

## Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pemasok Material di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol Kabupaten Pasuruan

**Muhamad Afif<sup>1</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang  
[afif.defandra@gmail.com](mailto:afif.defandra@gmail.com)

**Nur Dewi Rohmatus Sholihah<sup>2</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang

### *Abstract*

*This study aims to determine the effect of commitment, trust, and communication affect the satisfaction of material suppliers at PT. Natura Plastindo, Gempol District. This research is a type of quantitative research with hypothesis testing. The sample used in this study was 50 suppliers who contributed to PT. Natura Plastindo, Gempol District. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 25 for windows. The primary data in this study were obtained from questionnaires whose measurements used a Likert scale and were tested for validity and reliability. The results of this study prove that commitment affects supplier satisfaction, trust affects supplier satisfaction, and communication also affects supplier satisfaction, besides commitment, trust, and communication simultaneously affect supplier satisfaction.*

**Keywords:** *Commitment, Trust, Communication, and Supplier Satisfaction*

### **Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Penelitian ini termasuk jenis penelitian Kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Sample yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 50 pemasok yang memberikan kontribusi terhadap PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25 for windows. Data primer yang ada dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala likert dan diuji validitas dan reliabilitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok, Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok, komunikasi juga berpengaruh terhadap kepuasan pemasok, selain itu komitmen, kepercayaan, dan komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pemasok

**Kata Kunci :** Komitmen, Kepercayaan, Komunikasi, dan Kepuasan pemasok

## I. PENDAHULUAN

Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengelola bisnis untuk menciptakan model-model baru dalam pengelolaan aliran produk dan informasi oleh karena itu pentingnya peran semua pihak mulai dari pemasok, *manufacturer*, *distributor*, *retailer* dan *customer* dalam menciptakan produk yang murah dan berkualitas. Untuk upaya meningkatkan pengolahan bisnis perusahaan bekerja sama dengan pemasok. Pemasok merupakan salah satu mitra bisnis yang memegang peranan sangat penting dalam menjamin ketersediaan barang pasokan yang dibutuhkan oleh perusahaan karena ketersediaan suatu produk merupakan faktor yang penting pada suatu perusahaan, khususnya pada industri manufaktur salah satunya perusahaan PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Untuk memenuhi kebutuhan bahan baku PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol bekerja sama dengan pemasok. Pentingnya keberadaan pemasok bagi perusahaan, menjadikan perusahaan dapat mengelola dan memelihara hubungan dengan pemasoknya.

Ungkapan rasa puas pelanggan yang timbul ketika membandingkan persepsi mengenai kinerja produk atau jasa. Suparmi dan Handoko (2018) menyatakan kepuasan adalah perasaan puas seorang pelanggan yang timbul ketika pelanggan membandingkan persepsi mengenai kinerja produk atau jasa. Kepuasan menyeluruh pada pemasok dapat timbul karena adanya pengalaman bertransaksi dengan suatu perusahaan yang menurut evaluasi telah memberikan kepuasan atau pelayanan terbaik sehingga memberikan reaksi positif dari perusahaan PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

Dalam sebuah bisnis komitmen juga sangat diperlukan, dalam arti agar timbulnya rasa saling percaya dengan pihak yang menjalin hubungan bisnis terutama pemasok dengan perusahaan sehingga dapat melakukan hubungan bisnis secara terus menerus dan masing-masing dapat menjaga pihak satu dengan pihak yang lainnya. Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan yaitu komitmen, Nurkamil, dkk. (2020) menyatakan bahwa komitmen adalah rasa saling percaya dengan pihak-pihak yang menjalin hubungan bisnis terutama pemasok, baik secara tersirat (*implicit*) maupun tidak tersirat (*explicit*) bahwa hubungan bisnis mereka akan berlangsung secara terus menerus dan masing-masing menjaga pihak satu dengan pihak yang lainnya terpelihara. Melalui komitmen penjagaan hubungan pemasok jangka panjang antar perusahaan diharapkan bisa mencapai perkembangan atas hubungan tersebut.

