4	4	2	1	3	2	2	1	1	4	1	1	1	2	6 4	
3 6	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	1 1 9	
3 7	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	2	2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1 1 2	
3 8	4	2	4	4	2	1	1	5	4	1	2	5	2	3	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	2	1	2	7 4	
3 9	1	1	1	1	1	1	5	1	5	2	1	1	2	5	5	3	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	4	1	5 9	
4 0	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	1	5	1	5	1	1	4	1	1	1	3	8 7	
4 1	2	2	1	2	2	1	1	2	4	3	1	2	2	5	5	5	4	2	3	3	4	2	2	1	2	2	4	3	7 2	
4 2	3	2	2	3	2	1	4	3	5	2	3	2	3	4	4	4	3	2	4	2	4	2	2	1	2	2	4	4	7 9	
4 3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	3	1	4	1 0 6	
4 4	4	4	2	4	4	1	5	5	4	3	1	5	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	4	9 9	
4 5	2	2	2	2	4	3	5	4	5	3	2	3	2	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	9 9	
4 6	4	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1 2 4	
4 7	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	9 5

48	4	5	3	4	5	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	5	
49	3	3	2	3	2	1	5	3	4	3	2	5	3	4	5	3	2	2	3	4	3	2	2	4	2	2	4	2	1	2	8	0
50	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	1	2	2
51	4	3	3	4	4	1	5	3	2	4	2	4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	2	2	3	2	1	1	3	8	1		
52	2	1	1	2	2	1	4	3	5	2	2	4	2	5	2	4	1	1	3	1	4	1	1	3	1	1	1	1	3	6	3	
53	2	4	4	4	4	3	5	4	4	3	1	5	3	4	4	4	1	1	3	4	2	1	2	3	2	1	2	2	8	2		
54	5	4	3	5	4	2	4	5	5	4	3	5	2	3	2	5	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	5	5	1	0	4	
55	1	2	1	1	3	1	4	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	1	2	2	5	2	7	2		
56	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	2	4	5	4	3	3	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	9	8		
57	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	2	2	1	2	9	7		
58	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	1	9	
59	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	9	3	
60	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	9	3
61	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	9	9		
62	4	3	2	4	4	2	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	1	3	8	9		
63	2	3	1	2	3	2	3	3	4	2	2	4	3	2	2	4	2	1	5	4	2	2	2	1	1	4	4	4	7	4		

64	4	5	2	5	5	2	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	2	2	5	4	4	1	4	4	1	1	1	3	98	
65	2	2	1	3	3	2	4	2	4	2	1	2	1	3	4	4	1	1	4	2	4	1	3	2	2	2	2	3	67	
66	4	5	3	4	4	1	4	5	5	4	4	4	2	4	5	5	2	2	4	3	5	2	3	4	2	2	1	5	98	
67	2	1	1	2	2	1	4	3	4	2	1	2	2	4	2	2	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	4	1	57	
68	5	4	4	5	5	2	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	14	
69	5	4	5	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	1	1	4	1	5	1	1	1	1	1	1	4	92	
70	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	4	5	5	3	3	3	2	5	2	2	2	2	2	1	5	100	
71	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	124	
72	4	3	2	3	4	2	4	4	5	1	1	2	3	4	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2	1	1	4	4	80	
73	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	17	
74	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	88
75	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	88
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	12	
77	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	92	
78	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	14	



79	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	89	
80	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	85	
81	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	97	
82	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	91	
83	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	96	
84	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	94	
85	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	88	
86	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	88	
87	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	94	
88	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	115	
89	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	98	
90	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	118	
91	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95	
92	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	114
93	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	114

94	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	16	
95	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	99	
96	4	3	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	3	2	4	3	3	4	2	2	2	4	99	
97	4	5	5	4	5	1	5	4	4	5	4	4	2	5	5	5	3	3	2	4	2	3	3	2	2	4	4	5	104	
98	2	3	2	4	5	1	5	5	4	4	2	4	3	5	2	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	105	
99	2	4	1	2	4	3	2	4	4	2	4	5	5	5	5	4	2	2	4	4	3	2	2	4	2	4	1	4	90	
100	4	4	2	4	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	123	
101	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	2	2	4	3	4	2	2	3	2	2	1	5	95	
102	5	4	3	5	4	2	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	2	16	
103	4	3	2	2	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	2	3	4	3	2	2	2	2	4	4	1	4	95

**Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**



### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	15

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	52.0485	72.047	.772	.889
X1_2	52.0680	71.554	.781	.888
X1_3	52.6408	69.193	.748	.889
X1_4	52.2718	72.416	.739	.890
X2_1	52.0291	73.048	.711	.891
X2_2	52.9515	73.125	.545	.898
X2_3	51.6214	79.355	.397	.902
X2_4	51.8544	73.263	.707	.891
X3_1	51.5243	83.820	.154	.907
X3_2	52.1650	72.943	.707	.891
X3_3	52.5340	69.918	.767	.888
X4_1	51.9126	77.061	.528	.898
X4_2	52.5049	75.899	.500	.899
X4_3	51.8641	82.805	.193	.907
X4_4	51.6990	80.526	.316	.904

### Pengembangan Konsumen

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1_1	20.9126	22.747	.433	.882
Y1_2	21.5728	18.012	.787	.839
Y1_3	21.7961	17.380	.816	.834
Y1_4	21.1942	22.844	.478	.878
Y1_5	21.5825	19.912	.672	.855
Y1_6	21.0777	21.308	.579	.867
Y1_7	21.9806	17.274	.822	.833

Kinerja Operasional

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	103	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	103	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	6

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y2_1	15.3981	18.752	.844	.781
Y2_2	15.3495	23.014	.452	.855
Y2_3	15.6214	18.747	.862	.778
Y2_4	15.5825	18.599	.863	.777
Y2_5	15.6408	23.252	.320	.885
Y2_6	15.2233	21.842	.530	.842

### Data Uji

5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	3	4	116	
4	5	3	3	5	2	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	114	
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	121	
4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	110	
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	104	
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	125
4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	95	
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	132
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	138
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	118
5	4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	1	124	
3	5	4	3	5	3	5	4	5	5	3	3	2	2	1	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	104	
4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	106	
4	4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	116

5	4	4	3	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	117	
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	114
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	135
5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	5	3	3	4	4	120	
4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	117	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	112	
4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	104	
3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	98	
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	96	
3	4	2	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	97	
4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	121	
4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	2	2	3	2	2	2	2	97	
3	2	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	4	4	3	2	4	3	4	2	2	2	2	2	2	3	85	
2	4	2	3	2	2	4	4	4	2	3	3	3	5	5	3	2	3	4	3	3	2	2	2	2	2	4	2	82	
3	3	1	2	4	2	5	4	4	2	2	3	2	3	5	2	3	1	3	2	2	3	2	4	2	1	1	3	74	
4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	124	
3	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	2	2	3	4	2	77	
2	3	1	2	3	2	4	2	4	2	2	3	2	4	4	4	2	3	5	3	4	2	2	4	2	2	3	2	78	
3	2	1	2	2	1	4	2	4	3	2	3	2	4	4	4	1	1	4	2	4	1	1	1	1	1	1	2	63	
3	4	1	2	3	1	2	4	5	4	2	5	2	4	4	4	2	3	3	3	4	1	1	4	1	1	1	3	77	
3	2	1	2	3	1	4	2	5	1	1	4	2	4	4	4	2	1	3	2	2	1	1	4	1	1	1	2	64	
5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	119	
5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	2	2	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	112	
4	2	4	4	2	1	1	5	4	1	2	5	2	3	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	2	1	2	74	
1	1	1	1	1	1	5	1	5	2	1	1	2	5	5	3	3	2	3	2	3	1	1	1	1	1	4	1	59	
4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	1	5	1	5	1	1	4	1	1	1	3	87	
2	2	1	2	2	1	1	2	4	3	1	2	2	5	5	5	4	2	3	3	4	2	2	1	2	2	4	3	72	
3	2	2	3	2	1	4	3	5	2	3	2	3	4	4	4	3	2	4	2	4	2	2	1	2	2	4	4	79	

