PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

SKRIPSI

Ditulis oleh :

Nama	: Dafis Muhammad Kurniawan
Nomor Mahasiswa	: 12311205
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna

memperoleh gelar sarjana strata-1 di Jurusan Manajemen,

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Ditulis oleh :

Nama : Dafis Muhammad Kurniawan

Nomor Mahasiswa : 12311205

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat suatu karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebut dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa persyaratan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 1 Juni 2017

Penulis



Dafis Muhammad Kurniawan

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah disahkan dan disetujui oleh dosen pembimbing skripsi dengan judul:

PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI

DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

Hasil Penelitian

Diajukan Oleh:

Nama : **Dafis Muhammad Kurniawan**

No.Mahasiswa : **12311205**

Program Studi : **Manajemen**

Bidang Konsentrasi : **Operasional**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 12-7-17

Dosen Pembimbing,

(Dra. Siti Nursyamsiah, MM)

iv

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN

Disusun Oleh	:	**DAFIS MUHAMMAD KURNIAWAN**
Nomor Mahasiswa	:	**12311205**

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

Pada hari Rabu, tanggal: 12 Juli 2017

Penguji/ Pembimbing Skripsi	:	Siti Nur Syamsiah, Dra., MM. .....
Penguji	:	Zulian Yamit,Drs., M.Si. .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Dr. Dr. Agus Harjito, M.Si.

MOTTO



You have to believe in yourself

Barangsiapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhannya itu adalah untuk dirinya sendiri." **(QS Al-Ankabut [29]: 6)**

"Whatever you are, be a good one."

-Abraham Lincoln

"If you know the enemy and know yourself, you need not fear the result of a hundred battles. If you know yourself but not the enemy, for every victory gained you will also suffer a defeat. If you know neither the enemy nor yourself, you will succumb in every battle.

-Sun Tzu

PERSEMBAHAN



"Education is the most powerful weapon which you can use to change the world."

– Nelson Mandela

Ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta Ir. Syafii Maarif dan Endang Sri Lestariningsih, SE.MM. serta adik tersayang Rafindra Ahmad Arifianto dan Dennis Alief Arjab serta calon pendamping hidupku Nia Harlisa Puspita atas cinta, kasih sayang, do'a, dukungan dan harapan yang diberikan tanpa mengenal lelah.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja logistik, apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran, apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja keuangan, apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan apakah kinerja pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan 160 perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis SEM.

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja logistik, Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja pemasaran, Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan, Kinerja logistik berpengaruh positif Terhadap Kinerja pemasaran, Kinerja logistik berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan dan Kinerja pemasaran berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan.

Kata kunci : Kinerja SCM, kinerja logistik, kinerja pemasaran, dan kinerja keuangan



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur tiada henti diucapkan kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 di Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang berjudul **PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN.** Tak lupa shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW, tokoh teladan bagi seluruh umat Islam di dunia yang membawa umat-Nya dari jaman kegelapan menuju jaman yang terang benderang. Semoga penelitian ini membawa manfaat dan dapat digunakan secara positif agar membawa kebaikan dikemudian hari.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak yang memberikan dukungan baik berupa do'a, moril, maupun materil dari awal hingga terselesainya skripsi ini. Maka dari itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT Yang telah menjadi sandaran hidup, pemberi kemudahan, pemberi inspirasi, pemberi ketenangan hati, dan pemberi segalanya hingga penyusunan skripsi selesai. Penulisan skripsi ini tidak akan ada artinya tanpa karunia dan petunjuk dari-Nya.
2. Bapak Nandang Sutrisno, SH.,M.Hum.,LLM.,Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr. Dwi Praptono Agus Hardjito M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Sutrisno, MM selaku Ketua Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Isalam Indonesia.
5. Dra. Siti Nursyamsiah, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang banyak meluangkan waktu dan tenaga serta pikiran dan terus memotivasi untuk terus menyelesaikan tugas akhir ini sekaligus memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat.
6. Orang tua tercinta Ir. Syafii Maarif dan Endang Sri Lestariningsih, SE.MM yang telah memberikan segalanya demi anak. Semoga anakmu ini dapat membanggakan dan menjadi seperti yang kalian harapkan kelak.
7. Adik tersayang Rafindra Ahmad Arifianto dan Dennis Alief Arjab serta calon pendamping hidupku Nia Harlisa Puspita yang selalu memberi dukungan untuk terus semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
8. Lestari Kimia Jogja Chemical Supplier dan Beu Lashes Eyelash Extension @Lippo Plaza Jogja serta segenap pegawai ku yang aku banggakan. Bagaimana pun juga kalian yang terus memotivasi ku untuk segera

menyelesaikan apa yang telah aku mulai dalam jenjang pendidikan di perguruan tinggi.

9. Welly Jogja Family (Dafis, Aggus, Dika, Akbar, Dimas, Adriansyah, Ajiman, Mujib, Yahya dan Irsal.) yang selalu ada untuk memberikan semangat dan dukungan. Semoga sukses menyertai kita kawanku.
10. Seluruh Dosen Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang tak hanya sekedar memberikan ilmu namun pelajaran, wawasan, motivasi, dan inspirasi yang luar biasa.
11. Segenap staf administrasi Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pelayanan dengan sabar kepada mahasiswa.
12. Seluruh pihak yang baik secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, tak ada yang sempurna selain Allah SWT. Maka segala yang ada di dalam penulisan ini pasti tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Sehingga penulis membutuhkan segala masukan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dan penelitian-penelitian selanjutnya menjadi lebih baik.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Yogyakarta, 1 Juni 2017

Penulis,

Dafis Muhammad Kurniawan

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN BEBAS PLAGIARISME..... iii

HALAMAN PENGESAHAN iv

HALAMAN MOTTO vi

HALAMAN PERSEMBAHAN..... vii

ABSTRAK viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 4

1.3 Tujuan Penelitian.....4

1.4 Manfaat Penelitian 5

BAB II KAJIAN PUSTAKA 7

2.1 Penelitian Terdahulu.....7

2.2 Kajian Pustaka 7

2.3 Kerangka Pemikiran.....10

2.4 Hipotesis Penelitian 10

BAB III METODE PENELITIAN.....17

3.1 Pendekatan Penelitian.....17

3.2 Populasi dan Sampel.....17

3.3 Jenis Data Penelitian.....18

3.4 Prosedur Pengambilan Data.....19

3.5 Klasifikasi Variabel Penelitian 19

3.6 Uji Instrumen Penelitian.....22

3.7 Teknik Analisis Data 22

BAB IV ANALISIS DATA.....29

4.1 Uji Kualitas Data 29

4.2 Analisis Deskriptif.....31

4.3 Analisis Jalur 39

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....44

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....51

5.1 Kesimpulan 51

5.2 Saran.....52

DAFTAR PUSTAKA 53

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Good of Fit Index 25

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian..... 29

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas 31

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 32

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 32

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha 33

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan 33

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja..... 34

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja 35

Tabel 4.9 Strategi SCM..... 36

Tabel 4.10 Kinerja Logistik 37

Tabel 4.11 Kinerja Pemasaran 38

Tabel 4.12 Kinerja Keuangan 39

Tabel 4.13 *Goodness of Fit Index* 40

Tabel 4.14 *Hasil Estimasi Model Penelitian*..... 41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 10

Gambar 3.1 Model Analisis Jalur 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 56

Lampiran 2 Data Penelitian 61

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 66

Lampiran 4 Hasil Olah Data 71

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang dan Masalah

Tujuan akhir sebuah perusahaan dari strategi jangka panjang adalah kinerja yang unggul dan berkelanjutan. Kinerja yang unggul tergantung pada kemampuan perusahaan untuk menjadi mitra terintegrasi dalam konteks rantai pasokan, sehingga semua perusahaan mengadopsi strategi rantai pasokan. Strategi rantai pasokan tersebut terfokus terhadap bagaimana proses bisnis secara internal dan eksternal yang terintegrasi dan terkoordinasi dengan seluruh rantai pasokan yang bertujuan untuk melayani pelanggan akhir dan konsumen sekaligus meningkatkan upaya perusahaan menghadapi lingkungan yang tidak pasti adalah melakukan integrasi strategi pemasaran dan strategi manufaktur. Kesuksesan implementasi strategi manufaktur yang terintegrasi dengan strategi pemasaran memerlukan perubahan dalam model strategi bisnis maupun integrasi fungsi-fungsi bisnis dalam organisasi (Green et al, 2008).

Studi-studi mengenai manajemen rantai pasokan telah banyak dilakukan pada negara-negara maju seperti Amerika dan Australia, tetapi hanya sedikit penelitian dilakukan di Asia, khususnya di Indonesia. Tidak dapat dipungkiri, pengelolaan rantai pasokan khususnya di negara kepulauan seperti Indonesia pada dasarnya sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan karena makin kompetitifnya tuntutan persaingan yang memaksa perusahaan untuk memperluas pangsa pasar tanpa mempedulikan batasan geografis antar daerah, antar propinsi, antar pulau, bahkan antar negara, sehingga keterlibatan dalam suatu rantai

pasokan sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Anatan, 2012).

Salah satu industri yang perlu menerapkan konsep SCM adalah indusri manufaktur. Permasalahan klasik di industri manufaktur adalah ketidakpastian dalam proses SCM. Ketidakpastian dalam persaingan dan kondisi lingkungan bisnis membawa dampak pada ketidakpastian yang terjadi dalam rantai pasokan baik terkait dengan ketidakpastian pemasok, proses, maupun permintaan (Kinra dan Kotzab, 2008). Ketidakpastian yang terjadi menimbulkan banyak masalah yang berdampak pada total biaya produksi, misalnya kemungkinan *stock out* akan menyebabkan *rush-order*, dan kelebihan *stock*. Kemungkinan lain adalah biaya promosi penjualan dan biaya *discount* yang terjadi karena ketidaktepatan waktu proses penyampaian barang ke konsumen akhir sehingga perusahaan harus menanggung *lost sales*. Fenomena tersebut lebih dikenal dengan *bullwhip effect* diakibatkan oleh adanya distorsi informasi permintaan dari rantai bawah (*enduser*) ke rantai diatasnya, sehingga kuantitas permintaan sering tidak dapat terpenuhi secara maksimal.