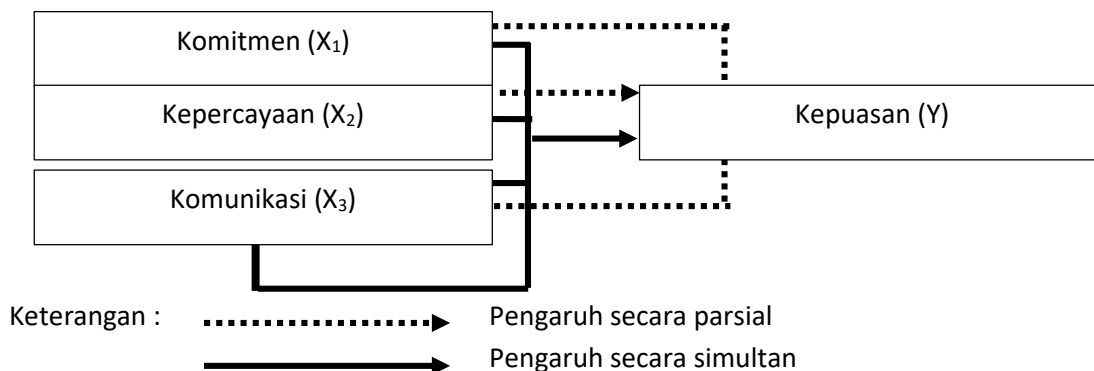
Selain komitmen, kepercayaan juga mempengaruhi kepuasan pemasok. Dengan adanya kepercayaan yang terjalin antara perusahaan dengan pemasok dapat memberikan kemudahan untuk mereka bertransaksi jual beli. Karena kepercayaan merupakan rasa yang timbul ketika perusahaan mendapatkan keyakinan dari pemasok, dengan kepercayaan yang diberikan oleh perusahaan maka pemasok juga harus bersikap jujur agar perusahaan juga dapat mempercayainya. Menurut Wicaksono, (2020) Kepercayaan merupakan suatu perasaan yang timbul ketika mitra kerja mendapatkan keyakinan bahwa perusahaan jasa atau penyedia jasa memberikan suatu komunikasi secara efektif dan jelas kepadanya.

Dalam sebuah hal perdagangan komunikasi sangat diperlukan, karena komunikasi merupakan elemen penting dalam bekerja sama tanpa komunikasi sebuah bisnis tidak akan menjadi apa-apa. Selain kepercayaan, komunikasi juga mempengaruhi kepuasan. Komunikasi dipandang sebagai elemen paling penting bagi kesuksesan hubungan pemasok dengan PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol karena kenyataan membuktikan bahwa hubungan antar perusahaan selalu melibatkan komunikasi. Dengan demikian jalinan

komunikasi antara pemasok dengan perusahaan menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kerjasama, sehingga informasi- informasi yang dibutuhkan pemasok maupun perusahaan dapat memberikan satu sama lain poin penting dalam hal berbisnis. Menurut Fitri, dkk. (2016) menyatakan komunikasi merupakan proses yang digunakan seseorang untuk menukar informasi dan pengaruh dari pihak satu dengan pihak lainnya. PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol adalah entitas anak perseroan dengan kepemilikan saham oleh perseroan sebesar 99,99%. Didirikan pada 2013 dan baru beroperasi secara komersial pada pertengahan 2014, PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol menyediakan hasil daur-ulang produk *post-consumer* dari jenis material plastik *polyethylene*, *polypropylene* dan *polycarbonate*. PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol juga melayani permintaan jasa untuk daur ulang dari para rekan yang memerlukan.