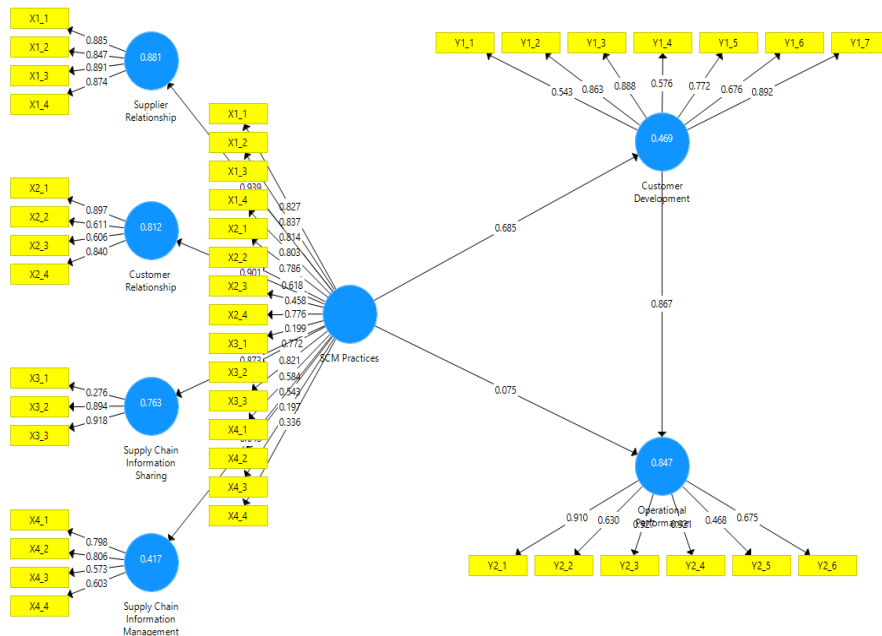
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	3	1	4	106	
4	4	2	4	4	1	5	5	4	3	1	5	4	5	5	5	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	4	99		
2	2	2	2	4	3	5	4	5	3	2	3	2	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	99		
4	4	3	4	5	3	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	124
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	95	
4	5	3	4	5	2	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	115	
3	3	2	3	2	1	5	3	4	3	2	5	3	4	5	3	2	2	3	4	3	2	2	4	2	2	1	2	80		
4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	122	
4	3	3	4	4	1	5	3	2	4	2	4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	2	2	3	2	1	1	3	81		
2	1	1	2	2	1	4	3	5	2	2	4	2	5	2	4	1	1	3	1	4	1	1	3	1	1	1	3	63		
2	4	4	4	4	3	5	4	4	3	1	5	3	4	4	4	1	1	3	4	2	1	2	3	2	1	2	2	82		
5	4	3	5	4	2	4	5	5	4	3	5	2	3	2	5	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	5	5	104	
1	2	1	1	3	1	4	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	4	2	3	4	1	2	2	5	2	72		
4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	2	4	5	4	3	3	3	4	4	2	2	4	2	2	1	3	98		
5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	3	4	4	2	3	3	4	2	2	2	3	4	2	2	1	2	97		
5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	93	
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	93
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
4	3	2	4	4	2	5	5	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	4	2	4	2	3	4	2	2	1	3	89		
2	3	1	2	3	2	3	3	4	2	2	4	3	2	2	4	2	1	5	4	2	2	2	1	1	4	4	4	74		
4	5	2	5	5	2	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	2	2	5	4	4	1	4	4	1	1	1	3	98		
2	2	1	3	3	2	4	2	4	2	1	2	1	3	4	4	1	1	4	2	4	1	3	2	2	2	2	3	67		
4	5	3	4	4	1	4	5	5	4	4	4	2	4	5	5	2	2	4	3	5	2	3	4	2	2	1	5	98		
2	1	1	2	2	1	4	3	4	2	1	2	2	4	2	2	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	4	1	57		
5	4	4	5	5	2	5	4	5	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	114
5	4	5	5	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	1	1	4	1	5	1	1	1	1	1	1	1	4	92	
4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	2	4	5	5	3	3	3	2	5	2	2	2	2	2	1	5	100		