Salah satu kata kunci dalam SCM adalah terjalinnya kolaborasi yang kokoh antar pihak dalam sebuah rangkaian *supply chain*. Kolaborasi menjadi istilah umum yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu hubungan kerja sama yang dilakukan dua atau lebih pihak. Kolaborasi sebagai suatu proses yang mana pihak yang terlibat memandang aspek-aspek perbedaan dari suatu masalah serta menemukan solusi dari perbedaan tersebut dan keterbatasan pandangan mereka terhadap apa yang dapat dilakukan. *Supply chain management* mengurangi biaya,

tetapi mungkin yang terpenting, *supply chain management* dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan tanggap terhadap konsumen yang lebih menuntut dan lebih kritis. *Supply chain management* sebagai sebuah konsep sekarang sudah dianggap mapan, dan telah diadopsi banyak perusahaan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Stefani dan Sunardi, 2014).

Distribusi logistik diibaratkan teridiri dari satu set fasilitas, yang masing-masing terdiri dari satu pabrik produksi dengan sebuah gudang yang terhubung, dan satu set pelanggan. Tujuan dari logistik adalah menyampaikan barang jadi dan bermacam-macam material dalam jumlah yang tepat pada waktu yang dibutuhkan, dan dalam keadaan yang dapat dipakai, ke lokasi di mana ia dibutuhkan, dan dengan total biaya yang terendah (Bowersox, 2002). Kegunaan tersebut merupakan aspek penting dari operasi perusahaan dan juga pemerintah. Semua bentuk perilaku yang terorganisis membutuhkan sokongan logistik (Bowersox, 2002).

Penelitian ini berusaha membuktikan bagaimana pengaruh kinerja logistik terhadap kinerja organisasi dalam konteks rantai pasokan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang pernah dilakukan oleh Green et al (2008). Hasil penelitian Green et al (2008) adalah strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja logistik, strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, kinerja logistik berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, kinerja logistik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja

keuangan dan kinerja pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang signifikan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "**PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN**".

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja logistik?
2. Apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran?
3. Apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja keuangan ?
4. Apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
5. Apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
6. Apakah kinerja pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja logistik.
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja pemasaran.

3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh strategi manajemen rantai pasokan terhadap kinerja keuangan.
4. Untuk mengetahui apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.
5. Untuk mengetahui apakah kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja keuangan.
6. Untuk mengetahui apakah kinerja pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dapat peneliti rangkum ke dalam tiga bagian yaitu:

1. Manfaat Bagi Perusahaan

   Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam meningkatkan kinerja logistik, kinerja organisasi, dan strategi SCM.

2. Manfaat Bagi Penulis

   Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan mempraktekkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh selama kuliah terutama yang berhubungan dengan kinerja logistik, kinerja organisasi, dan strategi SCM.

3. Manfaat Bagi Pihak Lain

   Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan dan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian Green et al (2008) yang berjudul "*The impact of logistics performance on organizational performance in a supply chain context*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh kinerja logistik terhadap kinerja organisasi dalam konteks manajemen SCM. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja logistik, strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, strategi manajemen rantai pasokan berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, kinerja logistik berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran, kinerja logistik tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan kinerja pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan yang signifikan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Strategi Supply Chain Management

Dilihat secara horizontal, ada lima komponen utama atau pelaku dalam *supply chain*, yaitu *supplier* (pemasok), *manufacturer* (pabrik pembuat barang), *distributor* (pedagang besar), *retailer* (pengecer), dan *customer* (pelanggan). Secara vertikal ada beberapa komponen utama *supply chain*, yaitu *buyer* (pembeli), *transporter* (pengangkut), *warehouse* (penyimpan), *seller* (penjual), dan sebagainya (Indrajit dan Djokopranoto, 2005).

Green et al (2008) mengungkapkan terdapat beberapa indikator-indikator

strategi SCM adalah integrasi kegiatan SCM, kepercayaan di seluruh rantai pasokan, Membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan, Berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pelanggan, Memperluas rantai pasokan di luar perusahaan, dan Berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pemasok.

2.2.2 Kinerja Logistik

Dalam *supply chain management* dikenal sebuah kegiatan, yaitu logistik. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan supply chain management untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (Van Hoek, 2008).

Green et al (2008) mengungkapkan terdapat beberapa indikator-indikator kinerja logistik yaitu kecepatan pengiriman, ketahanan pengiriman, ketergantungan logistik, responsiveness, fleksibilitas pengiriman dan kapasistas pemesanan.

2.2.3 Kinerja Organisasi

Penilaian kinerja merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kinerja merupakan suatu istilah secara umum yang digunakan untuk sebagian atau seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode

dengan referensi pada jumlah standar seperti biaya biaya masa lalu atau yang diproyeksikan, dengan dasar efisiensi, pertanggungjawaban atau akuntabilitas manajemen dan semacamnya (Srimindarti, 2004).

Kinerja Organisasi dibagi menjadi dua yaitu kinerja pemasaran dan kinerja keuangan (Green et al, 2008).

2.2.4 Kinerja Pemasaran

Beberapa definisi maupun pengertian mengenai pemasaran diantaranya adalah :

1. Philip Kotler dan Keller (2013) (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
2. Menurut Philip Kotler dan Amstrong (2012) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Green et al (2008) mengungkapkan terdapat beberapa indikator-indikator kinerja pemasaran yaitu pertumbuhan market share, pertumbuhan volume penjualan (dalam unit), dan pertumbuhan penjulaan (dalam rupiah).

2.2.5 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan suatu alat ukur yang digunakan oleh para pemakai laporan keuangan dalam mengukur dan menentukan sejauh mana kualitas perusahaan. Menurut Fahmi (2013).” kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah

melaksanakan dengan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar".

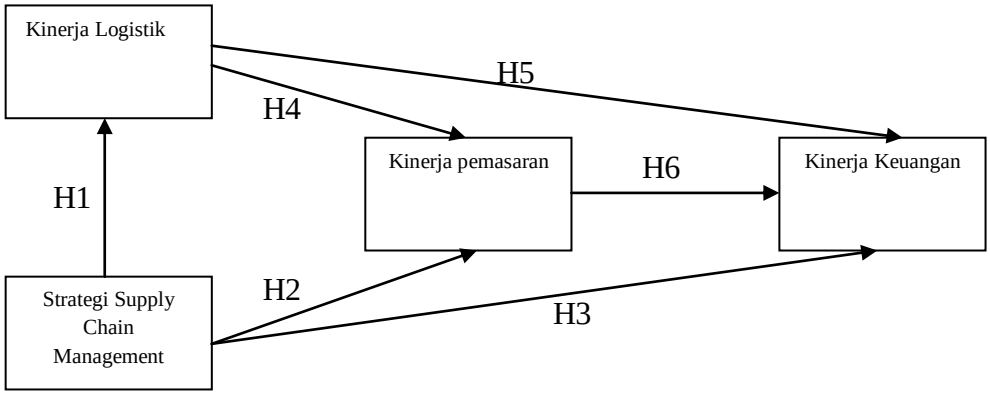
Green et al (2008) mengungkapkan terdapat beberapa indikator-indikator kinerja keuangan yaitu rata-rata return on investment, rata-rata laba, pertumbuhan laba, rata-rata return on asset.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja logistik

Supply chain management merupakan suatu konsep yang menyangkut pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas

pendistribusian, jadwal produksi, dan logistik. Esensi dari supply chain management adalah sebagai senjata strategis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengurangi investasi tanpa mengorbankan kepuasan pelanggan (Mohan, 2003).

Dalam *supply chain management* dikenal sebuah kegiatan, yaitu logistik. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan supply chain management untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (van hoek, 2008).

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja logistik. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1: Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja logistik.

2.4.2 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Pemasaran

Menurut Heyzer dan Render (2005) perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika fungsi manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan didesain untuk mendukung strategi manajemen operasi. Fasilitas dan biaya-biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan tujuan mencapai biaya minimum dan service level maksimum semuanya dipertimbangkan dalam *supply chain*

management. Penelitian Li et.al (2006) menyatakan bahwa *supply chain management* yang efektif berpotensi menjadi suatu strategi untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja organisasi dikarenakan persaingan saat ini berada pada persaingan antar *supply chain management* yang digunakan oleh perusahaan.

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H2: Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran.

2.4.3 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan. Maka, kinerja perusahaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan pengukuran berbasis data akuntansi saja. Beberapa ahli menggunakan tingkat pengembalian atas penjualan (*return on sales*), profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perbaikan produktivitas kerja, dan perbaikan biaya produksi untuk mengukur kinerja keuangan (Suharto dan Devie, 2013).

Supply chain management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari

supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan (Levi et al, 2000). Tujuan dari *Supply Chain Management* adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk meminimalkan biaya keseluruhan (biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transpotasi dan lain-lain) sehingga penurunan biaya akan meningkatkan laba perusahaan.

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H3: Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan.

2.4.4 Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Pemasaran

Lai, K dan Cheng (2003) menekankan pentingnya logistik transportasi dalam rantai pasokan karena, penyedia jasa logistik membangun hubungan antara pemasok, produsen, penjual dan konsumen akhir. Mereka menyatakan bahwa penyedia layanan logistik harus berkonsentrasi pada peningkatan kinerja supply chain, berdasarkan kinerja organisasi yang akan ditingkatkan. Green et al (2008) mempelajari tentang pengaruh strategi manajemen rantai pasokan pada kinerja logistik dan kinerja organisasi.

Pelaksanaan rantai pasokan hasil strategi manajemen dalam peningkatan kinerja logistik, dan akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Sejak kinerja logistik telah dianggap sebagai dasar evaluasi strategi manajemen rantai pasokan, penyedia jasa logistik harus berkonsentrasi pada peningkatan kinerja supply chain. Akibatnya, kinerja organisasi akan meningkat. Kualitas barang dan jasa dapat disajikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan secara tepat dalam waktu sesingkat mungkin dan dengan harga yang wajar melalui pelaksanaan strategi berdasarkan universalitas dan integrasi dengan pelanggan dan pemasok, proses dan kegiatan, dan pelaksanaan kegiatan yang meningkatkan dan mengintensifkan kerjasama dan kepercayaan hubungan antara peserta.

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H4: Kinerja logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran.

2.4.5 Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja manajemen logistik menunjuk pada kemampuan unit logistik untuk melaksanakan tugas-tugasnya dalam memenuhi berbagai kebutuhan unit-unit kerja atas barang-barang logistik. Dalam pokok bahasan ini dibahas mengenai pengertian kinerja dan kinerja logistik serta penyusunan laporan kinerja logistik.

Kinerja logistik dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Kinerja logistik yang tinggi dapat berkontribusi untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan aksesibilitas ke jaringan internasional dan meningkatkan volume perdagangan. Akhirnya, hasil jangka panjang dari logistik

perusahaan dapat dilihat pada kinerja keuangan perusahaan. Singkatnya, harapan perusahaan dalam menggunakan logistik dapat diklasifikasikan ke dalam memperbaiki di tingkat operasional, meningkatkan layanan pelanggan, mengakses sumber daya, mengurangi biaya, fokus pada bisnis inti, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kinerja bisnis, dan mengembangkan jaringan bisnis.

