

# LAPORAN PENELITIAN



## **ANALISIS PENGARUH *SUPPLY CHAIN INTEGRATION*, PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DENGAN KEUNGGULAN BERSAING SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**( Studi Kasus Pada Perusahaan Freight Forwarding Di Semarang )**

**Tim Peneliti :**

**Lisda Rahmasari SE,M.M**

**Mariana Kristiyanti, S.Kom.M.M**

**DIBIYAI OLEH :**

**SEKOLAH TINGGI MARITIM DAN TRANSPOR “AMNI”  
(STIMART “AMNI”) SEMARANG**

**SEPTEMBER , 2018**

**LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN  
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

1. a. Judul Penelitian : Analisis Pengaruh *Supply Chain Integration* , Penerapan Teknologi Informasi dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening ( Studi Kasus pada Freight Forwarding di Semarang )
- b. Kategori Penelitian : Manajemen
2. Ketua Peneliti
- a. Nama lengkap dan gelar : Lida Rahmasari, SE,MM
- b. Jenis kelamin : Perempuan
- c. Pangkat/gol/NRP : IIIID/
- d. NRP/NIDN/NIAK : 18273/0614087601
- e. Jabatan Fungsional : Lektor
- f. Fakultas/Prodi : Ekonomi/Manajemen
- g. Universitas : STIMART " AMNI " Semarang
- h. Bidang Ilmu yang diteliti : Manajemen
3. Jumlah Tim Peneliti : 2 (dua) orang
4. Lokasi Penelitian : Freight Forwarding di Semarang
5. Jangka Waktu Penelitian : 3 ( tiga ) bulan
6. Biaya yang dibelanjakan : Rp 3.000.000,-

Semarang, September 2018



Mengetahui,  
Ketua Program Studi

( Drs. Suryanto, MM )  
NIDN. 0015055401

Ketua Peneliti

(Lida Rahmasari SE,MM)  
NIDN. 0614087601

Menyetujui  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat

( Mariana Kristiyanti, S.Kom,MM )  
NIDN. 0618127501

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *supply chain integration*, teknologi informasi dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Freight Forwarding di Semarang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 perusahaan. Pengumpulan data dilakukan dengan angket, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan program spss versi 17 for window. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Supply chain integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai probability  $0.00 < 0.05$  ; 2) Penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai probability  $0,01 < 0,05$ ; 3) Inovasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan nilai probability  $0,06 > 0,05$ . Dan diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 71 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 71% keunggulan bersaing dipengaruhi oleh *supply chain integration*, teknologi informasi dan inovasi sedangkan sisanya 29 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Supply chain integration* , teknologi informasi , inovasi , keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	1
LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN .....	2
ABSTRAKSI .....	3
BAB I PENDAHULUAN .....	5
BAB II STUDI PUSTAKA .....	9
2.1 Keunggulan Bersaing .....	9
2.2 Supply Chain Integration .....	10
2.3 Penerapan TI.....	12
2.4 Inovasi .....	13
2.5 Kinerja Perusahaan .....	14
2.6 Hipotesa .....	15
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT .....	16
3.1 Tujuan Penelitian .....	15
3.2 Manfaat Penelitian .....	15
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN .....	16
4.1 Jenis dan Sumber Data .....	16
4.2 Metode Pengumpulan Data .....	16
4.3 Populasi dan Sampel .....	17
4.4 Definisi Operasional Variabel .....	17
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	20
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....	25
5.1 Analisis Kualitas Data .....	25
5.2 Analisa Regresi Berganda .....	27
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....	30
6.1 Kesimpulan .....	30
6.2 Saran .....	31

## DAFTAR PUSTAKA

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Industri logistik merupakan salah satu industri jasa terbesar di Indonesia. Investasi untuk jasa kurir saja sudah menyentuh angka Rp50 triliun. Untuk tahun 2018 ini, ASPERINDO (Asosiasi Perusahaan Jasa Pengiriman Ekspres Indonesia) memprediksi industri logistik akan meningkat lebih dari 15% dibanding tahun 2017. ALI (Asosiasi Logistik Indonesia) memprediksi, industri logistik setidaknya akan tumbuh 10% di tahun 2018. Menurut laporan Ken Research yang berjudul "Logistik dan Pergudangan Indonesia Menurut Sektor (Freight Forwarding, Warehousing, VAS), oleh Domestic and International Services–Outlook to 2021", CAGR di pasar Logistik Indonesia diprediksi mencapai 7,9% dalam 5 tahun ke depan hingga 2021. Freight Forwarding menjadi segmen dengan pertumbuhan tercepat dengan perkiraan CAGR sebesar 9,2%. (<https://ekbis.sindonews.com> ).