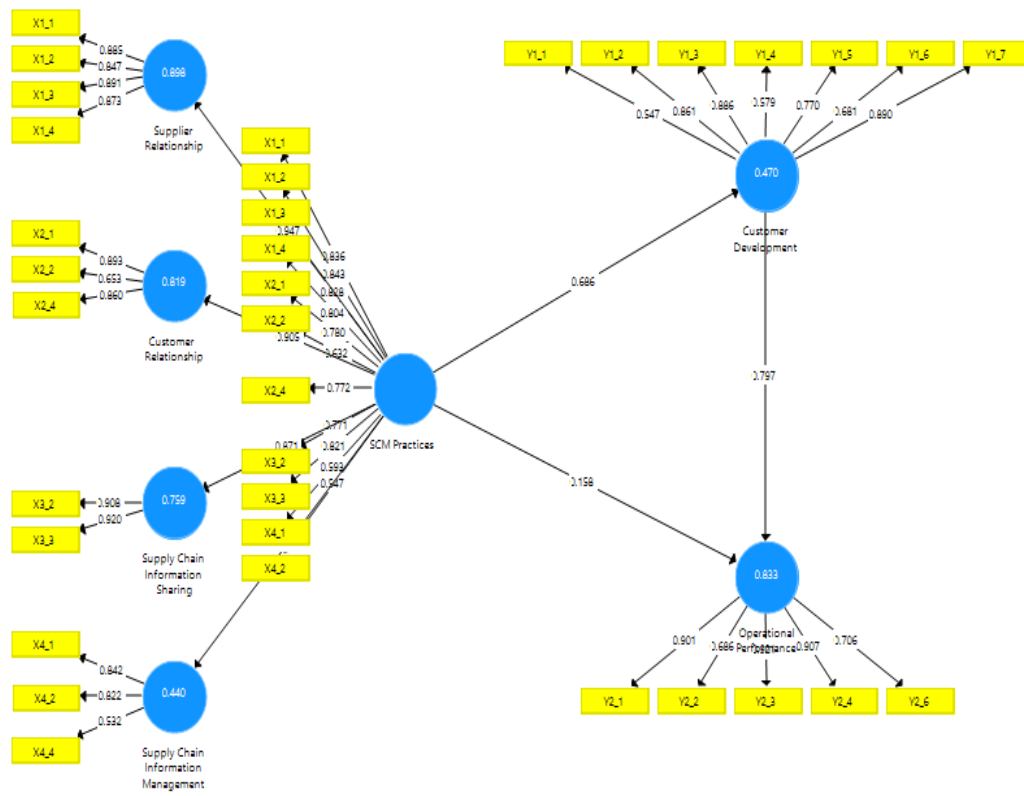


4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	124	
4	3	2	3	4	2	4	4	5	1	1	2	3	4	3	4	3	3	3	2	4	2	2	2	1	1	4	4	80	
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	88	
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	88	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	92	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	114	
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	89	
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	85	
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	97	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	3	2	91	
4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	96	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	94	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	88	
4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	88	
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	94	
4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	115
4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	98
5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	118
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	95
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	114	
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	114
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	116
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	99
4	3	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	3	2	4	3	3	4	2	2	2	4	99	
4	5	5	4	5	1	5	4	4	5	4	4	2	5	5	5	3	3	2	4	2	3	3	2	2	4	4	5	104	
2	3	2	4	5	1	5	5	4	4	2	4	3	5	2	5	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	105	

2	4	1	2	4	3	2	4	4	2	4	5	5	5	5	4	2	2	4	4	3	2	2	4	2	4	1	4	90	
4	4	2	4	5	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	123
4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	2	2	4	3	4	2	2	3	2	2	1	5	95	
5	4	3	5	4	2	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	2	5	116
4	3	2	2	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	2	3	4	3	2	2	2	4	4	1	4	95	

#### Lampiran 4. Uji *Outer Model* Awal dan Akhir





**Uji Validitas Konvergen Awal dan Akhir**

	CR	CD	OP	SCMP	SR	SCIM	SCIS
X1_1					0.885		
X1_1				0.827			
X1_2					0.847		
X1_2				0.837			
X1_3					0.891		
X1_3				0.814			
X1_4					0.874		
X1_4				0.803			