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H5: Kinerja Logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan

2.4.6 Pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan perusahaannya di dunia persaingan bisnis (Wahyono 2002). Dimensi untuk mengukur kinerja pemasaran adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan serta tingkat keuntungan. Pertumbuhan penjualan akan bergantung pada jumlah pelanggan yang telah diketahui tingkat konsumsi rata-ratanya yang bersifat tetap. Bukti empirik menyatakan bahwa bagi manajemen pemasaran tingkat pertumbuhan pelanggan lebih penting daripada sekedar jumlah pelanggan yang dimiliki (Wahyono 2002). Kinerja pemasaran didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi volume penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan dan pertumbuhan penjualan (Khamidah 2005). Kinerja pemasaran juga dikatakan sebagai kemampuan organisasi mentransformasikan diri dalam menghadapi tantangan dari

lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Khamidah 2005). Dengan memahami akan kebutuhan yang tersembunyi akan produk baru dan pelayanan pemasaran perusahaan, hal ini pasti secara langsung berpengaruh kepada keunggulan bersaing seperti suksesnya produk baru, kualitas yang baik, pelanggan yang potensial dan pertumbuhan profit (Diosdad 2003).

Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H6: Kinerja pemasaran berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitaif ini peneliti merumuskan masalah yang baru dengan mengidentifikasikan melalui hipotesis yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Metode penelitian kuantitatif menurut Donmoyer dan Given, (2008) adalah pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010). Dalam penelitian ini populasinya adalah perusahaan manufaktur di Indonesia.

3.2.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel adalah sebagian atau representasi dari populasi yang diteliti (Arikunto,2010). Mengingat populasinya besar dan keterbatasan waktu dan biaya penelitian, maka sampel perlu dibatasi yang dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*, yaitu mengambil sampel secara acak dari populasi yang telah ditentukan.

Menurut Hair dkk (2010) besarnya sampel bila terlalu besar akan menyulitkan untuk mendapat model yang cocok, dan disarankan ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 responden agar dapat digunakan estimasi interpretasi

dengan *Structural Equation Model* (SEM). Untuk itu jumlah sampel akan ditentukan berdasarkan hasil perhitungan sampel minimum. Penentuan jumlah sampel minimum untuk SEM menurut Hair et al (2010) adalah:

(Jumlah indikator + jumlah variabel laten) x (estimated parameter) Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah:

Sampel minimal = (20 + 4) x 6 = 144 responden.

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 144 responden. Untuk menghindari kuesioner yang tidak kembali dan tidak diisi maka dalam penelitian ini mengambil sampel 160 responden.

3.3 Jenis Data Penelitian

Data penelitian ini terdiri dari Data primer. Data yang dipergunakan berupa data primer yang diperoleh secara langsung dari responden dengan cara riset atau penelitian lapangan. Untuk memperoleh data ini digunakan metode kuisioner. Dalam rangka untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penelitian, data diperoleh dari penyebaran angket kepada responden dimana pertanyaan terlebih dahulu disediakan oleh peneliti untuk mendukung data-data informasi melalui angket.

Kuisioner yang akan digunakan dan disajikan kepada responden terdiri dari dua bagian, yaitu:

a. Bagian yang mengungkapkan karakteristik responden. Berisi mengenai data karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, lama bekerja, dan pendidikan.

b. Bagian yang mengungkapkan pertanyaan tentang variabel penelitian seperti strategi SCM, kinerja logistik, kinerja pemasaran, dan kinerja keuangan.

3.4 Prosedur Pengambilan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur variabel adalah menggunakan kuisioner. Kuisioner ini berisi item-item pertanyaan sebagai penjabaran dari indikator-indikator variabel. Untuk mengubah data dari variabel-variabel yang ada kedalam perhitungan data, maka penulis menggunakan skala likert. Pada skala Likert ini responden menjawab pertanyaan dengan memberikan tanda silang (**X**) pada alternatif jawaban dengan 5 kemungkinan yang tersedia.

Dalam hal ini penulis akan memberikan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban yang harus dipilih salah satu jawaban saja. Untuk mempermudah penilaian jawaban, penulis akan memberikan nilai dari setiap pilihan jawaban pertanyaan yaitu nilai 5 untuk jawaban yang positif dan nilai 1 untuk jawaban yang sangat negatif. Maka bentuk penilaiannya sebagai berikut.

1. Jawaban SS (sangat setuju) diberi nilai 5
2. Jawaban S (setuju) diberi nilai 4
3. Jawaban N (netral) diberi nilai 3
4. Jawaban TS (tidak setuju) diberi nilai 2
5. Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi nilai 1

3.5 Klasifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah obyek penelitian, atau apa yang menjadi titik dalam suatu penelitian (Arikunto, 2010). Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang terdiri dari strategi supply chain management
2. Variabel intervening yang terdiri dari kinerja logistik dan kinerja pemasaran
3. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

3.5.1.1 Strategi Supply Chain Management

Supply chain atau dapat diterjemahkan "rantai pasokan" adalah rangkaian hubungan antar perusahaan atau aktivitas yang melaksanakan penyaluran pasokan barang atau jasa dari tempat asal sampai ke pembeli atau pelanggan. *Supply chain* menyangkut hubungan yang terus-menerus mengenai barang, uang, dan informasi. Barang umumnya mengalir dari hulu ke hilir, uang mengalir dari hilir ke hulu, sedangkan informasi mengalir baik dari hulu ke hilir maupun dari hilir ke hulu (Indrajit dan Djokopranoto, 2005).

Strategi SCM diukur dengan enam indikator yaitu Green et al (2008) :

1. integrasi kegiatan SCM
2. kepercayaan di seluruh rantai pasokan
3. Membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan
4. Berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pelanggan
5. Memperluas rantai pasokan di luar perusahaan
6. Berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pemasok

3.5.1.2 Kinerja Logistik

Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan

supply chain management untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (Van Hoek, 2008). Kinerja logistik diukur dengan menggunakan enam indikator yaitu Green et al (2008):

a. kecepatan pengiriman
b. ketahanan pengiriman
c. ketergantungan logistik
d. responsiveness
e. fleksibilitas pengiriman
f. kapasistas pemesanan

3.5.1.3 Kinerja Pemasaran

Philip Kotler (2012) (Marketing) pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Kinerja pemasaran diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut Green et al (2008) :

1. pertumbuhan market share
2. pertumbuhan volume penjualan (dalam unit)
3. pertumbuhan penjulaan (dalam rupiah)

3.5.1.4 Kinerja Keuangan

Menurut Fahmi (2013) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan – aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut Green et al (2008) :

1. rata-rata return on investment
2. rata-rata laba
3. pertumbuhan laba
4. rata-rata return on asset

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Metode yang digunakan untuk uji validitas adalah uji korelasi pearson. Jika **r** hitung lebih besar dari **r** tabel dan nilai **r** positif, maka bukti pernyataan dikatakan valid (Simamora, 2004).

3.6.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan dari kuesioner. Kuesioner yang reliabel adalah kuesioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Asumsinya, tidak terdapat perubahan psikologi pada responden (Simamora, 2004). Metode yang digunakan dalam reliabilitas ini adalah teknik alpha. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang

berlaku umum atau generalisasi (Sugiyono, 2010). Analisis ini bersifat uraian yang menjelaskan tentang identitas dari responden.

3.7.2 Analisis Jalur (Path Analysis)

Model penelitian akan dianalisa dengan menggunakan *Structural Equation Model (SEM),* dengan menggunakan bantuan software AMOS. SEM adalah teknik analisis yang memungkinkan hubungan-hubungan yang kompleks dan rumit secara simultan. Dalam pengertian yang sederhana, SEM menyediakan teknik estimasi yang memadai dan paling efisien untuk serangkaian persamaan *multiple regression* dan terpisah dan diestimasi secara simultan (Ghozali, 2011).

Hair et. al. (2010) menjelaskan Tujuh langkah proses analisis data dengan SEM secara lengkap sebagai berikut:

Step 1 : Mengembangkan suatu model berbasis teoritis

Model adalah penyederhanaan masalah yang kompleks agar mudah dianalisis. Model tersebut dibangun berdasarkan literature dan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

Step 2: Membangun suatu diagram jalur

Model yang telah dibangun tersebut kemudian digambarkan dalam bentuk diagram jalur (*path diagram*). Pada tahap ini penelitian mendefinisikan dan menetapkan konstruk *eksogeneous* dan *endogeneous* kemudian menghubungkannya dalam bentuk jalur diagram. Dengan diagram jalur ini akan jelas diketahui bagain mana yang harus dilakukan *conformatory test* yaitu menguji apakah indikator dapat menjelaskan variabel laten dan bagian mana yang harus dilakukan uji hipotesis yaitu menguji pengaruh semua variabel eksogen terhadap

variabel endogen baik secara langsung maupun tidak langsung, serta menguji pengaruh endogen terhadap variabel endogen lainnya.

Step 3: Mengkonversi diagram alur dalam bentuk persamaan

Pada tahap ini peneliti menjabarkan diagram alur model penelitian dalam bentuk persamaan struktural (*structural equation*) dan persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*).

Step 4: Memilih matriks input dan estimasi model

Karena dalam penelitian ini yang diuji adalah kausalitas, maka input yang digunakkan adalah kovarians. Langkah-langkah penggunaan input dalam SEM adalah sebagai berikut:

1. Estimasi Model pengukuran (*confirmatory factor*)

   Model pengukuran ini adalah untuk menguji apakah indikator-indikator secara signifikan dapat menukur variabel laten dalam model.

2. Estimasi analisis jalur

   Pada tahap ini menguji pengaruh baik langsung maupun tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen dan pengaruh variabel endogen dengan variabel endogen lainnya.

Step 5: Meramal indentifikasi model

Tahap ini adalah menaksirkan apakah model struktural yang dibuat mampu menghasilakan estimasi yang baik. Tanda-tanda adanya masalah dalam tahap ini adalah:

1. Simpangan standar untuk satu atau beberapa koefisien model sangat besar.
2. Informasi yang diperlukan tidak dapat disajikan oleh program.

3. Munculnya angka-angka yang tidak wajar. Misalnya terdapat varian yang negatif.
4. Terdapat angka koefisien korelasi antar koefisien estimasi sangat tinggi.