Pandangan para ahli tentang prospek bisnis dibidang logistik adalah terdapat peningkatan pertumbuhan industri logistik yang diperkirakan naik 15-20% per tahun, tapi kenyataannya tidak semua pengusaha dibidang logistik menikmati pertumbuhan tersebut terutama pada segmen logistik freight forwarding, khususnya yang hanya fokus pada jasa kepabeanan atau *custom clearance* (<https://swa.co.id>). Besarnya pasar logistik ini menarik pebisnis asing untuk datang dan berkompetisi di Indonesia. Oleh karena itu perusahaan nasional harus meningkatkan kemampuannya agar dapat bersaing.

Salah satu indikator dari penilaian terhadap kesuksesan suatu perusahaan adalah kemampuan dalam mempertahankan eksistensinya. Artinya, perusahaan perlu mempunyai nilai tambah atau keunggulan bersaing dari perusahaan-perusahaan sejenis atau pesaingnya. Keunggulan bersaing merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan, keinginan, kebutuhan, pendapatan dan kemauan pengguna jasa . Apabila kondisi persaingan rendah atau bahkan tidak ada persaingan, maka produk tersebut belum dibutuhkan perusahaan. Sebaliknya, apabila tingkat persaingan semakin tinggi, maka produk tersebut menjadi semakin penting di dalam perusahaan.

*Supply chain integration* menitikberatkan pada hubungan antara supplier, customer, dan perusahaan itu sendiri, harus dikelola dengan baik. Bagaimana agar supplier ikut bertanggungjawab terhadap kualitas produk, hubungan yang baik dan jangka panjang dengan supplier dan customer, serta agar distribusi produk dari hulu ke hilir tepat pada waktunya sampai ke pengguna akhir. ( Lisda, 2011)

Pesaing menjadikan perusahaan menggunakan teknologi informasi untuk melakukan penetrasi pasar kepada kompetitor usaha dengan cara diferensiasi produk atau jasa . Penerapan teknologi informasi dapat menjadi salah satu langkah untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Teknologi informasi memberikan kemudahan bagi konsumen atau calon konsumen untuk dapat mengakses informasi dimanapun dan kapanpun, keuntungan lain juga didapat ketika perusahaan dapat memantau apa saja perubahan atau strategi yang dilakukan pelaku usaha sejenis kepada perusahaannya . Teknologi informasi digunakan perusahaan untuk melakukan pemantauan kegiatan pesaing, teknologi informasi juga dapat berfungsi sebagai tambahan informasi kepada perusahaan mengenai hal baik apa saja yang belum dilakukan perusahaan untuk menambah daya saingnya di pasar. Hal ini juga dilakukan oleh perusahaan yang berada di negara berkembang

dimana mereka memonitor inovasi yang dilakukan oleh perusahaan di negara maju dalam menambah nilai jual akan hasil produknya (Kaisar, 2015). Inti dari fungsi teknologi informasi adalah terciptanya efisiensi untuk mengurangi pemborosan yang dilakukan oleh perusahaan . Penerapan teknologi informasi pada akhirnya menghasilkan beberapa hasil karya yang dinikmati kemudian menghasilkan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Keunggulan bersaing yang telah diraih perusahaan seharusnya dapat terus dipertahankan karena dengan adanya keunggulan makin banyak pesaing yang memperhatikan titik lemah perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus terus konsisten dalam menjaga keunggulannya (Kaisar, 2015).

Keunggulan bersaing dapat dilihat melalui inovasi jasa yang dapat diciptakan perusahaan dengan memberikan fasilitas pelayanan yang diberikan sehingga dapat menampung segala macam keluhan atau saran yang ditujukan konsumen untuk perusahaan demi perbaikan menuju yang lebih berkualitas. Strategi inovasi yang baik menjadi kunci kesuksesan bagi perusahaan untuk dapat menjadi yang terdepan dengan adanya antisipasi dalam persaingan pasar (Kaisar, 2015). Strategi inovasi dapat memberikan layanan yang maksimal, meminimalisir komplain dan menjalin hubungan jangka panjang kepada pelanggan merupakan inti dalam bisnis jasa freight forwarding dan menjadi tugas perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaannya. Changkaew et.al dalam penelitian Ela (2015) inovasi layanan adalah bentuk dari layanan baru yang diberikan perusahaan, metode kerja baru yang diterapkan perusahaan serta penggunaan teknologi yang mengikuti perkembangan zaman yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan konsumen. Teknologi yang digunakan dengan mengikuti perkembangan akan mempercepat layanan yang diberikan kepada konsumen. Sedangkan menurut Delafrooz et.al (dalam penelitian Ela (2015) inovasi layanan adalah kegiatan baru yang dilakukan perusahaan yang menghasilkan layanan baru prosedur baru atau proses

darimeningkatkan nilai tambah bagi jasa yang diberikan perusahaan. Dengan adanya inovasi yang dilakukan perusahaan akan meningkatkan kinerja dari perusahaan.