X2_1	0.897					
X2_1				0.786		
X2_2	0.611					
X2_2				0.618		
X2_3	0.606					
X2_3				0.458		
X2_4	0.840					
X2_4				0.776		
X3_1						0.276
X3_1				0.199		
X3_2				0.772		
X3_2						0.894
X3_3				0.821		
X3_3						0.918
X4_1						0.798
X4_1				0.584		
X4_2						0.806
X4_2				0.543		
X4_3						0.573
X4_3				0.197		
X4_4						0.603
X4_4				0.336		

Y1_1		0.543					
Y1_2		0.863					
Y1_3		0.888					
Y1_4		0.576					
Y1_5		0.772					
Y1_6		0.676					
Y1_7		0.892					
Y2_1			0.910				
Y2_2			0.630				
Y2_3			0.927				
Y2_4			0.921				
Y2_5			0.468				
Y2_6			0.675				

	CR	CD	OP	SCMP	SR	SCIM	SCIS
X1_1					0.885		
X1_1				0.836			
X1_2					0.847		
X1_2				0.843			
X1_3					0.891		
X1_3				0.828			
X1_4					0.873		

X1_4			0.805			
X2_1	0.897					
X2_1			0.780			
X2_2	0.622					
X2_2			0.632			
X2_3	0.584					
X2_4	0.843					
X2_4			0.772			
X3_2			0.772			
X3_2						0.909
X3_3			0.821			
X3_3						0.920
X4_1						0.842
X4_1			0.593			
X4_2						0.822
X4_2			0.546			
X4_4						0.532
Y1_1		0.547				
Y1_2		0.861				
Y1_3		0.886				
Y1_4		0.579				
Y1_5		0.770				

Y1_6		0.681					
Y1_7		0.890					
Y2_1			0.901				
Y2_2			0.686				
Y2_3			0.921				
Y2_4			0.907				
Y2_6			0.706				

#### Uji Validitas Diskriminan Awal dan Akhir

	CR	CD	OP	SCMP	SR	SCIM	SCIS
X1_1	0.657	0.506	0.518	0.827	0.885	0.498	0.674
X1_1	0.657	0.506	0.518	0.827	0.885	0.498	0.674
X1_2	0.726	0.615	0.590	0.837	0.847	0.499	0.683
X1_2	0.726	0.615	0.590	0.837	0.847	0.499	0.683
X1_3	0.668	0.568	0.552	0.814	0.891	0.381	0.675
X1_3	0.668	0.568	0.552	0.814	0.891	0.381	0.675
X1_4	0.680	0.440	0.426	0.803	0.874	0.420	0.630
X1_4	0.680	0.440	0.426	0.803	0.874	0.420	0.630
X2_1	0.897	0.617	0.654	0.786	0.692	0.330	0.655
X2_1	0.897	0.617	0.654	0.786	0.692	0.330	0.655
X2_2	0.611	0.529	0.495	0.618	0.550	0.380	0.519
X2_2	0.611	0.529	0.495	0.618	0.550	0.380	0.519