Step 6: Mengevaluasi ketepatan estimasi model

Estimasi model akan dapat diuji apabila beberapa asumsi penggunaan SEM dapat dipenuhi. Hal-hal yang perlu dilihat adalah: ukuran sampel minimal 100 unit; data berdistribusi nomal dan berpola linier; evaluasi *outliers* dengan metode *univariate* dan *multivariate.* Apabila asumsi-asumsi pengguna SEM sudah dapat dipenuhi, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji kesesuaian dan uji statistik (*goodness of fit test*).

Step 7: Menginterpretasikan dan memodifikasi model

Langkah terakhir dari serangkaian langkah diatas adalah menginterpretasikan dan memodifikasi model apabila ternyata estimasi yang dihasilkan tidak memiliki tingkat prediksi seperti yang diharapkan atau memiliki tingkat residual yang tinggi. Secara ringkas pedoman kriteria kelayakan pemodelan (*goodness of fit index*) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Goodness of Fit Index

Goodness of Fit	Cut-off value
Chi-Square (X^2)	Diharapkan kecil
Significance Probability	$\geq$ 0,05
RMSEA	$\leq$ 0,08
GFI	$\geq$ 0.90
AGFI	$\geq$ 0.90
CMN / DF	$\leq$ 2,00
TLI	$\geq$ 0,95
CFI	$\geq$ 0.95

Source: Hair et al (2010)

Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksirkan hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali,2011:228). Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dapat dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kasualitas imajiner (Ghozali, 2011:228).

Penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kasualitas antar variabel (model casual) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2011:229). *Path analysis* merupakan metode *multivariate* (lebih dari satu variabel dependen) yang dapat digunakan untuk mengestimasi pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) dan pengaruh total (*total effect*) diantara beberapa variabel (Ghozali, 2011:229).

Berikut ini adalah analisis jalur untuk menguji hubungan antara strategi SCM dan kinerja keuangan yang dimediasi oleh variabel kinerja logistik dan kinerja pemasaran dengan gambar seperti berikut ini :

Gambar 3.1
Model Analisis Jalur (*path analysis*)

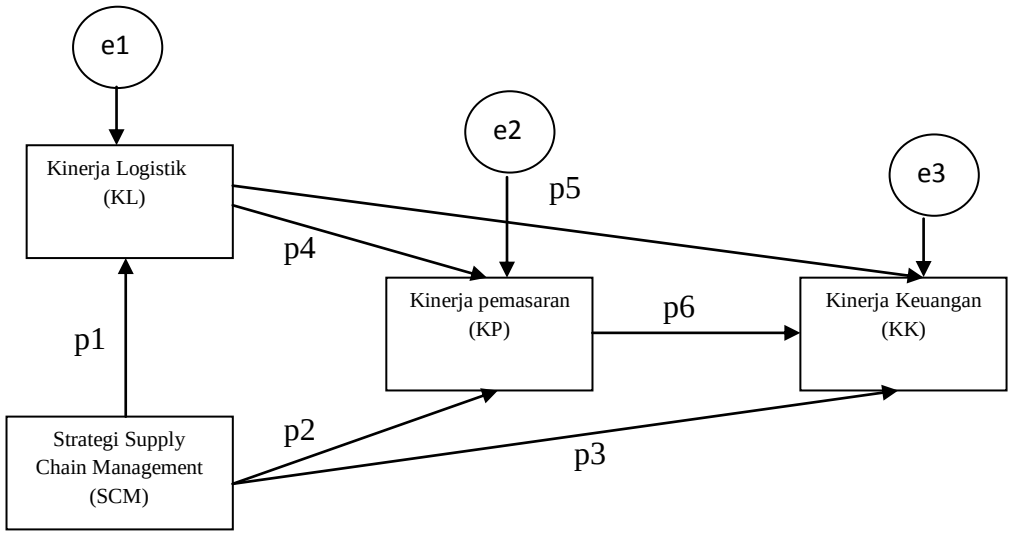


Diagram jalur memberikan secara eksplisit hubungan kausalitas antar variabel berdasarkan pada teori. Anak panah menunjukkan hubungan antar variabel. Model bergerak dari kiri ke kanan dengan implikasi prioritas hubungan kausal variabel yang dekat ke sebelah kiri. Setiap nilai **p** menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Model analisis jalur yang dikembangkan adalah sebagai berikut :

KL = p1SCM + e1

KP = p2SCM + e2

KK = p3SCM + e3

KP =p4KL + e1

KK= p5KL + e2

KK= p6KP + e3

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan langsung terjadi jika satu variabel mempengaruhi variabel lainnya tanpa ada variabel ke tiga yang memediasi (intervening) hubungan kedua variabel tadi. Hubungan tidak langsung adalah jika ada variabel ke tiga yang memediasi hubungan kedua variabel ini. Kemudian pada setiap variabel dependen (endogen variabel) akan ada anak panah yang menuju ke variabel ini dan ini berfungsi untuk menjelaskan jumlah variance yang tidak dapat dijelaskan (unexplained variance) oleh variabel itu. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

p value < 0,05 atau nilai Critical Ratio > 1,96, maka hipotesis **diterima.**

p value > 0,05 atau nilai Critical Ratio < 1,96 maka hipotesis **ditolak.**

BAB IV

ANALISIS DATA

Setelah melakukan penelitian terhadap 160 perusahan manufaktur di indonesia, selanjutnya dilakukan analisis data dan pembahasan. Adapun urutan analisis data adalah uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas data, analisis dekriptif karakteristik responden dan jawaban responden, dan analisis jalur serta pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

4.1 Uji Kualitas Data

4.1.1 Uji Validitas

Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu tes dapat melakukan fungsi ukuranya. Semakin tinggi validitas suatu alat maka semakin tepat pula alat pengukur tersebut mengenai sasarannya, dan sebaliknya semakin rendah suatu alat pengukur, maka semakin jauh pula alat pengukur tersebut mengenai sasaranya. Teknik yang digunakan adalah memakai *Pearson Correlation*, dihitung menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 21. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Kuesioner Penelitian

Pernyataan	R_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Strategi SCM			
SCM1	0,545	0,155	Valid
SCM2	0,690	0,155	Valid
SCM3	0,716	0,155	Valid
SCM4	0,724	0,155	Valid
SCM5	0,737	0,155	Valid
SCM6	0.563	0,155	Valid
Kinerja Logistik			
KL1	0,680	0,155	Valid

KL2	0,739	0,155	Valid
KL3	0,709	0,155	Valid
KL4	0,823	0,155	Valid
KL5	0,817	0,155	Valid
KL6	0,751	0,155	Valid
Kinerja Pemasaran			
KP1	0,623	0,155	Valid
KP2	0,674	0,155	Valid
KP3	0,623	0,155	Valid
Kinerja Keuangan			
KK1	0,688	0,155	Valid
KK2	0,741	0,155	Valid
KK3	0,750	0,155	Valid
KK4	0,759	0,155	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2017

Adapun kriteria yang digunakan dalam menemukan valid tidaknya pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : tingkat kepercayaan = 95 persen (α= 5 persen), derajat kebebasan/*degree of freedom* (df) = n – 2 = 160 – 2 = 158, didapat r tabel = 0,155. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka bukti pernyataan dikatakan valid.

Dari Tabel 4.1 diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel = 0,197 (nilai r tabel untuk n = 100), sehingga semua indikator tersebut adalah valid.

4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban kuesioner, sehingga mampu menunjukkan keandalan sebuah alat ukur. Dalam pengujian ini dilakukan dengan Uji *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Crobach	Nilai Kritis	Keterangan
Strategi SCM	0.738	0.6	Reliabel
Kinerja Logistik	0.847	0.6	Reliabel
Kinerja Pemasaran	0.674	0.6	Reliabel
Kinerja Keuangan	0,716	0.6	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuesioner penelitian ini dapat dinyatakan handal / reliabel. Artinya kuesioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deksirptif ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis jawaban responden terhadap variabel penelitian.

4.2.1 Deskripsi Responden Penelitian

Data primer yang telah berhasil dikumpulkan oleh peneliti kemudian dianalisis. Analisis karakteristik responden meliputi jenis kelamin, umur, jenis usaha, dan umur usaha.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat dalam tabel 4.3:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	35	22%
Laki-Laki	125	78%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuisioner mayoritas adalah responden laki-laki yaitu berjumlah 125 responden atau sebesar 78% dan responden perempuan berjumlah 35 responden atau sebesar 22%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil tentang deskripsi responden berdasarkan karakteristik usia dapat dilihat seperti yang tersaji dalam tabel 4.4 :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	0	0%
20-30 tahun	4	3%
31-40 tahun	116	72%
> 41 tahun	40	25%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Dengan melihat struktur usia responden dapat diketahui bahwa mayoritas berusia antara 31-40 tahun yaitu sebanyak 116 orang atau 72%, sedangkan secara berturut-turut adalah mereka dengan umur 41 tahun ke atas atas sebesar 40 orang atau 25% dan mereka dengan umur 20-30 tahun sebesar 4 orang atau 3%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Hasil deskripsi tentang responden berdasarkan jenis usaha dapat dilihat dalam tabel 4.5 :

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
Sektor Industri Dasar dan Kimia	12	8%
Aneka Industri	83	52%
Industri Barang Konsumsi	45	28%
Lain-Lain	20	12%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa mayoritas perusahaan adalah aneka industri sebesar 83 responden atau 52%, industri barang konsumsi sebesar 45 responden atau 28%, industri lain-lain sebesar 20 responden atau 12%, dan sektor industri dasar dan kimia sebesar 12 responden atau 8%.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Hasil deskripsi tentang responden berdasarkan umur perusahaan dapat dilihat dalam tabel 4.6 :

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan

Umur Prusahaan	Jumlah	Persentase
0-5 tahun	15	10%
5-10 tahun	42	26%
> 10 tahun	103	64%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Dengan melihat umur perusahaan dapat diketahui bahwa mayoritas perusahaan mempunyai umur adalah selama > 10 tahun sebesar 103 responden

atau 64%. Selanjutnya secara berturut-turut adalah perusahaan dengan umur 5-10 tahun sebesar 42 responden atau 26% dan perusahaan dengan umur 0-5 tahun sebesar 15 responden atau 9%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja

Hasil deskripsi tentang responden berdasarkan modal kerja dapat dilihat dalam tabel 4.7 :

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Modal Kerja

Modal Kerja	**Jumlah**	**Persentase**
Kurang dari Rp. 10.000.000.000,-	25	16%
Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000	102	64%
Diatas 100.000.000.000	33	20%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Dengan melihat umur perusahaan dapat diketahui bahwa mayoritas perusahaan mempunyai modal kera adalah Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000 sebesar 107 responden atau 67%. Selanjutnya secara berturut-turut adalah perusahaan dengan modal kerja Diatas 100.000.000.000 sebesar 33 responden atau 20% dan perusahaan dengan modal kerja Kurang dari Rp. 10.000.000.000,- sebesar 25 responden atau 16%.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Tenaga Kerja

Hasil deskripsi tentang responden berdasarkan tenaga kerja dapat dilihat dalam tabel 4.8 :

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Modal Kerja	**Jumlah**	**Persentase**
< 100 karyawan	19	12%
100-300 karyawan	71	44%
301-500 karyawan	38	24%
> 500 karyawan	32	20%
Total	160	100%

Sumber : Data Primer, 2017

Dengan melihat umur perusahaan dapat diketahui bahwa mayoritas perusahaan mempunyai jumlah tenaga kerja adalah 100-300 karyawan sebesar 71 responden atau 44%. Selanjutnya secara berturut-turut adalah perusahaan dengan jumlah tenaga kerja 301-500 sebesar 38 atau 24%, perusahaan dengan karyawan > 500 sebesar 32 perusahaan atau 20% dan perusahaan dengan jumlah karyawan kurang dari 25 atau 16%.