Dari latar belakang diatas untuk meningkatkan keunggulan bersaing maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *Supply Chain Integration*, Penerapan Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening “.



## **BAB II**

### **STUDI PUSTAKA**

#### **2.1 Keunggulan Bersaing**

Perusahaan mempunyai keuntungan bersaing jika perusahaan melaksanakan strategi penciptaan nilai yang pada prosesnya akan menghasilkan tenaga-tenaga profesional. Akhirnya, hasil kinerja yang unggul mencerminkan keunggulan bersaing . Keunggulan bersaing merupakan keuntungan lebih dari pesaing yang diperoleh dengan menawarkan konsumen nilai yang lebih unggul, baik dengan cara harga yang terjangkau atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar dan layanan dari harga ( Porter ,2001). Keunggulan bersaing mempunyai tiga dimensi yaitu biaya, diferensiasi dan fokus dengan pesaing. Porter menjelaskan bahwa diferensiasi menghasilkan sebuah biaya lebih rendah dibandingkan dengan pesaing. Diferensiasi adalah satu cara untuk meraih keunggulan bersaing. Biasanya, hal ini berasal dari organisasi skala besar mengembangkan efisiensi mereka karena pengalaman berulang mereka dari proyek yang dikerjakan atau menggunakan kekuasaan mereka untuk meningkatkan biaya yang lebih rendah. Indikator dari keunggulan bersaing adalah keunggulan harga, keunggulan produk dan keunggulan layanan.

Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para konsumennya . Pelanggan umumnya lebih memilih untuk membeli produk yang memiliki keunggulan atau kelebihan dari yang diinginkan atau diharapkannya. Namun demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk atau jasa akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk atau jasa tersebut sesuai

dengan nilai yang ditawarkannya. Hal ini didukung oleh pendapat Styagraha ( 2017 ) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya dan nilai tersebut memang mendatangkan manfaat bagi pelanggan. Beberapa indikator atau dimensi yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing adalah keunikan, jarang dijumpai, tidak mudah ditiru, tidak mudah diganti, dan harga bersaing. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan yang memadukan nilai seni dengan selera pelanggan. Harga bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan harga produknya dengan harga umum di pasaran. Tidak mudah dijumpai berarti keberadaannya langka dalam persaingan yang saat ini dilakukan. Tidak mudah ditiru berarti dapat ditirudengan tidak sempurna. Sulit digantikan berarti tidak memiliki substitusi atau pengganti yang sama.

## ***2.2 Supply Chain Integration***

*Supply Chain Management* juga bisa diartikan jaringan organisasi yang menyangkut hubungan ke hulu (*upstream*) dan ke hilir (*downstream*), dan menghasilkan nilai dalam bentuk barang/jasa di tangan pelanggan terakhir (*ultimate customer/end user*). (Lisda, 2011)

Stevens dalam penelitian Wahyu ( 2017 ) mengklasifikasikan integrasi rantai pasok kedalam tiga tingkatan, dari integrasi fungsional , integrasi internal dan integrasi eksternal. Integrasi internal didefinisikan sebagai suatu proses antarfungsional interaksi, kolaborasi, koordinasi, komunikasi dan kerjasama yang membawa bidang fungsional bersama-sama menjadi sebuah organisasi yang kohesif. Selain itu, mitra rantai pasok yang bertukar informasi secara teratur dapat Perusahaan yang berada dalam *supply chain* pada intinya memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan

kualitas yang bagus. Supply chain yang terintegrasi akan meningkatkan keseluruhan nilai yang dihasilkan oleh supply chain tersebut. Perusahaan yang berada dalam supply chain pada intinya memuaskan konsumen dengan bekerja sama membuat produk yang murah, mengirimkan tepat waktu dan dengan kualitas yang bagus . ( Lisda, 2011 ). Lu (2011) menjelaskan bahwa ada beberapa karakteristik kunci yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan rantai pasok. Pertama, rantai pasok terbentuk dan hanya dapat dibentuk jika ada lebih dari satu aktor (individu atau perusahaan) yang terlibat, Kedua, perusahaan yang ikut berpartisipasi dalam rantai pasok biasanya tidak termasuk bisnis yang sama kepemilikan, dan karenanya ada kebebasan di antara kedua perusahaan yang berpartisipasi. Ketiga, perusahaan yang ikut berpartisipasi ini saling terhubung pada komitmen bersama untuk menambah nilai dari aliran material yang berjalan melalui rantai pasok. Keempat, rantai pasok hanya sepanjang dari pemasok bahan baku hingga ke pengecer, dan konsumen tidak termasuk aktor dari rantai pasok. Indikator dari *Supply Chain Integration* , meliputi:

1. Integrasi Internal
2. Integrasi Pelanggan
3. Integrasi Pemasok

### **2.3 Penerapan Teknologi Informasi**

Teknologi informasi adalah proses pertukaran data dan pesan tanpa adanya kendala ruang dan waktu. Teknologi informasi diartikan sebagai seperangkat alat yang berbeda meliputi hardware, teori informasi, jaringan data, *workstation* dan kecerdasan buatan (robotika), bahwa penggunaan informasi tersebut sebagai proses sistematis yang digunakan untuk melaksanakan sebuah kegiatan (Kaisar 2015). Teknologi informasi tidak hanya berhubungan dengan teknologi komputer dan bukan hanya untuk mengolah data atau memperoleh informasi, tetapi juga untuk memperbaiki cara berkomunikasi. Teknologi informasi juga dapat didefinisikan sebagai bentuk teknologi yang dibuat meliputi segala bentuk teknologi yang terlibat dalam menangkap, memanipulasi, berkomunikasi, menyajikan dan menggunakan data. Oleh karena itu teknologi informasi menyangkut segalanya mengenai hardware ataupun software, perangkat peripheral yang melekat pada computer, perangkat komunikasi, jaringan yang menghubungkan internet dan fotocopy, mesin faksimili, telpon seluler, terkait perangkat nirkabel yang dikendalikan mesin pabrik, robot, dan perekam video, (Anisa, 2015). Teknologi informasi juga dapat didefinisikan sebagai perangkat atau proses yang memediasi atau menjembatani komunikasi orang yang satu ke orang yang lainya sehingga segala bentuk komunikasi yang ada dapat tersampaikan dengan baik. Bidang teknologi informasi meliputi berbagai metode dan alat termasuk analisis system dan desain metodologi, alat pemrograman dan metodologi, perangkat keras komputer, perangkat lunak computer, teknologi penyimpanan, teknologi telekomunikasi (internet), dan system informasi yang terintegrasi dimana mengabungkan semua elemen yang tersebut diatas kedalam suatu system. Oleh karena itu teknologi informasi alat yang terbaik dalam mendeteksi masalah-masalah yang terjadi di masyarakat ( Kaisar, 2015 ). Indikator dari teknologi antara lain kecanggihan, kemanfaatan dan efektivitas.

## **2.4 Inovasi**

Inovasi secara konvensional diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Inovasi juga sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran baru, gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan (Kusumo , 2006). Inovasi merupakan pengenalan sesuatu hal yang baru sebagai wujud keberhasilan suatu hal yang baru tersebut yang menjadikan sesuatu menjadi lebih baik. Inovasi juga dapat dinyatakan sebagai perwujudan, kombinasi, atau sintesis ilmu pengetahuan yang asli, relevan, produk yang bernilai baru, sebuah proses, atau jasa. Inovasi biasanya melibatkan kreativitas, namun keduanya tidak identik. Inovasi melibatkan tindakan atau ide-ide kreatif untuk membuat beberapa perbedaan secara spesifik dan nyata dalam domain dimana inovasi dibuat. Inovasi juga memuat transformasi suatu ilmu pengetahuan menjadi produk yang baru, yang bisa diproses juga dalam bentuk jasa guna memenuhi kebutuhan dari pelanggan. Inovasi juga meliputi proses teknis, fisik, dan pengetahuan yang bertujuan utama untuk mengembangkan produk. Sedangkan inovasi bermanfaat dalam perusahaan untuk menciptakan nilai proposisi baru melalui rangkaian kegiatan seperti menawarkan produk atau jasa baru, mengadopsi praktik organisasi dan operasional baru, memberi solusi terhadap teknologi atau menciptakan keterampilan baru dan kompetensi, inovasi juga dapat mendorong keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk secara efektif mewujudkan, menguasai dan meningkatkan teknologi yang sudah ada, dan untuk menciptakan sesuatu yang baru (Kusumo , 2006). Inovasi merupakan proses menciptakan produk komersial

dari suatu penemuan. Manfaat dari suatu inovasi yang paling khas adalah memberikan pengetahuan, membangun suatu merek, membangun suatu wadah baru dalam bentuk komunitas yang baru, dan membuat suatu budaya baru. Alasan beberapa perusahaan melakukan inovasi adalah karena dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan, inovasi yang menghasikan produk atau jasa dengan biaya rendah atau inovasi yang memberikan diferensiasi pada produk sehingga memberikan harga yang lebih untuk tambahan biaya diferensiasi tersebut. Keberhasilan inovasi terjadi jika produk diterima dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan proses inovasi dapat dilihat ketika rangkaian adopsi dari suatu hal yang sudah ada kemudian dilakukan diferensiasi sehingga tercipta hal yang lebih baru yang nilai dan manfaatnya dirasakan lebih. Dengan demikian, inovasi dapat dijadikan sebagai sumber dari keunggulan bersaing perusahaan. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai inovasi adalah daya kreatifitas, inovasi teknis, perubahan desain, perubahan system distribusi, dan sistem administrasi pembayaran. Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk. Perubahan desain adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk sesuai keinginan pelanggan. Daya kreatifitas adalah kemampuan perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan gagasan baru. ( Lisda, 2009 ).