X2_3	0.606	0.279	0.243	0.458	0.348	0.181	0.394
X2_3	0.606	0.279	0.243	0.458	0.348	0.181	0.394
X2_4	0.840	0.531	0.602	0.776	0.681	0.429	0.637
X2_4	0.840	0.531	0.602	0.776	0.681	0.429	0.637
X3_1	0.240	0.259	0.208	0.199	0.152	-0.052	0.276
X3_1	0.240	0.259	0.208	0.199	0.152	-0.052	0.276
X3_2	0.659	0.585	0.494	0.772	0.677	0.391	0.894
X3_2	0.659	0.585	0.494	0.772	0.677	0.391	0.894
X3_3	0.693	0.568	0.541	0.821	0.717	0.475	0.918
X3_3	0.693	0.568	0.541	0.821	0.717	0.475	0.918
X4_1	0.428	0.232	0.259	0.584	0.509	0.798	0.397
X4_1	0.428	0.232	0.259	0.584	0.509	0.798	0.397
X4_2	0.387	0.421	0.377	0.543	0.428	0.806	0.393
X4_2	0.387	0.421	0.377	0.543	0.428	0.806	0.393
X4_3	0.088	0.041	0.021	0.197	0.084	0.573	0.138
X4_3	0.088	0.041	0.021	0.197	0.084	0.573	0.138
X4_4	0.220	0.142	0.149	0.336	0.242	0.603	0.245
X4_4	0.220	0.142	0.149	0.336	0.242	0.603	0.245
Y1_1	0.457	0.543	0.502	0.420	0.354	0.224	0.375
Y1_2	0.555	0.863	0.771	0.583	0.515	0.322	0.553
Y1_3	0.610	0.888	0.804	0.673	0.617	0.383	0.637
Y1_4	0.368	0.576	0.513	0.331	0.268	0.136	0.325



Y1_5	0.484	0.772	0.739	0.470	0.393	0.248	0.445
Y1_6	0.470	0.676	0.556	0.490	0.458	0.253	0.445
Y1_7	0.579	0.892	0.878	0.589	0.546	0.224	0.573
Y2_1	0.654	0.869	0.910	0.608	0.550	0.258	0.519
Y2_2	0.579	0.569	0.630	0.595	0.542	0.473	0.423
Y2_3	0.609	0.846	0.927	0.588	0.518	0.301	0.521
Y2_4	0.588	0.843	0.921	0.600	0.522	0.340	0.556
Y2_5	0.091	0.466	0.468	0.058	0.064	-0.134	0.092
Y2_6	0.603	0.565	0.675	0.545	0.487	0.230	0.466

	CR	CD	OP	SCMP	SR	SCIM	SCIS
X1_1	0.661	0.506	0.545	0.836	0.885	0.529	0.676
X1_1	0.661	0.506	0.545	0.836	0.885	0.529	0.676
X1_2	0.730	0.615	0.618	0.843	0.847	0.534	0.685
X1_2	0.730	0.615	0.618	0.843	0.847	0.534	0.685
X1_3	0.674	0.567	0.553	0.828	0.891	0.419	0.671
X1_3	0.674	0.567	0.553	0.828	0.891	0.419	0.671
X1_4	0.680	0.441	0.463	0.805	0.873	0.440	0.635
X1_4	0.680	0.441	0.463	0.805	0.873	0.440	0.635
X2_1	0.897	0.618	0.688	0.780	0.692	0.353	0.645
X2_1	0.897	0.618	0.688	0.780	0.692	0.353	0.645
X2_2	0.622	0.527	0.483	0.632	0.551	0.427	0.520

X2_2	0.622	0.527	0.483	0.632	0.551	0.427	0.520
X2_3	0.584	0.279	0.262	0.395	0.348	0.162	0.389
X2_4	0.843	0.532	0.641	0.772	0.680	0.451	0.621
X2_4	0.843	0.532	0.641	0.772	0.680	0.451	0.621
X3_2	0.658	0.585	0.510	0.772	0.677	0.407	0.909
X3_2	0.658	0.585	0.510	0.772	0.677	0.407	0.909
X3_3	0.697	0.568	0.567	0.821	0.717	0.495	0.920
X3_3	0.697	0.568	0.567	0.821	0.717	0.495	0.920
X4_1	0.433	0.233	0.316	0.593	0.509	0.842	0.412
X4_1	0.433	0.233	0.316	0.593	0.509	0.842	0.412
X4_2	0.393	0.420	0.378	0.546	0.428	0.822	0.421
X4_2	0.393	0.420	0.378	0.546	0.428	0.822	0.421
X4_4	0.219	0.143	0.181	0.276	0.242	0.532	0.244
Y1_1	0.456	0.547	0.520	0.406	0.353	0.212	0.358
Y1_2	0.559	0.861	0.745	0.581	0.515	0.342	0.536
Y1_3	0.616	0.886	0.783	0.676	0.617	0.410	0.626
Y1_4	0.371	0.579	0.515	0.336	0.268	0.172	0.304
Y1_5	0.488	0.770	0.720	0.475	0.393	0.275	0.434
Y1_6	0.473	0.681	0.577	0.487	0.457	0.257	0.432
Y1_7	0.583	0.890	0.856	0.598	0.546	0.258	0.567
Y2_1	0.656	0.869	0.901	0.609	0.550	0.300	0.514
Y2_2	0.583	0.570	0.686	0.594	0.542	0.508	0.417