4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden

Untuk mendeskripsikan jawaban variabel dapat ditunjukkan dengan nilai rata-rata variabel. Berpedoman pada nilai minimum dan nilai maksimum maka dapat ditentukan interval penilaian sebagai berikut:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Interval} = \frac{\text{Maksimum - minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0{,}80$$

Nilai rata-rata 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak baik

Nilai rata-rata 1,81 – 2,60 = Tidak baik

Nilai rata-rata 2,61 – 3,40 = Netral

Nilai rata-rata 3,41 – 4,20 = Baik

Nilai rata-rata 4,21 – 5,00 = Sangat Baik

4.2.2.1 Variabel Strategi SCM

Hasil deskriptif atau penilaian responden pada strategi SCM ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9

Strategi SCM

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Perusahaan melakukan integrasi kegiatan SCM	3,55	Baik
2	Perusahaan menumbuhkan kepercayaan di seluruh rantai pasokan	3,69	Baik
3	Perusahaan membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan	3,68	Baik
4	Perusahaan berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pelanggan	3,71	Baik
5	Perusahaan memperluas rantai pasokan di luar perusahaan	3,74	Baik
6	Perusahaan berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pemasok	3,66	Baik
	Mean Total	3,69	Baik

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa dari 160 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan strategi SCM. Penilaian tertinggi pada item Perusahaan memperluas rantai pasokan di luar perusahaan. Sedangkan penilaian terendah pada item Perusahaan melakukan integrasi kegiatan SCM. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat strategi SCM perusahaan di Indonesia cenderung baik, terbukti pimpinan memberikan penilaian yang baik.

4.2.2.2 Variabel Kinerja Logistik

Berikut dijelaskan untuk hasil jawaban responden Kinerja Operasional.

Tabel 4.10

Kinerja Logisik

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Perusahaan mempunyai kecepatan pengiriman logistik	3,77	Baik
2	Perusahaan mempunyai tingkat ketahanan pengiriman logistik yang tinggi	3,88	Baik
3	Perusahaan sangat tergantung terhadap kinerja logistik mereka	3,94	Baik
4	Tingkat daya tanggap logistik perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis dapat diandalkan	3,59	Baik
5	Pengiriman logistik perusahaan sangat fleksibel dengan perubahan lingkungan bisnis	3,64	Baik
6	Perusahaan memiliki kapasistas pemesanan yang baik	3,71	Baik
	Mean Total	3,76	Baik

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa dari 160 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja logistik. Penilaian terendah pada item Tingkat daya tanggap logistik perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis dapat diandalkan dan penilaain tertinggi pada item Perusahaan sangat tergantung terhadap kinerja logistik mereka. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja logistik. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja logistik perusahaan manufaktur di Indonesia dalam kondisi baik, terbukti pimpinan memberikan penilaian yang baik.

4.2.2.3 Variabel Kinerja Pemasaran

Penilaian kinerja pemasaran adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Kinerja Pemasaran

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Perusahaan mengalami pertumbuhan market share selama 3 tahun terakhir	3,73	Baik
2	Perusahaan mengalami pertumbuhan volume penjualan (dalam unit) dalam 3 tahun terakhir	3,78	Baik
3	Perusahaan mengalami pertumbuhan penjulaan (dalam rupiah) dalam 3 tahun terakhir	3,73	Baik
	Mean Total	3,75	Baik

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa dari 160 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja pemasaran. Penilaian terendah pada item Perusahaan mengalami pertumbuhan penjulaan (dalam rupiah) dalam 3 tahun terakhir dan pertumbuhan market share selama 3 tahun terakhir dan penilaian tertinggi pada item Perusahaan mengalami pertumbuhan volume penjualan (dalam unit) dalam 3 tahun terakhir. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja pemasaran perusahaan di Indonesia dalam kondisi baik, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.2.2.4 Variabel Kinerja Keuangan

Penilaian kinerja keuangan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Kinerja Keuangan

NO	PERNYATAAN	Mean	Kategori
1	Perusahaan mengalami peningkatan rata-rata return on investment selama 3 tahun terakhir	3,79	Baik
2	Perusahaan mengalami peningkatan rata-rata laba selama tiga tahun terakhir	3,76	Baik
3	Perusahaan mengalami peningkatan pertumbuhan laba selama tiga tahun terakhir	3,69	Baik
4	Perusahaan mengalami rata-rata return on asset selama tiga tahun terakhir	3,74	Baik
	Mean Total	3,75	Baik

Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.12 diatas dapat dilihat bahwa dari 160 responden yang diambil sebagai sampel, mayoritas memberikan penilaian baik pada seluruh item pertanyaan kinerja keuangan. Penilaian terendah pada item Perusahaan mengalami peningkatan pertumbuhan laba selama tiga tahun terakhir dan penilaain tertinggi pada item Perusahaan mengalami peningkatan rata-rata return on investment selama 3 tahun terakhir. Secara keseluruhan responden memberikan penilaian baik pada variabel kinerja keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kinerja keuangan perusahaan di Indonesia dalam kondisi baik, terbukti responden memberikan penilaian yang baik.

4.3 Analisis Jalur

Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur atau *Path Analisys* dan uji asumsi SEM. Model analisis jalur ini digunakan analisis SEM (*Structural Equation Model*) yaitu sekumpulan teknik-teknik statistikal yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif

rumit secara simultan. Analisis ini sekaligus untuk membuktikan hipotesis penelitian ini yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya.

Untuk melakukan analisis data dengan metode SEM diperlukan tahap-tahap pengujian yaitu :

4.3.1. Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit*)

Untuk mengetahui kriteria model yang baik (*Goodness of Fit*) digunakan: *Absolut Fit Measured* (pengukuran indeks mutlak), *Incremental Fit Measured* (Pengukuran tambahan indeks) dan *Parsimonious Fit Measured* (Pengukuran kesederhanaan indeks). Uji kebaikan model ini menggunakan *software* Amos versi 6.0. Berikut ini *goodness of fit index* yang dihasilkan setelah pengujian :

Tabel 4.13

Goodness of Fit Index

Goodness of Fit Index	**Hasil**	*Cut Off Value*	*Kriteria*
Likelihood Chi Square	161,939	Diharapkan kecil	Baik
Probability	0,174	≥0,05	Baik
RMSEA	0,026	≤0,08	Baik
GFI	0,902	≥0,9	Baik
AGFI	0,872	≥0,9	Marginal
TLI	0,981	≥0,90	Baik
CFI	0,984	≥0.90	Baik

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2017

Hasil *goodness of fit* sebagian besar dinyatakan baik kecuali AGFI yang nilainya hampir mendekati nilai yang ditentukan atau dapat disebut dalam kondisi

marginal. Dengan demikian model penelitian ini telah dapat dinyatakan memenuhi kesesuaian model (*goodness of fit*).

4.3.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian dilakukan uji satu sisi, karena hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen dihipotesiskan berpengaruh positif. Untuk mengetahui apakah hipotesis didukung oleh data atau tidak, maka nilai probabilitas dari *Critical Ratio* (C.R) dibandingkan dengan α = 5%. Apabila *Standardized Koefisien* parameter bernilai positif dan nilai probabilitas dari *Critical Ratio* (C.R) kurang dari α= 5%, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian didukung oleh data (terbukti secara signifikan). Berdasarkan analisis statistik dengan menggunakan program AMOS versi 20, diperoleh hasil uji hipotesis yang merupakan uji hubungan kausalitas dari masing-masing variabel penelitian sebagaimana disajikan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.14

Hasil Estimasi Model Penelitian

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KL <--- SCM	,762	,158	4,816	,000	
KP <--- SCM	,684	,181	3,768	,000	
KK <--- SCM	,362	,137	2,632	,008	
KP <--- KL	,343	,124	2,765	,006	
KK <--- KL	,214	,108	1,981	,048	
KK <--- KP	,230	,115	1,994	,046	

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat ditulis persamaan :

KL= 0,762SCM + e1

KP= 0,684SCM + e2

KK= 0,362SCM + e3

KP= 0,343KL + e1

KK= 0,214KL + e2

KK= 0,230KP + e3

Hasil analisis SEM di atas, maka hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja logistik.

Hipotesis alternatif pertama bahwa "Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja logistik." Hasil koefisien jalur Kinerja *Supply Chain Management* terhadap Kinerja logistik adalah sebesar 0,762 dengan nilai p-value (0,000 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja logistik. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini **dapat didukung**.

2. Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Pemasaran.

Hipotesis alternatif kedua bahwa "Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran." Hasil koefisien jalur Kinerja *Supply Chain Management* terhadap Kinerja pemasaran adalah sebesar 0,684 dengan nilai p-value (0,000 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif signifikanterhadap Kinerja pemasaran. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini **dapat didukung**.

3. Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis alternatif ketiga bahwa "Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan". Hasil koefisien jalur kinerja *Supply Chain Management* terhadap Kinerja keuangan adalah sebesar 0,362 dengan nilai p-value (0,008 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja keuangan. Dengan demikian hipotesis ketiga dalam penelitian ini **dapat didukung**.

4. Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Pemasaran

Hipotesis alternatif keempat bahwa "Kinerja logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran". Hasil koefisien jalur Kinerja logistik terhadap Kinerja pemasaran adalah sebesar 0,343 dengan nilai p-value (0,006 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja Kinerja logistik berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja pemasaran dengan demikian hipotesis keempat dalam penelitian ini **dapat didukung**.

5. Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis alternatif kelima bahwa "Kinerja logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan". Hasil koefisien jalur Kinerja logistik terhadap Kinerja keuangan adalah sebesar 0,214 dengan nilai p-value (0,048 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja logistik berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja keuangan dengan demikian hipotesis kelima dalam penelitian ini **dapat didukung**.