## **2.5 Kinerja Perusahaan**

Kinerja perusahaan merupakan gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mencapai sasaran, tujuan, misi dan visi perusahaan yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Kinerja perusahaan dapat diukur dari *profitability*, tingkat pengembalian investasi (ROI), pencapaian utama perusahaan, pertumbuhan, inovasi, dan tingkat pengembalian asset (ROA/ROE). Dalam hal ini kinerja

perusahaan yang diukur dengan ROA/ROE adalah sebagai ukuran kinerja operasional perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Sedangkan profitabilitas dimaksudkan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan untuk mengetahui seberapa jauh perusahaan dikelola secara efisien dan efektif. Jika dilihat dari persepsi manajer mengenai profitabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai pengukur kinerja yang baik (Regina dan Devie, 2013). Penilaian kinerja perusahaan mempunyai tujuan untuk menentukan efektivitas operasional perusahaan.

Kinerja non-keuangan adalah mengukur kinerja dengan menggunakan satuan pengukuran non-keuangan. Informasi yang digunakan dalam mengukur kinerja keuangan adalah informasi keuangan, akuntansi manajemen informasi, dan informasi akuntansi keuangan seperti laba sebelum pajak, laba atas investasi, dan sebagainya. Indikator dari kinerja perusahaan antara lain produktivitas, profitabilitas dan pertumbuhan pangsa pasar.

## **2.6 Hipotesis**

Berdasarkan telaah pustaka dan model pemikiran teoritis, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H1: *Supply chain integration* berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing
- H2: Penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
- H3: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing
- H4: Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan

## **BAB III**

### **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *supply chain integration* terhadap keunggulan bersaing.
2. Untuk mengetahui pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing
4. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan

#### **3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi penulis adalah salah satu bentuk tanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan tridharma perguruan tinggi.
2. Bagi instansi dapat mempercepat tercapainya tujuan perusahaan dan mengetahui faktor utama apakah yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan tersebut.
3. Bagi STIMART “ AMNI “ menambah literatur bacaan bagi perpustakaan
4. Bagi pembaca menambah wawasan agar lebih luas dan menambah informasi.



## **BAB IV**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder , data primer yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan baik melalui wawancara dengan pihak terkait, kuisisioner, atau observasi langsung , sedangkan data sekunder yaitu data yang telah diolah dan diperoleh dari instansi maupun pihak-pihak terkait.

#### **4.2 Metode Pengumpulan Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, dilakukan menggunakan teknik :

- Wawancara bebas yaitu teknik untuk memperoleh informasi dengan melengkapi data melalui wawancara kepada pihak-pihak terkait, baik itu pihak pemerintah, swasta, dan masyarakat.
- Observasi yaitu teknik yang digunakan untuk melengkapi data dengan melihat dan mencermati secara langsung obyek yang akan diteliti.
- Metode dokumentasi yaitu teknik dengan menelaah dokumen dan laporan yang berasal dari data sekunder yang berhubungan dengan tujuan penelitian.
- Kuisisioner merupakan teknik mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada setiap responden berdasarkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **4.3 Populasi dan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan Freight Forwarding di Semarang . Sedangkan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini hanyalah 100 perusahaan yang dianggap telah mewakili dari keseluruhan populasi.

### **4.4 Definisi Operasional Variabel**

#### *4.4.1 Supply Chain Integration*

Wahyu ( 2017 ) mengklasifikasikan integrasi rantai pasok kedalam tiga tingkatan, dari integrasi fungsional , integrasi internal dan integrasi eksternal. Integrasi internal didefinisikan sebagai suatu proses antar fungsional interaksi, kolaborasi, koordinasi, komunikasi dan kerjasama yang membawa bidang fungsional bersama-sama menjadi sebuah organisasi yang kohesif. Adapun indikatornya antara lain :

1. Integrasi Internal
2. Integrasi Pelanggan
3. Integrasi Pemasok

#### *4.4.2 Penerapan Teknologi Informasi*

Teknologi informasi adalah proses pertukaran data dan pesan tanpa kendala ruang dan waktu. Teknologi informasi diartikan sebagai seperangkat alat yang berbeda meliputi hardware, teori informasi, jaringan data, *workstation* dan kecerdasan buatan (robotika), bahwa penggunaan informasi tersebut sebagai proses sistematis yang digunakan untuk melaksanakan sebuah kegiatan (Kaisar 2015). Indikatornya adalah:

1. Kecanggihan
2. Kemanfaatan
3. Efektifitas

#### 4.4.3 Inovasi

Inovasi secara konvensional diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk baru. Inovasi didefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang menjelaskan tentang penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Adapun indikatornya antara lain :

1. Penggunaan teknologi
2. Interaksi dengan konsumen
3. Pengembangan layanan baru

#### 4.4.4 Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing merupakan keuntungan lebih dari pesaing yang diperoleh dengan menawarkan konsumen nilai yang lebih besar, baik dengan cara harga yang lebih rendah atau dengan memberikan manfaat yang lebih besar dan layanan yang membenarkan harga yang lebih tinggi, Porter (2001). Adapun indikatornya antara lain :

1. Keunikan,
2. Tidak mudah ditiru,
3. Tidak mudah diganti

#### 4.4.5 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan merupakan gambaran mengenai tingkat penyesuaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi perusahaan yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu perusahaan (Regina dan Devie, 2013). Adapun indikatornya antara lain :

1. Produktivitas
2. Profitabilitas
3. Pertumbuhan pangsa pasar .

### 4.5 Uji Asumsi Klasik

#### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, salah satu cara termudah untuk melihat normalitas adalah melihat tabel histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusinormal. Namun demikian dengan hanya melihat histogram hal ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sample yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. (Ghozali, 2001).

#### 4.5.2 Uji Multikolonieritas

Multikolonieritas berarti menunjukkan adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Menurut Ghozali (2001) multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregresi terhadap variabel bebas lainnya/tidak terjadi korelasi diantara variabel independennya. Menurut Santoso (2001) jika  $VIF > 5$ , maka variabel tersebut mempunyai persoalan dengan variabel lainnya.

#### 4.5.4. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2001) juga berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi adanya Heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik, di mana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*studentized* (Santoso, 2000). Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas atau yang terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Cara menganalisis asumsi heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana :

- Jika penyebaran data pada scatterplot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heterosdastisitas.
- Jika penyebaran data pada scatterplot tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heterosdastisitas.

#### **4.5.4. Uji Autokorelasi**

Uji Autokoelasi dalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode  $t$  dengan periode sebelumnya ( $t - 1$ ). Secara sederhana adalah analisis regresi bertujuan melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Model regresi pada penelitian di Bursa Efek Indonesia di mana periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson, uji dengan Run Test dan jika data observasi di atas 100 data sebaiknya menggunakan uji Lagrange Multiplier. Beberapa cara untuk menanggulangi masalah autokorelasi adalah dengan mentransformasikan data atau bisa juga dengan mengubah model regresi ke dalam bentuk persamaan beda umum (*generalized difference equation*). Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasukkan variabel lag dari variabel terikatnya menjadi salah satu variabel bebas, sehingga data observasi menjadi berkurang 1.

#### 4.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Alat uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda (*multiple regression*) untuk mengetahui pengaruh *supply chain intergration*, penerapan teknologi informasi dan inovasi dengan variabel keunggulan bersaing dan variabel kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini, signifikansi yang ditetapkan sebesar 5% ( $\alpha = 0.05$ ).

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y_1$  = Keunggulan bersaing

$Y_2$  = Kinerja perusahaan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

$X_1$  = *Supply Chain Intergration*

$X_2$  = Penerapan TI

$X_3$  = Inovasi

e = Variabel pengganggu (*Disturbance error*)

#### 4.5.6 Pengujian Secara Parsial (Uji t-test)

Uji t-test adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Langkah-langkah pengujiannya:

1. Menentukan formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

$H_0$  : tidak ada pengaruh antara variabel *supply chain intergration*, penerapan teknologi informasi dan inovasi dengan variabel keunggulan bersaing.

Ha : ada pengaruh antara *supply chain intergration*, penerapan teknologi informasi dan inovasi dengan variabel keunggulan bersaing.

2. Level of signifikan ( $\alpha = 0,05$ )

Sampel n = jumlah sampel

t tabel = t ( $\alpha / 2$ , n-k)

3. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis.

a. Jika nilai sig < 0,05 dan nilai  $\beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$  maka H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> diterima.

b. Jika nilai sig  $\geq 0,05$  dan nilai  $\beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$  maka H<sub>1</sub>, H<sub>2</sub>, H<sub>3</sub> ditolak.

#### 4.5.7 Pengujian Secara Simultan (Uji F-test)

Uji F-test dilakukan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Uji F-test dilakukan sebelum uji hipotesis agar model regresi fit sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengujian yang dibutuhkan dan hasilnya mampu menjelaskan hal-hal yang sedang diteliti. Suatu model disebut fit jika nilai sig.  $F < \alpha$  (0.05).