Y2_3	0.616	0.845	0.921	0.595	0.518	0.323	0.514
Y2_4	0.596	0.842	0.907	0.611	0.522	0.365	0.548
Y2_6	0.605	0.567	0.706	0.539	0.487	0.224	0.451

### Uji Reliabilitas Awal dan Akhir

	Cronbach's Alpha	rho_A	CR	AVE
CR	0.729	0.772	0.833	0.563
CD	0.869	0.897	0.901	0.573
OP	0.851	0.902	0.896	0.601
SCMP	0.893	0.929	0.913	0.440
SR	0.897	0.897	0.928	0.764
SCIM	0.683	0.724	0.793	0.495
SCIS	0.577	0.791	0.773	0.573

	Cronbach's Alpha	rho_A	CR	AVE
CR	0.729	0.777	0.832	0.561
CD	0.869	0.895	0.901	0.573
OP	0.883	0.909	0.916	0.690
SCMP	0.922	0.930	0.935	0.570
SR	0.897	0.897	0.928	0.764

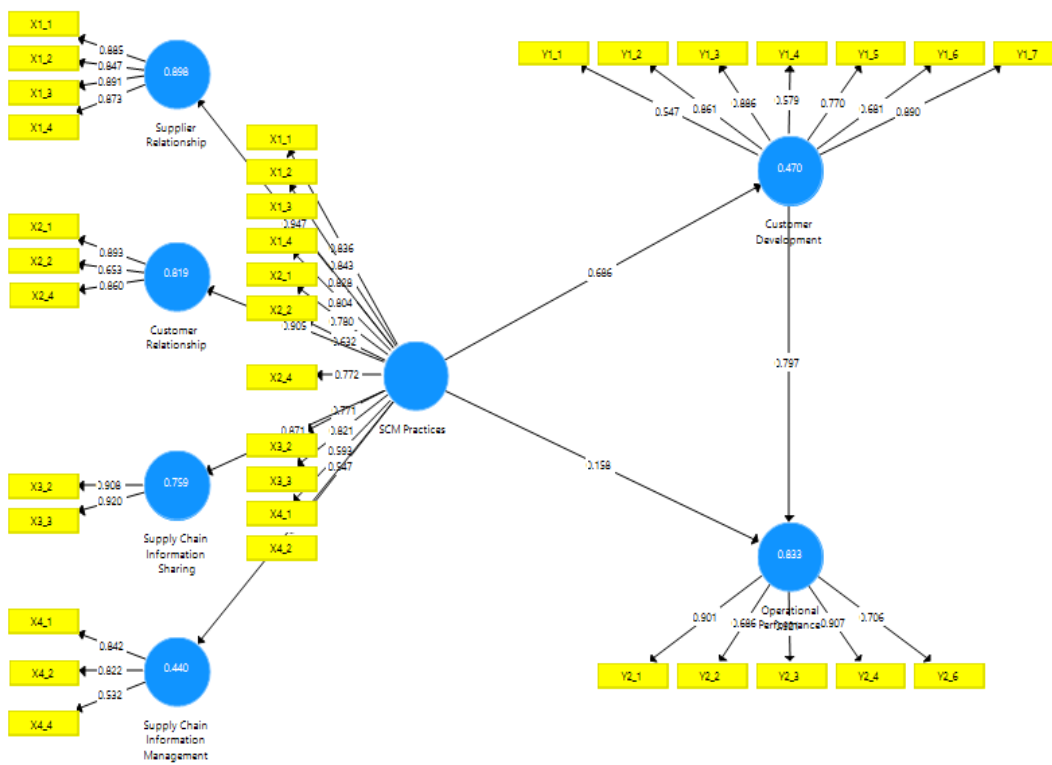
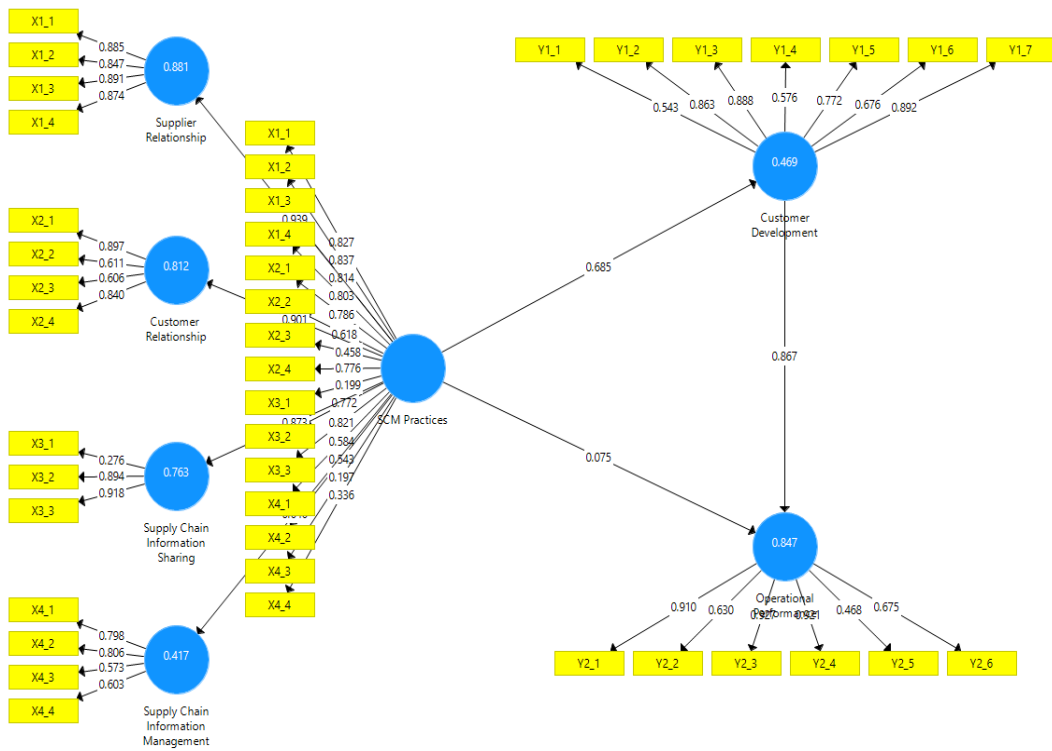
SCIM	0.603	0.673	0.783	0.556
SCIS	0.804	0.806	0.910	0.836

**Lampiran 5. Inner Model**

**Uji Model Struktural**

	R Square	R Square Adjusted
CD	0.470	0.465
OP	0.833	0.830

**Path Coefficient Bootstrapping Awal dan Akhir**



## Uji Signifikansi Awal dan Akhir

### *Direct Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
SCMP -> OP	0.158	0.152	0.059	2.679	0.008
SCMP -> CD	0.686	0.686	0.054	12.619	0.000
CD -> OP	0.797	0.803	0.047	17.023	0.000

### *Spesific Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Valu
SCMP -> CD -> OP	0.547	0.550	0.050	10.886	0.00

## Lampiran 6. Uji Hipotesis

Hipotesis	Keterangan
<b>H1:</b> <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Development</i> .	Signifikan ( <b>Ho Ditolak</b> )
<b>H2:</b> <i>Supply Chain Management</i> berpengaruh positif terhadap <i>Operational Performance</i> .	Signifikan ( <b>Ho Ditolak</b> )
<b>H3:</b> <i>Customer Development</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>Operational Performance</i> .	Signifikan ( <b>Ho Ditolak</b> )
<b>H4:</b> <i>Customer Development</i> secara positif memediasi pengaruh <i>Supply Chain Management Practices</i> terhadap <i>Operational Performance</i> .	Signifikan ( <b>Ho Ditolak</b> )



## Lampiran 7 Pangkalan LPG