E. Kerangka Konseptual Penelitian

**Gambar 1.** Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Data penelitian diolah 2021

Berdasarkan penjelasan dari gambar kerangka di atas, dapat ditarik hipotesis bahwa :

- H1: Komitmen berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan
- H2: Kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan
- H3: Komunikasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan
- H4: Komitmen, kepercayaan dan komunikasi terhadap berpengaruh secara simultan kepuasan

**II. METODE**

A. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Metode ini ditunjukkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah bagaimana pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel komitmen, kepercayaan dan komunikasi terhadap kepuasan. Sedangkan untuk menganalisis

pengaruh masing-masing variabel menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Alasan dipilihnya jenis penelitian ini, karena peneliti ingin mengetahui pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi terhadap kepuasan. Penelitian ini terdiri dari empat variabel yaitu variabel bebas  $X_1$  (komitmen),  $X_2$  (kepercayaan),  $X_3$  (komunikasi) dan variabel terikat  $Y$  (kepuasan).

#### B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2016) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi meliputi jumlah dan seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek penelitian. Populasi target dalam penelitian ini adalah pemasok yang memenuhi kebutuhan PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol sebanyak 50 responden.

Sugiyono (2016) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan sampel jenuh (*saturation sampling*). Sampel jenuh (*saturation sampling*) merupakan teknik pengambilan sampel di mana semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Pengambilan anggota sampel dengan tujuan pemasok yang memberikan kontribusi terhadap PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Besar sampel pada penelitian ini sebanyak 50 responden. dengan cara responden mengisi kuisisioner yang telah dibuat, mendapatkan responden dengan cara penyebaran kuisisioner dimana dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dengan jawaban memilih yang telah disediakan oleh penulis. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan melalui *google form* yang di dalamnya terdapat beberapa pertanyaan yang akan diisi oleh responden.

#### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan lainnya dalam penelitian. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Kuisisioner. Menurut Sugiyono (2016), Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan dan pernyataan terbuka atau tertutup yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui *google form* atau internet. Jenis kuisisioner tertutup dan terbuka bertujuan untuk memberikan keleluasan kepada responden dalam memberikan jawaban sesuai pribadinya sebagai bentuk penggalan data.

Kuisisioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Untuk keperluan analisis

kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Adapun skala skor menurut Sugiyono (2016) adalah sebagai berikut :

1. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki bobot 1
2. Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) memiliki bobot 2
3. Untuk jawaban Netral (N) memiliki bobot 3
4. Untuk jawaban Setuju (S) memiliki bobot 4
5. Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) memiliki bobot 5

#### D. Teknik Analisis Data

##### 1. Analisis Data Deskriptif

Menurut Sugiyono (2014) analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif dilakukan dengan bantuan *IBM SPSS 25*. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tanggapan responden tentang kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan mengidentifikasi karakteristik masing-masing variabel, indikator, dan item pernyataan.

##### 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

###### a) Uji Validitas

Menurut Ghozali (2009) Uji validitas digunakan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Agar data dari hasil penelitian yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi atau ketepatan dan konsistensi yang tinggi maka instrumen penelitian yang harus diuji adalah validitas dan reabilitas. Pengujian validitas menggunakan program *IBM SPSS 25*, berupa uji korelasi atas data kuisioner dengan menggunakan metode *Alpa Cronbach* dengan teknik *one shoot*. dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka kuisioner dinyatakan valid
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka kuisioner dinyatakan tidak valid.

###### b) Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2009) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari perubah atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan daya akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Pengujian reliabilitas menggunakan program *SPSS 25*, dengan metode *Cronbach's Alpha* dengan dasar pengambilan sebagai berikut :

- a.  $\text{Alpha} > 0,6$  , maka kuisione dinyatakan konsisten
- b.  $\text{Alpha} < 0,6$  , maka kuisioner dinyatakan tidak konsisten

#### E. Uji Asumsi Klasik

Menentukan analisis statistik dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian untuk membuktikan independensi dari masing-masing variabel bebas yang diteliti. Berdasarkan pengolahan data menggunakan *IBM SPSS 25*, dapat dilakukan pengujian sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas berfungsi untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari distribusi normal. Menurut Imam Ghozali (2011) model regresi dikatakan berdistribusi normal jika data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

##### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkolerasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Menurut Imam Ghozali (2011) tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai tolerance > 0,100 dan nilai VIP < 10,00.

##### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada regresi linier. Menurut Imam Ghozali (2011) tidak terjadi Heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang jelas (bergelombang, melebar kemudian menyempit) pada gambar scatterplots serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol sumbu Y.

#### F. Analisis Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Uji regresi linier berganda dilakukan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikturunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan garis regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat atau response

X = variabel bebas atau predictor

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = slope atau koefisien estimate

Menggunakan model analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan perhitungan computer dengan SPSS (*Statistika Program for Sosial Science*) maka besarnya pengaruh variabel-variabel independen tersebut akan dapat diketahui secara akurat.

#### G. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji benar atau tidak benar tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memiliki manfaat bagi proses penelitian agar efektif dan efisien. Hipotesis merupakan asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang harus dibuat untuk menegaskan hal tersebut dan dituntut untuk melakukan pengecekannya. Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi, umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut dengan hipotesis statistik.

##### 1. Analisis Uji t

Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Dasar pengambilan keputusan uji t sebagai berikut:

Menurut Imam Ghazali:

- a) nilai signifikansi  $< 0,05$  , maka artinya terdapat pengaruh secara parsial
- b) nilai signifikansi  $> 0,05$  , maka artinya tidak ada pengaruh secara parsial

Menurut V Wiratna Sujarweni (2015):

- a) nilai t hitung  $> t$  tabel , maka artinya terdapat pengaruh secara parsial
- b) nilai t hitung  $< t$  tabel , maka tidak terdapat pengaruh secara parsial

Rumus mencari t tabel yaitu :

$(\alpha/2;n-k-1)$

Dimana :

$\alpha = 0,05$

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independent (X)

##### 2. Analisis Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk

menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan. Pengujian uji F menggunakan program SPSS 25 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

Menurut Imam Ghozali

- a) nilai signifikansi (sig) < 0,05, maka artinya terdapat pengaruh secara simultan
- b) nilai signifikansi (sig) > 0,05, maka artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan

Menurut V Wiratna Sujarweni (2015):

- a)  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka artinya terdapat pengaruh secara simultan
- b)  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan

Rumus mencari F tabel :

(k;n-k)

Dimana :

k = jumlah variabel independent

n = jumlah sampel

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghozali 2009). Pada model regresi linier berganda kontribusi variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan melihat besaran nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika nilai ( $R^2$ ) yang diperoleh mendekati nol atau kecil berarti variasi variabel dependen yang sangat terbatas atau hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin lemah. Jika nilai ( $R^2$ ) yang diperoleh mendekati satu berarti variabel-variabel independen sudah dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau hubungan variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat.

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase. Koefisien determinasi dapat dilihat pada hasil regresi linier berganda dimana hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1) Uji Validitas

Berdasarkan pada hasil pengujian validitas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuisisioner dari variabel (X) dan variabel (Y) memiliki nilai koefisien



korelasi di atas 0,30 (>0,30) sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan kuisioner dari variabel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah diteliti.

2) Uji Reliabilitas

Berdasarkan pada hasil uji reliabilitas, dapat diperoleh nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* pada variabel komitmen sebesar 0,813, variabel kepercayaan sebesar 0,827, variabel komunikasi sebesar 0,606, dan variabel kepuasan pemasok sebesar 0,622. Dari seluruh variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas *Cronbach alpha* lebih besar 0,6 , maka dapat dikatakan bahwa instrumen kuisioner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

3) Uji Normalitas

Berdasarkan pada hasil pengujian normalitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa grafik normal *probability plot* yang mensyaratkan jika sebaran data tersebut harus terletak pada wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka hasil yang didapat memenuhi syarat normal *probability plot*, yang artinya data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal.