6. Pengaruh Kinerja Pemasaran Terhadap Kinerja Keuangan

Hipotesis alternatif keenam bahwa "Kinerja pemasaran berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan". Hasil koefisien jalur Kinerja pemasaran terhadap Kinerja keuangan adalah sebesar 0,230 dengan nilai p-value (0,046 < 0,05). Hal ini berarti Kinerja pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja keuangan dengan demikian hipotesis keenam dalam penelitian ini **dapat didukung**.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja logistik

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja logistik. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja logistik.

Supply chain management merupakan suatu konsep yang menyangkut pola-pola pendistribusian produk secara optimal. Pola baru ini menyangkut aktivitas pendistribusian, jadwal produksi, dan logistik. Esensi dari supply chain management adalah sebagai senjata strategis untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dengan mengurangi investasi tanpa mengorbankan kepuasan pelanggan (Mohan, 2003).

Dalam *supply chain management* dikenal sebuah kegiatan, yaitu logistik. Logistik meliputi kegiatan seperti pergudangan (*warehouse*), distribusi barang (*distribution*), transportasi barang (*freight transportation*), dan pengelolaan pesanan (*sales order processing*). Berbagai perusahaan menerapkan supply chain management untuk meningkatkan efisiensi pada proses logistik (van hoek, 2008).

Hasil ini sesuai penelitian Penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja logistik.

4.4.2 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Menurut Heyzer dan Render (2005) perusahaan perlu mempertimbangkan permasalahan rantai pasokan untuk memastikan bahwa rantai pasokan mendukung strategi perusahaan. Jika fungsi manajemen operasi mendukung strategi perusahaan secara keseluruhan, maka rantai pasokan didesain untuk mendukung strategi manajemen operasi. Fasilitas dan biaya-biaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dengan tujuan mencapai biaya minimum dan service level maksimum semuanya dipertimbangkan dalam *supply chain management.* Penelitian Li et.al (2006) menyatakan bahwa *supply chain management* yang efektif berpotensi menjadi suatu strategi untuk mempertahankan keunggulan bersaing dan meningkatkan kinerja organisasi dikarenakan persaingan saat ini berada pada persaingan antar *supply chain management* yang digunakan oleh perusahaan.

Hasil ini sesuai penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

4.4.3 Pengaruh Kinerja *Supply Chain Management* Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja keuangan.

Kinerja keuangan biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Kekurangan dari semua pengukuran berbasis data akuntansi adalah fokusnya pada kinerja yang sudah lalu. Data dari tahun-tahun sebelumnya sangat sedikit dapat menunjukkan potensi masa depan dari sebuah perusahaan. Maka, kinerja perusahaan tidak dapat diukur hanya berdasarkan pengukuran berbasis data akuntansi saja. Beberapa ahli menggunakan tingkat pengembalian atas penjualan (*return on sales*), profitabilitas, pertumbuhan penjualan, perbaikan produktivitas kerja, dan perbaikan biaya produksi untuk mengukur kinerja keuangan (Suharto dan Devie, 2013).

Supply chain management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan (Levi et al, 2000). Tujuan dari *Supply Chain Management* adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Di sisi lain, tujuannya adalah untuk meminimalkan biaya keseluruhan (biaya pemesanan,

biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya transpotasi dan lain-lain) sehingga penurunan biaya akan meningkatkan laba perusahaan.

Hasil ini sesuai penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja SCM berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

4.4.4 Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Pemasaran

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja pemasaran. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja logistik akan meningkatkan kinerja pemasaran.

Lai, K dan Cheng (2003) menekankan pentingnya logistik transportasi dalam rantai pasokan karena, penyedia jasa logistik membangun hubungan antara pemasok, produsen, penjual dan konsumen akhir. Mereka menyatakan bahwa penyedia layanan logistik harus berkonsentrasi pada peningkatan kinerja supply chain, berdasarkan kinerja organisasi yang akan ditingkatkan. Green et al (2008) mempelajari tentang pengaruh strategi manajemen rantai pasokan pada kinerja logistik dan kinerja organisasi.

Pelaksanaan rantai pasokan hasil strategi manajemen dalam peningkatan kinerja logistik, dan akan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran. Sejak kinerja logistik telah dianggap sebagai dasar evaluasi strategi manajemen rantai pasokan, penyedia jasa logistik harus berkonsentrasi pada peningkatan kinerja supply chain. Akibatnya, kinerja organisasi akan meningkat. Kualitas barang dan jasa dapat disajikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan secara tepat dalam waktu sesingkat mungkin dan dengan harga yang wajar melalui pelaksanaan strategi berdasarkan

universalitas dan integrasi dengan pelanggan dan pemasok, proses dan kegiatan, dan pelaksanaan kegiatan yang meningkatkan dan mengintensifkan kerjasama dan kepercayaan hubungan antara peserta.

Hasil ini sesuai penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran.

4.4.5 Pengaruh Kinerja Logistik Terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja logistik berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja logistik akan meningkatkan kinerja keuangan.

Kinerja manajemen logistik menunjuk pada kemampuan unit logistik untuk melaksanakan tugas-tugasnya dalam memenuhi berbagai kebutuhan unit-unit kerja atas barang-barang logistik. Dalam pokok bahasan ini dibahas mengenai pengertian kinerja dan kinerja logistik serta penyusunan laporan kinerja logistik.

Kinerja logistik dapat berdampak pada kinerja keuangan perusahaan. Kinerja logistik yang tinggi dapat berkontribusi untuk meningkatkan efisiensi operasional, meningkatkan aksesibilitas ke jaringan internasional dan meningkatkan volume perdagangan. Akhirnya, hasil jangka panjang dari logistik perusahaan dapat dilihat pada kinerja keuangan perusahaan. Singkatnya, harapan perusahaan dalam menggunakan logistik dapat diklasifikasikan ke dalam memperbaiki di tingkat operasional, meningkatkan layanan pelanggan, mengakses sumber daya, mengurangi biaya, fokus pada bisnis inti, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kinerja bisnis, dan mengembangkan jaringan bisnis.

Hasil ini sesuai penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja logistik berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

4.4.6 Pengaruh Kinerja Pemasaran terhadap Kinerja Keuangan

Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja pemasaran berpengaruh positif terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja keuangan akan meningkatkan kinerja keuangan.

Kinerja pemasaran merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan perusahaannya di dunia persaingan bisnis (Wahyono 2002). Dimensi untuk mengukur kinerja pemasaran adalah pertumbuhan penjualan, pertumbuhan pelanggan serta tingkat keuntungan. Pertumbuhan penjualan akan bergantung pada jumlah pelanggan yang telah diketahui tingkat konsumsi rata-ratanya yang bersifat tetap. Bukti empirik menyatakan bahwa bagi manajemen pemasaran tingkat pertumbuhan pelanggan lebih penting daripada sekedar jumlah pelanggan yang dimiliki (Wahyono 2002). Kinerja pemasaran didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja meliputi volume penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan dan pertumbuhan penjualan (Khamidah 2005). Kinerja pemasaran juga dikatakan sebagai kemampuan organisasi mentransformasikan diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Khamidah 2005). Dengan memahami akan kebutuhan yang tersembunyi akan produk baru dan pelayanan pemasaran perusahaan, hal ini pasti secara langsung berpengaruh kepada

keunggulan bersaing seperti suksesnya produk baru, kualitas yang baik, pelanggan yang potensial dan pertumbuhan profit (Diosdad 2003).

Hasil ini sesuai penelitian Green et al (2010) membuktikan bahwa kinerja pemasaran berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja logistik. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja logistik.
2. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja pemasaran. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja pemasaran.
3. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja *Supply Chain Management* berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja SCM akan meningkatkan kinerja keuangan.
4. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja logistik berpengaruh positif Terhadap Kinerja pemasaran. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja logistik akan meningkatkan kinerja pemasaran.
5. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja logistik berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja logistik akan meningkatkan kinerja keuangan.
6. Hasil penelitian membuktikan bahwa Kinerja pemasaran berpengaruh positif Terhadap Kinerja keuangan. Hal ini berarti bahwa semakin baik kinerja keuangan akan meningkatkan kinerja keuangan.

5.2 Saran

Berdasar kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatkan peran strategi SCM karena terbukti berpengaruh terhadap kinerja perusahaan baik kinerja logistik, kinerja pemasaran dan kinerja keuangan seperti perusahaan melakukan integrasi kegiatan SCM, menumbuhkan kepercayaan di seluruh rantai pasokan, membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan, berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pelanggan, memperluas rantai pasokan di luar perusahaan dan berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pemasok.
2. Meningkatkan kinerja logistik perusahaan karena terbukti mampu meningkatkan perusahaan baik kinerja pemasaran dan kinerja keuangan. Untuk itu perlu adanya strategi-strategi perusahaan yaitu peningkatan kecepatan pengiriman logistik, ketahanan pengiriman logistik yang tinggi, ketergantungan terhadap kinerja logistik mereka, tingkat daya tanggap logistik perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis dapat diandalkan, fleksibilitas dengan perubahan lingkungan bisnis dan kapasistas pemesanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anatan, Lina. 2010. *Pengaruh Implementasi Praktik-Praktik Manajemen Rantai Pasokan terhadap Kinerja Rantai Pasok dan Keunggulan Kompetitif*. Karisma, Vol. 04 (02): 106-117, 2010

Anatan, Lina. 2012. *Peran Implementasi Manajemen Rantai Pasokan dalam Perekonomian Era Global (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia)*. Zenit Volume 1 Nomor 2 Agustus 2012

Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan praktik.* Jakarta: PT. Rineka Cipta

Bowersox, Donald J. 2002.*Manajemen Logistik*, jilid 1 .Jakarta : Bumi Aksara.

Diosdad, Arnold. 2003. *Pengaruh Budaya Perusahaan terhadap Keunggulan Bersaing*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Vol. II. No 3.

Fahmi, I. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural dan Aplikasi dengan Program.* Amos *21*

Given, Lisa M. (editor). 2008. *The Sage encyclopedia of qualitative research methods*. Thousand Oaks: Sage.