#### 4.5.8 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran kesesuaian regresi berganda terhadap suatu data. Semakin tinggi *Adjusted R<sup>2</sup>* maka akan semakin baik bagi model regresi karena berarti variabel bebas semakin mampu menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi ditentukan dengan rumus:  $KD = Adjusted R^2 \times 100$ .



**BAB V**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**5.1 Hasil Uji Kualitas Data**

Berdasarkan metode analisis data yang telah dijelaskan padabagian metode penelitian, pengujian pertama yang dilakukan padapenelitian ini adalah uji kualitas data. Uji kualitas data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

**5.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat mengungkapkan ketepatan gejala yang dapat diukur. Alat ukur yang digunakan dalam pengujian validitas adalah daftar pertanyaan yang telah diisi oleh responden dan akan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Bila valid, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut. Kuesioner dikatakan valid apabila  $r$  hitung (*Corrected Item Total Corelation*)  $> r$  tabel dan kuesioner dikatakan tidak valid apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel. Adapun hasil pengolahan data tersebut dapat dibaca pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.1**  
**Uji Validitas X1, X2, X3**

<b>Pertanyaan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>SCI</b>			
X1.1	0.866	0.235	Valid
X1.2	0.961	0.235	Valid
X1.3	0.954	0.235	Valid

<b>Penerapan TI</b>			
X2.1	0.926	0.235	Valid
X2.2	0.967	0.235	Valid
X2.3	0.939	0.235	Valid
<b>Inovasi</b>			
X3.1	0.905	0.235	Valid
X3.2	0.924	0.235	Valid
X3.3	0.948	0.235	Valid

Sumber: Data primer diolah (2018)

Nilai  $r$  hitung untuk masing-masing item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel. Nilai  $r$  table diperoleh dengan melihat table  $r$  dengan taraf signifikansi 5% dan  $df = n - 2$ , dimana  $n = 50$  esponden, dan  $df = 48$ , didapat  $r$  table = 0,235. Berdasarkan tabel 5.1 diatas terlihat bahwa nilai  $r$  hitung  $>$  dari  $r$  table, maka seluruh pertanyaan untuk X1, X2, X3 memiliki status valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel independen

### 5.1.3 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya relatif sama maka alat ukur tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program SPSS for Windows Versi 17. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan terhadap 50 responden. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha  $>0,60$  maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan jika nilai Alpha  $<0,60$  maka pertanyaan variabel tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2001). Adapun hasil dari pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 5.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas Secara Keseluruhan Butir - Butir**

Variabel	Alpha	Keterangan
SCI	0.961	Reliabel
Penerapan TI	0.974	Reliabel
Inovasi	0.980	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas dapat terlihat bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach* yang  $> 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini berstatus reliabel, baik secara keseluruhan maupun per item indikator.

## 5.2 Analisa Regresi Berganda

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi diatas dinyatakan dengan *Understanding Coefficients* dengan pertimbangan bahwa ukuran variabel sama, artinya bahwa persepsi responden terhadap variabel dianggap mempunyai ukuran yang sama sehingga yang digunakan *Unstandardized Coefficients* (Ghozali, 2007).

**Table 1**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda 1**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.504	.858		29.797	.000		
SCI	.558	.078	.501	3.558	.000	.182	5.677
Penerapan TI	.440	.098	.469	3.483	.001	.181	5.524
Inovasi Jasa	.200	.131	.411	4.050	.060	.181	5.524

a. Dependent Variable: Keunggulan Bersaing

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dijelaskan melalui persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_1 = 15.504 + 0.558 X_1 + 0.440 X_2 + 0.200 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 15.504 mempunyai arti jika tidak ada supply chain integration, ( $X_1$ ) penerapan TI ( $X_2$ ), Inovasi Jasa ( $X_3$ ), maka keunggulan bersaing sebesar 15.504
2.  $\beta_1$  (Nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,558 mempunyai arti koefisien regresi *supply chain integration* ( $X_1$ ) bernilai positif dan signifikan yang berarti jika semua indikator *supply chain integration* ( $X_1$ ) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan keunggulan bersaing sebesar 56 %.
3.  $B_2$  (Nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,440 mempunyai arti koefisien regresi penerapan TI ( $X_2$ ) bernilai positif dan signifikan yang berarti jika semua indikator penerapan TI ( $X_2$ ) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan keunggulan bersaing sebesar 44 %.

4.  $B_3$  (Nilai koefisien regresi  $X_3$ ) sebesar 0,400 mempunyai arti koefisien regresi inovasi ( $X_3$ ) bernilai positif tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing ( $Y_1$ ).