4) Uji Multikolinieritas

Berdasarkan pada hasil pengujian multikolinieritas diperoleh nilai VIF untuk variabel komitmen sebesar 1,091 (< 10), variabel kepercayaan sebesar 1,088 (<10) dan variabel komunikasi sebesar 1,007 (<10). Maka dapat dinyatakan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

5) Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan pada hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat bahwa tidak terjadi pola tertentu dan *scatterplot* titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas angka nol atau dibagian bawah angka 0 dari sumbu vertikal atau sumbu Y, maka dapat menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

6) Regresi Linier Berganda

**Tabel 1.** Hasil analisis regresi linier berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,751	3,207		,546	,588		
Komitmen	,359	,092	,418	3,914	,000	,917	1,091
Kepercayaan	,356	,087	,437	4,092	,000	,919	1,088
Komunikasi	,236	,103	,234	2,279	,027	,993	1,007

**Sumber :** Data penelitian diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan hasil yang ada pada tabel di atas dapat diketahui model regresinya dari keempat variabel sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 1,751 + 0,359 X_1 + 0,356 X_2 + 0,236 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil perolehan persamaan dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 1,751 a merupakan nilai konstanta yang bernilai positif 1,751. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu Komitmen, Kepercayaan dan Komunikasi, maka nilai variabel terikat yaitu Kepuasan pemasok tetap konstan sebesar 1,751.
2. Koefisien regresi Komitmen (b1) = 0,359 Koefisien bernilai positif (0,359) antara variabel Komitmen dengan variabel Kepuasan pemasok. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel Komitmen mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Kepuasan pemasok akan mengalami kenaikan sebesar 0,359 satuan.
3. Koefisien regresi Kepercayaan (b2) = 0,356 Koefisien bernilai positif (0,356) antara variabel Kepercayaan dengan variabel Kepuasan pemasok. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel Kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Kepuasan pemasok akan mengalami kenaikan sebesar 0,356 satuan.
4. Koefisien regresi Komunikasi (b2) = 0,236 Koefisien bernilai positif (0,236) antara variabel Komunikasi dengan variabel Kepuasan pemasok. Dapat diartikan bahwa variabel tersebut memiliki hubungan positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel Komunikasi mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel Kepuasan pemasok akan mengalami kenaikan sebesar 0,236 satuan.

#### 7) Uji t

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dan degree of freedom sebesar  $k=3$  dan  $df_2 = n-k-1$  ( $50-3-1= 46$ ) sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,678, maka dapat disimpulkan:

##### a) Pengaruh komitmen terhadap kepuasan pemasok

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t hitung sebesar 3,914 hal ini menunjukkan t hitung 3,914 lebih besar dari t tabel 1,678. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel komitmen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

##### b) Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan pemasok

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t hitung sebesar 4,092 hal ini menunjukkan t hitung 4,092 lebih besar dari t tabel 1,678. Dengan demikian H0 ditolak dan H2 diterima, artinya variabel Kepercayaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

c) Pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pemasok

Berdasarkan tabel uji t diperoleh t hitung 2,279, hal ini menunjukkan t hitung 2,279 lebih besar dari t tabel 1,678. Dengan demikian H0 ditolak dan H3 diterima, artinya variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

8) Uji F

**Tabel 2.** Hasil Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	98,433	3	32,811	16,483	,000 <sup>a</sup>
Residual	91,567	46	1,991		
Total	190,000	49			

**Sumber :** Data penelitian diolah dengan SPSS 21

Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 16,483, sedangkan F tabel pada tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 5% dan df sebesar k=3 dan df2 = n-k-1 (50-3-1=46) maka didapat nilai F tabel sebesar 2,74. Oleh karena itu F hitung 16,483 lebih besar dari F tabel 2,81 dan tabel di atas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha=0,05$  maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, artinya variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil uji F bahwa komitmen, kepercayaan dan komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

9) Uji Koefisien Determinasi (R2)

**Tabel. 3** Hasil Uji Koefisien Determinasi(R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,720 <sup>a</sup>	,518	,487	1,411	1,818

**Sumber :** Data penelitian diolah dengan SPSS 21

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui nilai R Square sebesar

0,518 atau 51,8 %. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel Komitmen, kepercayaan dan komunikasi terhadap kepuasan pemasok. Sedangkan sisanya sebesar 49,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti kualitas produk, potongan harga, dan lain-lain.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh komitmen, kepercayaan dan komunikasi terhadap kepuasan pemasok adalah:

- 1) **Hipotesis Pertama: Komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok**  
Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo. Hasil penelitian variabel komitmen ( $X_1$ ) menghasilkan nilai pada thitung sebesar  $3,914 > t$  tabel  $1,768$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komitmen terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.  
Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Yola Nurkamil,dkk (2020) membuktikan komitmen berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan supplier.
- 2) **Hipotesis Kedua: Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok.**  
Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo .  
Hasil penelitian variabel kepercayaan ( $X_2$ ) menghasilkan nilai parsial T hitung sebesar  $4,092 > T$  tabel  $1,768$  dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kepercayaan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.  
Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sri Wiludjeng SP dan Muhamad Daniarsa (2013) menyatakan bahwa kepercayaan memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap kepuasan.
- 3) **Hipotesis Ketiga: Komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok.**  
Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo . Hasil penelitian variabel komunikasi ( $X_3$ ) menghasilkan nilai parsial T hitung sebesar  $2,279 > T$  tabel  $1,768$  dengan taraf signifikan  $0,027 < 0,05$ . Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel komunikasi terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.  
Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dea Rahma Riana Putri Hutasuhut (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh komunikasi terhadap kepuasan.
- 4) **Hipotesis Keempat: Komitmen, kepercayaan dan komunikasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok.**

Berdasarkan analisis bahwa komitmen, kepercayaan, dan komunikasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

Hal ini dibuktikan dengan hasil F hitung sebesar 16.483 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) yang berarti terdapat pengaruh secara bersama-sama antara Komitmen, Kepercayaan, komunikasi. Variabel komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Yola Nurkamil,dkk (2020) menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan supplier. Selain itu juga didukung oleh penelitian Dea Rahma Riana Putri Hutasuhut (2019) komunikasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti mendapat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Variabel komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo Artinya semakin ditingkatkan komitmen maka kepuasan juga akan semakin baik. Hal ini didukung dengan hasil uji parsial dimana nilai t hitung sebesar  $3,914 > t$  tabel 1,768 dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
- 2) Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo Artinya semakin ditingkatkan kepercayaan maka kepuasan juga akan semakin baik. Hal ini didukung dengan hasil uji parsial dimana nilai t hitung sebesar  $4,092 > t$  tabel 1,768 dengan taraf signifikan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
- 3) Variabel komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo Artinya semakin ditingkatkan komunikasi maka kepuasan juga akan semakin baik. Hal ini didukung dengan hasil uji parsial dimana nilai t hitung sebesar  $2,279 > t$  tabel 1,768 dengan taraf signifikan  $0,027 < 0,05$ . Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
- 4) Variabel komitmen, kepercayaan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pemasok material di PT. Natura Plastindo. Hal ini didukung dengan hasil uji simultan dengan hasil F hitung sebesar 16.483 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga hipotesis ketiga diterima. Artinya setiap peningkatan nilai variabel Komitmen, Kepercayaan, komunikasi secara bersama – sama, maka akan meningkatkan kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

#### V. SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan ada beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis bagi pihak yang terkait dengan penelitian ini dan juga peneliti selanjutnya. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

- 1) Komitmen organisasi pada PT. Natura Plastindo sudah tercipta dengan baik, namun ada beberapa yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, diantaranya komitmen efektif, komitmen normative, dan komitmen continues. Maka disarankan agar perusahaan lebih meningkatkan lagi secara optimal komitmen

efektif, komitmen normative, dan komitmen continue di PT. Natura Plastindo supaya pemasok dapat berkomitmen untuk tetap menjalin kerja sama dengan PT. Natura Plastindo sehingga akan tercipta tingkat kepuasan pada pemasok.