Green Jr, Kenneth W, Dwayne Whitten, dan R. Anthony Inman. 2008. *The impact of logistics performance on organizational performance in a supply chain context*. *Supply Chain Management: An International Journal* 13/4 (2008) 317–327

Hair et al. 2010. *Multivariate Data Analysis*, Seventh Edition. Pearson Prentice Hall

Heizer, Jay, and Barry Render. 2004. *Operation Management*, Seventh Edition, Pearson Prentice Hall Inc. USA

Indrajit, Richardus dan Richardus Djokopranoto. 2005. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta

Khamidah. 2005. *Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Perusahaan Kerajinan Keramik di Sentra Industri Kasongan,*

Kabupaten Bantul, Yogyakarta). Jurnal Sains Pemasaran Indonesi, Vol. IV. No 3.

Kinra, A., Kotzab, H., 2008. *A macro-institutional perspective on supply chain environmental complexity.* International Journal of Production Economics : 115, 283– 295

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid *1*, Edisi. 13, Erlangga

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT INDEKS Kelompok Gramedia

Lai, K. and Cheng, T.C.E. 2003. *Supply chain performance in transport logistics: an assessment by service providers*. International Journal of Logistics: Research and Applications, Vol. 6 No. 3, pp. 152-64

Levi, David Simchi, Philip Kamin Sky & Edith Simchi Levi. 2000. *Designing And Managing The Supply Chain : Concept, Strategies And Case Studies*. Singapore : Irwin McGraw-Hill

Li, S., Ragu-Nathan,B., Ragu-Nathan, T.S. & Subba Rao, S. 2006. *The Impact of Supply Chain Management Practise on Competitive Advantage and Organizational Performance*. Omega, *34(1). 107 – 124.*

Simamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Utama

Srimindarti, Ceacillia. 2004. *Balanced Scorecard sebagai Alternatif Untuk Mengukur Kinerja*. Fokus Ekonomi.

Stefani, Venska dan Sunardi, Oki. 2014. *Peran Dependency, Commitment, Trust dan Communication terhadap Kolaborasi Rantai Pasok dan Kinerja Perusahaan: Studi Pendahuluan*. Jurnal Manajemen Teknologi Vol.13, No.3, 2014

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis* , Bandung : ALFABETA.

Suharto, dan Devi. 2013. *Analisa Pengaruh Supply Chain Management Terhadap Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Perusahaan*. Business Accounting Review. *VOL. 1. NO 2, 2013*

Van Hoek dan Harrison. 2008. *Logistics Management and Strategy*. England : Prentice – Hall.

Wahyono,2002. *Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Industri Meubel di Kabupaten Jepara)*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. I. No 1.

Weston, J.F dan Copeland. 2010. *Dasar–Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Jakarta : Erlangga

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Kepada:

Yth: Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Saya adalah Mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH KINERJA LOGISTIK TERHADAP KINERJA ORGANISASI DALAM KONTEKS STRATEGI MANAJEMEN RANTAI PASOKAN".** Penelitian ini merupakan syarat untuk kelulusan dijenjang pendidikan Strata Satu (S1).

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia mengisi kuisioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang tertera berikut ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat saya harapkan demi terselesainya penelitian ini. Jawaban dan identitas responden akan terjamin kerahasiaanya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuisioner ini, dengan rendah hati saya ucapkan terima kasih.

DAFTAR PERTANYAAN

Karakteristik Responden

Mohon diisi semua pertanyaan dibawah ini dengan memberi tanda (X) pada jawaban yang paling sesuai.

1. Nama : …….. (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : ☐ Pria ☐ Wanita
3. Umur : ☐ < 20 tahun ☐ 21-30 tahun
   ☐ 31-40 tahun ☐ lebih dari 41 tahun
4. Jenis Usaha : ☐ Sektor Industri Dasar dan Kimia
   ☐ Aneka Industri
   ☐ Industri Barang Konsumsi
   ☐ Lain-Lain : .....

5. Umur perusahaan :
   a. 0-5 tahun b. 5-10 tahun
   c. > 10 tahun
6. Modal Kerja : ☐ < Rp. 10.000.000.000,-
   ☐ Rp.10.000.000.000 s/d Rp. 100.000.000.000
   ☐ > Rp. 100.000.000.000
7. Tenaga Kerja : ☐ < 100 karyawan
   ☐ 100-300 karyawan
   ☐ 300-500 karyawan
   ☐ > 500 karyawan

Isilah tanda silang (X) pada jawaban yang Bpk/Ibu/Sdr/i anggap paling cocok. (satu jawaban saja)

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak setuju

N : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

ITEM PERNYATAAN:

1. Strategi SCM

No.	**Pertanyaan**	**STS**	**TS**	**N**	**S**	**SS**
1.	Perusahaan melakukan integrasi kegiatan SCM					
2.	Perusahaan menumbuhkan kepercayaan di seluruh rantai pasokan					
3.	Perusahaan membangun kontak lebih sering dengan anggota rantai pasokan					
4.	Perusahaan berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pelanggan					
5.	Perusahaan memperluas rantai pasokan di luar perusahaan					
6.	Perusahaan berkomunikasi kebutuhan strategis di masa depan dengan pemasok					

2. Kinerja Logistik

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Perusahaan mempunyai kecepatan pengiriman logistik					
2.	Perusahaan mempunyai tingkat ketahanan pengiriman logistik yang tinggi					
3.	Perusahaan sangat tergantung terhadap kinerja logistik mereka					
4.	Tingkat daya tanggap logistik perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis dapat diandalkan					
5.	Pengiriman logistik perusahaan sangat fleksibel dengan perubahan lingkungan bisnis					
6.	Perusahaab memiliki kapasistas pemesanan yang baik					

3. Kinerja Pemasaran

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Perusahaan mengalami pertumbuhan market share selama 3 tahun terakhir					
2.	Perusahaan mengalami pertumbuhan volume penjualan (dalam unit) dalam 3 tahun terakhir					
3.	Perusahaan mengalami pertumbuhan					

	penjulaan (dalam rupiah) dalam 3 tahun terakhir					

1. Kinerja Keuangan

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Perusahaan mengalami peningkatan rata-rata return on investment selama 3 tahun terakhir					
2.	Perusahaan mengalami peningkatan rata-rata laba selama tiga tahun terakhir					
3.	Perusahaan mengalami peningkatan pertumbuhan laba selama tiga tahun terakhir					
4.	Perusahaan mengalami rata-rata return on asset selama tiga tahun terakhir					

LAMPIRAN 2

DATA PENELITIAN

Res	SCM1	SCM2	SCM3	SCM4	SCM5	SCM6	KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KP1	KP2	KP3	KK1	KK2	KK3	KK4
1	1	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3
2	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4
3	2	1	1	2	1	5	1	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5
5	5	4	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3
6	1	2	2	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4
7	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
8	5	3	3	3	3	3	5	2	5	2	2	3	2	2	2	4	2	2	2
9	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
10	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
11	2	2	2	2	2	2	5	5	5	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2
12	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
13	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
14	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	5
15	2	2	2	2	5	5	4	4	3	4	4	5	1	5	3	4	4	3	5
16	1	2	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	2	5	5	5
17	1	4	4	4	4	4	5	5	2	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5
18	5	1	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	5	4	4
20	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5
21	5	4	4	4	1	3	4	4	4	5	5	4	4	5	1	5	1	5	4
22	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5
23	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4	2	1	5	4	4	4	4	4
24	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
26	1	5	4	4	5	2	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3
27	4	1	5	4	4	4	2	2	2	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5
28	5	5	1	5	5	4	5	2	2	4	5	2	5	5	4	5	4	3	5
29	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
30	3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5
31	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	5	5	5	2	4	4	5	4	3
32	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4	1	4	5	5	4	1	2	1
33	4	5	4	5	5	2	2	3	5	2	2	5	5	4	4	4	4	5	5
34	3	3	3	3	3	2	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	1	4	4
35	1	1	1	1	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	5	2	4	3	3
36	5	4	5	4	1	4	1	2	2	2	2	2	2	5	1	2	4	3	3

37	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
38	3	5	5	5	3	4	2	2	2	1	1	2	5	5	2	2	2	3	4
39	5	1	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	4	1	4	4	3	4	5	5	5	1	1	5	4	5	4	2	3	3
41	1	5	3	1	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3
42	3	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	3	5	5	3	2	4	4
43	1	1	5	4	4	3	4	5	5	3	5	5	4	5	3	3	5	3	3
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	1
45	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	1
46	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	5
47	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	2	3	5	3
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
49	4	4	4	4	4	4	1	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	3	3	4	3	3	3	5	1	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3
51	1	5	5	5	5	2	5	5	1	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
52	4	5	3	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	3	5
53	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	1	5	3	3	4	4	4	3	3
54	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	1	2	3	5
55	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5
56	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4	5	3
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	5	2	3	3
58	1	5	4	5	4	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4
59	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
60	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
61	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	3	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	5	5	3	3
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	5	2	2
66	3	4	4	3	4	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4
68	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
69	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	3	5	5	5	5	5
70	3	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	1	5	5	4	4	4	3
71	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	1	3	5	5	4	5	5
72	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5
73	4	1	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	1	2	2	2	2	2	5
74	4	5	1	3	4	4	3	3	5	3	3	4	1	5	5	3	3	5	5
75	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4
76	3	3	3	3	1	4	3	3	4	3	5	4	1	2	5	5	4	5	3
77	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5

78	4	4	4	4	4	3	3	5	5	3	3	3	4	4	5	3	3	3	3
79	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
80	3	3	3	4	4	3	2	5	2	4	4	4	5	5	2	2	2	2	2
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1
82	5	5	5	1	1	1	3	3	1	3	3	5	5	2	5	1	2	2	1
83	5	5	5	1	3	5	3	5	5	3	3	3	1	3	4	4	5	3	5
84	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	1	5	5	1	3	5	1	5
85	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
87	4	3	4	3	3	3	3	5	4	3	5	3	4	4	5	5	5	3	3
88	3	3	3	3	3	4	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
89	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5
90	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3
91	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
93	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4
95	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
96	3	4	4	3	3	5	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4
98	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	5	5	5	4	3
99	5	5	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1
100	1	1	1	1	1	1	3	3	4	3	3	4	5	1	1	5	1	1	3
101	1	1	2	5	1	4	4	4	5	3	3	4	5	1	5	4	5	3	3
102	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
103	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	5	1	1
104	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5
105	1	4	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
106	4	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4
107	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
108	3	3	3	5	3	3	5	2	5	2	2	3	2	2	5	4	2	2	2
109	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4
110	1	1	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5
111	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2
112	5	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
113	3	5	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3
114	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	1	3	4	3	5
115	5	4	2	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	1	5	4	4	3	5
116	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
117	5	4	4	4	4	4	5	5	2	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3
118	5	1	4	3	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4

