

Model konseptual loyalitas pemasok dengan hubungan pembeli-pemasok sebagai mediasi = Conceptual modelling of supplier loyalty with buyer-supplier relationship as mediation

Fadhillah Fairuzzahira, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504792&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pemasok (supplier) adalah aset yang sangat berharga, tidak hanya di mana perusahaan mendapatkan bahan baku yang dibutuhkan tetapi juga sumber informasi yang dapat membantu perusahaan. Loyalitas dari pemasok (supplier loyalty) adalah kunci penting dalam produktivitas perusahaan. Fokus pada bagaimana pemasok dapat loyal

pada manufaktur dengan hubungan pembeli-pemasok (buyer-supplier relationship) sebagai mediasi.

Penelitian ini bertujuan untuk memodelkan faktor-faktor penting dalam buyer-supplier relationship untuk mencapai loyalitas pemasok, yaitu komunikasi, pembayaran, logistik dan kepercayaan.

Sampel diambil dari pemasok bahan baku yang melakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengukuran dalam bentuk beberapa pertanyaan yang didistribusikan kepada 112 responden yang mewakili masing-masing perusahaan. Penelitian ini menggunakan pemodelan persamaan struktural berbasis komponen atau varians dimana dalam mengolah data menggunakan partial least square (Smart-PLS) yang merupakan metode Variance Based SEM.

Analisis data telah dilakukan dari tahap konseptualisasi model untuk menguji hipotesis penelitian. Hasil analisis dapat menunjukkan bagaimana peran mediasi dilakukan oleh hubungan pembeli-pemasok dalam komunikasi, pembayaran, logistik, kepercayaan, dan hubungan loyalitas pemasok. Dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dari tiga belas hipotesis yang diuji, tujuh hipotesis diterima dan enam hipotesis ditolak.

ABSTRACT

Supplier is a very valuable asset, not only where the company gets the raw materials needed but also sources of information that can help the company. Loyalty from suppliers is an important key in company productivity. Focus on how supplier can be loyal to a manufacture with buyer-supplier relationship as mediation. This study aims to model the

important factors in buyer-supplier relationship (BSR) to achieve the supplier loyalty, there are communication, payments, logistics and trust.

Sampling are taken from supplier of raw material conducting by using questionnaires as an measurement instrument in the form of several questions distributed to 112 respondents representing each company. This research uses component or variance based structural equation modeling where in processing data using partial least square (Smart-PLS) version 3.0 PLS (Partial Least Square) is a method of Variance Based SEM.

Data analysis has been carried out from the conceptualization stage of the model to testing the research hypothesis. The results of the analysis can show how the mediating role carried out by buyer-supplier relationships in communications, payments, logistics, trust and supplier loyalty relationships. From the results of testing the hypothesis shows that of the thirteen hypotheses tested, seven hypotheses were accepted and six hypotheses were rejected.