- 2) Komitmen organisasi pada PT. Natura Plastindo sudah tercipta dengan baik, namun disarankan lebih meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendorong terjadinya komunikasi yang positif seperti merespon dengan cepat dan efektif setiap keluhan pelanggan pemasok serta komunikasi terjalin lebih efektif lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amanah Dita dan Harahap dedy ansari.2018. Pengaruh Komunikasi Pemasaran Perusahaan pada Kesadaran Merek Pelanggan. *Jurnal Manajemen Teoridan Terapan*.
- Arifin, Samsul,2011. *pengaruh kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi penelitian berada di hotel Jepara Indah*.Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis, Vol. 8 No.1.
- Aristyanto, Erwan,dkk. 2019. Pengaruh Komitmen dan Kepercayaan terhadap kepuasan Nasabah Bank Syariah di Surabaya. ISSN : 2503 – 3077.
- Dr. Indrasari, Meithiana.2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Badan Penerbit Unitomo Press, ISBN: 978-623-91788-2-6.
- Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Cv. Penerbit Qiara Media.
- Fitri, Medi Nugrahani,dkk. 2016. *AnalisisPengaruh Komitmen, Komunikasi dan Strategi kerja sama jangka panjang pemasok dengan perusahaan terhadap kinerja rantai pemasok* (Studi Empirik pada Pemasok Bahan Baku di PT. Charoen Pokphand Semarang).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hutasuhut, Dea Rahma Riana Putri.2019. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Kepuasan Pelanggan My Burger Coffee Di Medan*.Universitas Muhammadiyah Sumatra, Medan.
- Lapasiang, Denis,dkk. 2017. pengaruh Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian (Persero) Karombasan Manado.*Jurnal Emba. Vol 5 No.3*.
- Maulana, Ade Syarif, 2016. pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. TOI. Jurnal Ekonomi. Vol 7. No, 2
- Mutakin dan Hubeis.2011. *Pengukuran Kinerja Manajemen Rantai Pasokan dengan SCOR Model 9.0* (Studi Kasus di PT Indocement Tunggul Prakarsa Tbk). Jurnal Manajemen dan Organisasi. Vol 2, No.3.
- Nurkami, Yola,dkk. 2020. *Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kepuasan supplier beras di perusahaan umum adan urusan logistic* (Studi Kasus : Di Perum BULOG Kantor Cabang Cianjur). Jurnal AgitaVol. 2. No. 2.

- Pratiwi dan Seminari. 2015. Pengaruh kualitas peayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Manajemen Unud, Vo.4, No. 5.*
- Sari, Ratih Permata.,& Ni Nyoman Yasa, Kerti. 2020. *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Keajiban Harga Dengan oyaits Pelanggan Mapemall.com.* Penerbit : Lakeisha.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (1st ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, P. D. (2016). *metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D.* Alfabeta, CV.
- Sumaki, Windy J,dkk. 2015.Pengaruh disipin kerja,budaya organisasi dan komunikasi terhadap kinerja karyaan PT. PLN (PERSERO), Wilayah Sulut Tenggo Area Manado.Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi.Vol 15 No.05.
- Suparmo dan Handhoko.2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) CabangUtama Semarang. Vol. 7 No. 1.
- Suprpto dan Susanti, 2016. Pengaruh pengetahuan produk dan kepercayaan terhadap loyalitas peserta BPJS kesehatan daerah istimewa yogyakarta. Vol 02, No. 01
- Syahputra dan Anggraeni,2016. Pemilihan *Supplier* Menggunakan Metode *Relaxed-Normalized Goal Programming* untuk Mengoptimalkan Proses Pengadaan Produk (Studi Kasus: Giant Ekstra Diponegoro Surabaya). JURNAL TEKNIK ITS. Vol 5 No 1.
- Widyati, Ester. 2018. Pengaruh Pemberdayaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Guru SMA Swasta di Kecamatan Pulogadung Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Wawasan Pendidikan Vol 4, No.3.*
- Wiludjeng,Sri dan Daniarsa. 2013. *Pengaruh E-Comerce Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Forum Jual Beli Kaskus Di Bandung.* Bandung.
- Yusuf, Ria Mardiana & Syarif, Darman. 2018. *Komitmen Organisasi.* Penerbit : Nas Media Pustaka. Makasar.