119	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	5	4	5	4	4
120	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
121	5	4	4	4	1	3	4	4	4	5	5	4	5	1	4	4	4	4	4
122	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5
123	4	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	1	4	4	4	4
124	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5
125	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	1	5	5	5	5
126	1	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	5	1	5	5	5	3	3
127	4	1	5	4	4	4	2	2	2	5	5	5	1	5	5	3	3	5	5
128	5	5	1	5	5	4	5	2	2	4	5	4	2	5	4	5	4	3	5
129	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4
130	3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5
131	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	5	5	3	4	4	5	4	3
132	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4	3	5	5	5	5	3	3	3
133	4	5	4	5	5	5	2	3	5	2	2	2	5	5	5	4	4	5	5
134	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4
135	1	1	1	1	3	3	4	4	4	3	3	3	1	4	5	2	1	3	3
136	5	4	5	4	1	4	2	4	5	4	5	4	4	4	3	2	5	3	2
137	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5
138	3	5	5	5	3	4	5	5	2	2	4	5	5	3	3	5	5	5	5
139	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
140	5	4	1	4	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	3
141	1	5	3	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3
142	5	5	5	3	5	2	4	4	5	3	4	4	5	2	5	3	2	4	4
143	5	3	5	5	5	5	2	2	2	1	5	5	4	3	5	5	5	3	3
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	3	3	4	5	1	5	3
146	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	5
148	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
149	4	4	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	4	4	1	4	4	4	1
150	3	3	4	3	5	3	5	1	5	1	1	1	5	1	1	5	1	5	1
151	1	5	5	5	5	4	5	5	1	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
152	4	5	3	4	4	4	3	4	4	1	5	4	4	4	4	4	5	5	5
153	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	1	5	5	1	5	3	3	2	5
154	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	2	3	4	4	2	2	3	5	5
155	1	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	3
156	5	4	4	4	1	3	3	4	4	4	1	5	3	4	1	5	5	1	1
157	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	2	5	5	5	5
158	1	5	4	5	4	3	1	5	1	2	1	2	4	4	2	4	5	1	5
159	5	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	5	5	1

160	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	5	1	1	5
Mean	3,55	3,69	3,68	3,71	3,74	3,66	3,77	3,88	3,94	3,59	3,64	3,71	3,73	3,78	3,73	3,79	3,76	3,69	3,74

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Correlations

		SCM1	SCM2	SCM3	SCM4	SCM5	SCM6	SCM
SCM1	Pearson Correlation	1	,268**	,224**	,177*	,189*	,163*	,545**
	Sig. (2-tailed)		,001	,004	,025	,017	,039	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM2	Pearson Correlation	,268**	1	,392**	,435**	,424**	,167*	,690**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,000	,035	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM3	Pearson Correlation	,224**	,392**	1	,488**	,464**	,302**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000		,000	,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM4	Pearson Correlation	,177*	,435**	,488**	1	,498**	,320**	,724**
	Sig. (2-tailed)	,025	,000	,000		,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM5	Pearson Correlation	,189*	,424**	,464**	,498**	1	,408**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,000	,000		,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM6	Pearson Correlation	,163*	,167*	,302**	,320**	,408**	1	,563**
	Sig. (2-tailed)	,039	,035	,000	,000	,000		,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
SCM	Pearson Correlation	,545**	,690**	,716**	,724**	,737**	,563**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	160	160	160	160	160	160	160

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	160	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	6

Correlations

		KL1	KL2	KL3	KL4	KL5	KL6	KL
KL1	Pearson Correlation	1	,448**	,390**	,461**	,456**	,350**	,680**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL2	Pearson Correlation	,448**	1	,422**	,556**	,516**	,421**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL3	Pearson Correlation	,390**	,422**	1	,480**	,435**	,446**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL4	Pearson Correlation	,461**	,556**	,480**	1	,668**	,562**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL5	Pearson Correlation	,456**	,516**	,435**	,668**	1	,608**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL6	Pearson Correlation	,350**	,421**	,446**	,562**	,608**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	160	160	160	160	160	160	160
KL	Pearson Correlation	,680**	,739**	,709**	,823**	,817**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	160	160	160	160	160	160	160

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	160	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	6

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP
KP1	Pearson Correlation	1	,195*	,018	,623**
	Sig. (2-tailed)		,013	,820	,000
	N	160	160	160	160
KP2	Pearson Correlation	,195*	1	,130	,674**
	Sig. (2-tailed)	,013		,100	,000
	N	160	160	160	160
KP3	Pearson Correlation	,018	,130	1	,623**
	Sig. (2-tailed)	,820	,100		,000
	N	160	160	160	160
KP	Pearson Correlation	,623**	,674**	,623**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	160	160	160	160

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	160	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,674	3

Correlations

		KK1	KK2	KK3	KK4	KK
KK1	Pearson Correlation	1	,407**	,334**	,313**	,688**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160
KK2	Pearson Correlation	,407**	1	,363**	,385**	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	160	160	160	160	160
KK3	Pearson Correlation	,334**	,363**	1	,517**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	160	160	160	160	160
KK4	Pearson Correlation	,313**	,385**	,517**	1	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	160	160	160	160	160
KK	Pearson Correlation	,688**	,741**	,750**	,759**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	160	160	160	160	160

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	160	100,0
	Excluded[a]	0	,0
	Total	160	100,0

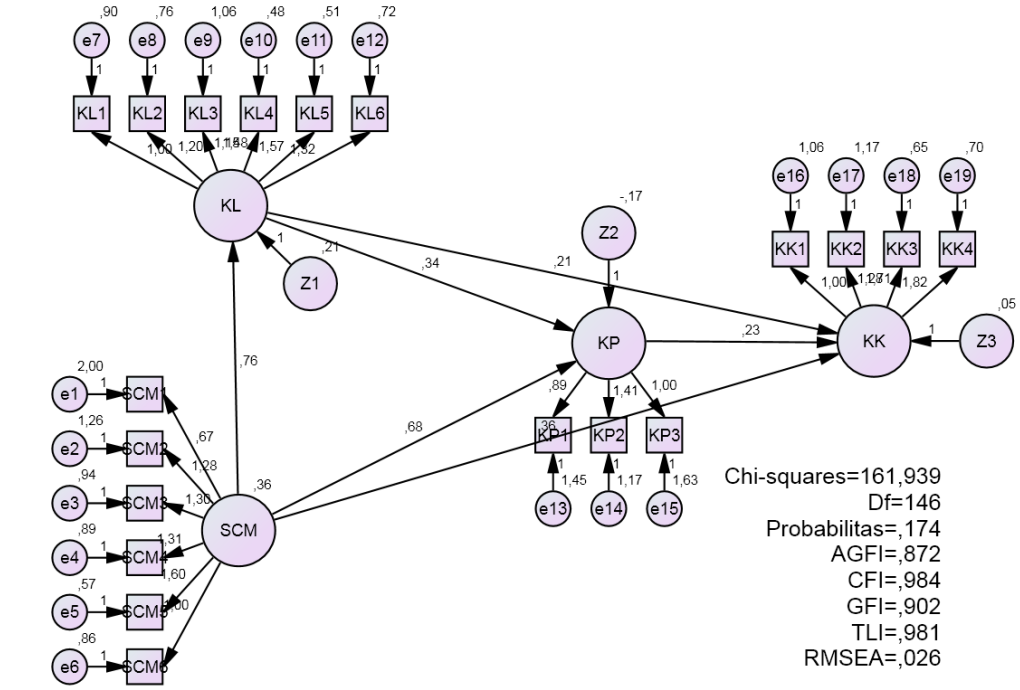
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,716	4

LAMPIRAN 4

HASIL OLAH DATA



Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KL	<---	SCM	,762	,158	4,816	***	
KP	<---	SCM	,684	,181	3,768	***	
KP	<---	KL	,343	,124	2,765	,006	
KK	<---	SCM	,362	,137	2,632	,008	
KK	<---	KL	,214	,108	1,981	,048	
KK	<---	KP	,230	,115	1,994	,046	

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SCM6	<---	SCM	1,000				
SCM5	<---	SCM	1,599	,240	6,658	***	
SCM4	<---	SCM	1,305	,220	5,930	***	
SCM3	<---	SCM	1,302	,222	5,860	***	
SCM2	<---	SCM	1,278	,234	5,468	***	
SCM1	<---	SCM	,670	,220	3,044	,002	
KL1	<---	KL	1,000				
KL2	<---	KL	1,195	,187	6,403	***	
KL3	<---	KL	1,152	,196	5,882	***	
KL4	<---	KL	1,477	,205	7,203	***	
KL5	<---	KL	1,571	,217	7,244	***	
KL6	<---	KL	1,324	,198	6,680	***	
KP3	<---	KP	1,000				
KP2	<---	KP	1,413	,295	4,783	***	
KP1	<---	KP	,890	,225	3,951	***	
KK1	<---	KK	1,000				
KK2	<---	KK	1,278	,292	4,377	***	
KK3	<---	KK	1,713	,335	5,118	***	
KK4	<---	KK	1,821	,354	5,141	***	

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SCM	,355	,102	3,474	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Z1	,212	,063	3,385	***	
Z2	-,171	,064	-2,664	,008	
Z3	,050	,026	1,909	,056	
e6	,858	,102	8,386	***	
e5	,573	,085	6,725	***	
e4	,889	,111	8,031	***	
e3	,942	,116	8,087	***	
e2	1,259	,151	8,325	***	
e1	2,001	,227	8,816	***	
e7	,897	,106	8,421	***	
e8	,757	,094	8,073	***	
e9	1,060	,127	8,360	***	
e10	,480	,070	6,859	***	
e11	,509	,076	6,723	***	
e12	,721	,092	7,827	***	
e15	1,629	,184	8,845	***	
e14	1,168	,156	7,486	***	
e13	1,452	,163	8,900	***	
e16	1,063	,124	8,543	***	
e17	1,165	,139	8,355	***	
e18	,653	,094	6,963	***	
e19	,696	,102	6,831	***	

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	44	161,939	146	,174	1,109
Saturated model	190	,000	0		
Independence model	19	1154,895	171	,000	6,754

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,079	,902	,872	,693
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,474	,332	,257	,298

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,860	,836	,984	,981	,984
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,854	,734	,840
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	15,939	,000	51,176
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	983,895	880,010	1095,246

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1,018	,100	,000	,322
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	7,263	6,188	5,535	6,888

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,026	,000	,047	,974
Independence model	,190	,180	,201	,000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	249,939	262,601	385,247	429,247
Saturated model	380,000	434,676	964,283	1154,283
Independence model	1192,895	1198,363	1251,323	1270,323

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1,572	1,472	1,794	1,652
Saturated model	2,390	2,390	2,390	2,734
Independence model	7,502	6,849	8,203	7,537

HOELTER

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	173	186
Independence model	28	30