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Regresi Linier 2**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.775	1.611		5.448	.000		
	Keunggulan Bersaing	.114	.057	.360	3.793	.000	.157	4.361

a. Dependent Variable: Kinerja Perusahaan

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka dapat dikonotasikan dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y_2 = 1775 + 0,114 X_1 + e$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 1775 mempunyai arti jika tidak ada keunggulan bersaing ( $X_1$ ), maka kinerja perusahaan sebesar 1775
2.  $\beta_1$  (Nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,114 mempunyai arti koefisien regresi keunggulan bersaing ( $X_1$ ) bernilai positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan . Hal ini berarti jika semua indikator keunggulan bersaing ( $X_1$ ) dinaikkan 100%, sedangkan variabel lain tetap, maka akan menaikkan kinerja perusahaan sebesar 21,4%.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang di ada pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Supply Chain Integration* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sebesar 0.558 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang artinya apabila ada peningkatan *Supply Chain Integration* maka keunggulan bersaing akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing dinyatakan dapat diterima.
2. Penerapan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing sebesar 0.440 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0.001 < 0.05$  yang artinya apabila ada peningkatan penerapan teknologi informasi maka keunggulan bersaing akan meningkat. Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh penerapan teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing dinyatakan dapat diterima.
3. Inovasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing dengan koefisien regresi sebesar 0.200 dan tingkat signifikansi sebesar  $0.06 > 0.05$  . Dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada pengaruh inovasi jasa terhadap keunggulan bersaing dinyatakan ditolak.
4. Keunggulan bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan dengan koefisien regresi sebesar 0.114 dan tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  yang artinya apabila ada peningkatan keunggulan bersaing maka akan meningkatkan kinerja perusahaan.

Dengan demikian hipotesis yang mengatakan ada pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja perusahaan dinyatakan dapat diterima.

## 6.2 Saran

1. Pimpinan perusahaan dapat mengimplementasikan kebijakan atau strategi yang sesuai dengan hasil penelitian dimana dari hasil penelitian variabel yang paling dominan adalah *supply chain integration* dengan indikatornya antara lain Integrasi Internal , Integrasi Pelanggan dan Integrasi Pemasok.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setelah variabel *supply chain integration* selanjutnya yang berpengaruh adalah variabel penerapan teknologi informasi. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan sangat perlu untuk meningkatkan teknologi informasinya terutama dalam hal kecanggihan, kemanfaatan dan efektifitas.
3. Perlu dilakukan pengembangan penelitian dengan meninjau banyak faktor yang terdapat pada daya saing perusahaan dari sisi kepuasan pelanggan, sehingga diharapkan perusahaan mampu menciptakan keunggulan bersaing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anton, 2018, Perusahaan Ekspedisi Berperan Penting Dorong Pertumbuhan UKM , <https://ekbis.sindonews.com>
- Aldhilla, Mochamad Ridho. 2014. Pengaruh Point of Purchase Communication Terhadap Impulse Buying (Studi pada Konsumen Hipermarket Lotte Mart Kota Bandung). Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia
- Anisa, 2015, Pengaruh Point Of Purchase, Discount Dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Konsumen, <https://media.neliti.com/media/publications/101227>
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, Manajemen Pemasaran (Analisa. Perilaku Konsumen), Yogyakarta : BPFE UGM
- Ella, 2015 , Pengaruh Kualitas Layanan Dan Inovasi Layananterhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Buah Hati Di Kabupaten Kudus, Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS NEGERI Semarang
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Universitas Diponegoro. Habibi, Maksun dan Gunadi.2013.Pengantar Ekonomi dan Bisnis, Bidang Keahlian Bisnis dan Manajemen SMK Kelas X.Jakarta.
- Hatane, Semuel. 2006. Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel mediasi. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol. 8. No. 2
- Kusumo, Agung R.W. 2006. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik Skala Besar dan Sedang Di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Universitas Diponegoro, Semarang Jawa Tengah. (Online), diakses 12 Oktober 2011
- Kaisar, 2015, Analisis Pengaruh Teknologi Informasi Dan Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Kinerja Organisasi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Lisda, 2011 , Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Kinerja perusahaan dan Keunggulan Bersaing Majalah Ilmiah Informatika.
- Mellisa, 2015, Efektivitas Point Of Purchase Dalam Meningkatkan Impulse Buying Pada Peritel Di Surabaya, <http://download.portalgaruda.org>.
- Regina Suharto dan Devie. 2013. “Analisa Pengaruh Supply Chain Management terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Perusahaan”. Jurnal Business Accounting Review.Vol.1, No. 2, (2013)
- SWA Edisi: XXVII, 2014. Berebut-Kue-Logistik-Yang-Menggiurkan. [www.swa.co.id](http://www.swa.co.id).



Wahyu, 2017 Integrasi Rantai Pasok Terhadap Kinerja Dan Daya Saing Kakao , Jurnal Bisnis Darmajaya,  
Vol.03. No.02, Juli 2017  
Yas, 2013, Industri Logistik Indonesia Diprediksi Capai Rp 1,63 triliun, [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)