JAMIN
Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis
E-ISSN (Online) : 2621 – 3230
Volume 4, Nomor 2, Februari 2022

Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Komunikasi terhadap Kepuasan Pemasok Pada PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol

Nur Dewi Rohmatus Sholihah[(1)] , Mas Totok Illah, [(2)], Lianita Widyaratna, [(3)]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang (STIEKMA)
Email: ndewirs@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of commitment, trust, and communication on the satisfaction of material suppliers at PT. Natura Plastindo, Gempol District. This company provides post-consumer product recycling from polyethylene, polypropylene and polycarbonate plastic materials. This type of research is quantitative with hypothesis testing. The population in this study as well as the sample are all suppliers who contribute to PT. Natura Plastindo, Gempol District, as many as 50 suppliers. The analytical tool used is multiple linear regression analysis using SPSS version 25 for windows. The primary data in this study were obtained from a questionnaire, measured using a Likert scale which was tested for validity and reliability. The results showed that from the t test results that commitment affects supplier satisfaction, trust affects supplier satisfaction, and communication also affects supplier satisfaction. While the results of the F test of commitment, trust, and communication have a simultaneous effect on supplier satisfaction.

Keywords: *Commitment, trust, communication, and supplier satisfaction.*

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Perusahaan ini menyediakan hasil daur-ulang produk post-consumer dari jenis material plastik polyethylene, polypropylene dan polycarbonate. Jenis penelitiannya adalah kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Populasi pada penelitian ini sekaligus sebagai sampel adalah seluruh pemasok yang memberikan kontribusi terhadap PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol, sebanyak 50 pemasok. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25 for windows. Data primer dalam penelitian ini didapatkan dari kuesioner , diukur menggunakan skala likert yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil uji t bahwa komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok, Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pemasok, komunikasi juga berpengaruh terhadap kepuasan pemasok. Sedangkan hasil dari uji F 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, Dalam upaya untuk meningkatkan pengolahan bisnis perusahaan bekerja sama dengan pemasok.

Pemasok merupakan salah satu mitra bisnis yang memegang peranan penting dalam memenuhi kebutuhan bahan baku material khususnya di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Dalam pengirimannya pemasok memberikan kepuasan atau pelayanan terbaik sehingga memberikan reaksi positif pada PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

Kepuasan adalah perasaan puas seorang pelanggan yang timbul ketika pelanggan membandingkan persepsi mengenai kinerja produk atau jasa [1]

Dalam sebuah bisnis, 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 [2]. Selain komitmen, kepercayaan juga berpengaruh sebuah bisnis. Kepercayaan merupakan suatu perasaan yang timbul ketika mitra kerja mendapatkan keyakinan bahwa perusahaan jasa atau penyedia jasa memberikan suatu komuniksi secara efektif dan jelas kepadanya. Dalam sebuah hal perdagangan komunikasi sangat diperlukan, karena komunikasi merupakan proses yang digunakan seseorang untuk menukar informasi dan pengaruh dari pihak satu dengan pihak lainnya [3]. Pada PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol jalinan komunikasi antara pemasok, dan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kerjasama, sehingga informasi-informasi yang dibutuhkan pemasok maupun perusahaan dapat memberikan kepuasan satu sama lain dalam hal berbisnis.

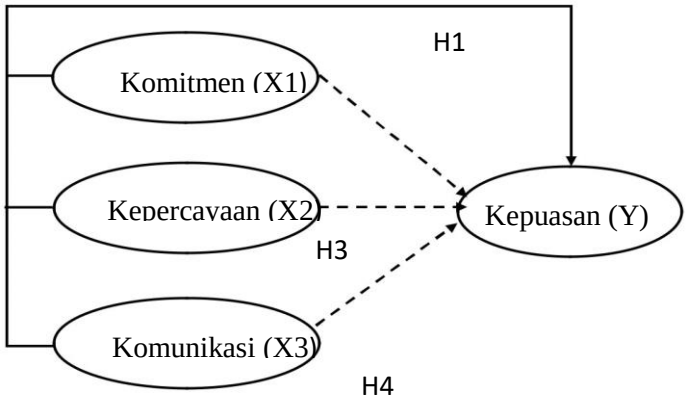
PT Natura Plastindo Kecamatan Gempol adalah entitas anak Perseroan dengan kepemilikan saham oleh Perseroan sebesar 99,99%. Didirikan pada 2013 dan baru beroperasi secara komersial pada pertengahan 2014, PT Natura Plastindo Kecamatan Gempol menyediakan hasil daur-ulang produk *post-consumer* dari jenis material plastik *polyethylene*, *polypropylene* dan *polycarbonate*. PT Natura Plastindo Kecamatan Gempol juga melayani permintaan jasa untuk daur ulang dari para rekan yang memerlukan.

PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol dalam memenuhi kebutuhan bahan baku menjalin kerjasama jangka panjang dengan pemasok. Kerja sama yang terjalin dengan baik diharapkan agar PT. Natura Pastindo Kecamatan Gempol lebih berkomitmen untuk dapat mengelola dan memilihara hubungan dengan pemasoknya. Selain itu PT. Natura Pastindo Kecamatan Gempol dan pemasok secara optimal telah menjalankan prinsip saling percaya dalam kemitraan. Tetapi dalam komunikasi masih sering terdapat kendala dalam komunikasi antara pemasok bahan baku dengan perusahaan yaitu adanya kendala komunikasi antara pemasok dan PT.

Natura Plastindo Kecamatan Gempol mengenai pemasokan bahan baku yang di kirim tidak sesuai dengan pesanan yang telah di sepakati dalam komunikasi dengan media telefon. Hal tersebut dapat menyebabkan masalah dalam pemenuhan kuota produksi perusahaan. Para pemasok bahan baku PT. Natura Plastindo banyak yang hanya memikirkan hubungan jangka pendek saja tanpa memikirkan keberlanjutan hubungan secara jangka panjang.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk mengetahui kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Dan inilah yang menjadi dasar atau alasan penulis untuk melakukan penelitian ini yang berjudul "**Pengaruh Komitmen, Kepercayaan, dan Komunikasi Terhadap Kepuasan Pemasok Material Yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol"**

Gambar 1 : Kerangka Konseptual Penelitian



Sumber : Data penelitian diolah 2021

HIPOTESIS

H1 : Diduga terdapat pengaruh komitmen terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

H2 : Diduga terdapat pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

H3: Diduga terdapat pengaruh komunikasi terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

H4: Diduga terdapat pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecmatan Gempol.

II. METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang

E-ISSN (Online) : 2621 – 3230
Volume 4, Nomor 2, Februari 2022

berkenaan dengan pertanyaaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih. Metode ini ditunjukan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah bagaimana pengaruh pengaruh komitmen, kepercayaan, dan komunikasi terhadap kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecmatan Gempol.

B. Metode Penelitian

1. Lokasi
   Penelitian ini dilaksanakan di PT. Natura Plastindo, Tempatnya di Dusun Baran RT.03 WR. 12, Desa Winong, Gempol Pasuruan - Jawa Timur 67155.
2. *Dependent Variables*
   Pada penelitian ini variabel terikat / *dependent variable* adalah Kepuasan pemasok (Y). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan [4]
3. *Independent Variables*

1. Komitmen (X1)
   Komitmen adalah sikap loyalitas karyawan terhadap organisasi, dengan cara tetap bertahan dalam organisasi, membantu mencapai tujuan organisasi dan tidak memiliki keingan untuk meninggalkan organisasi atau perusahaan [5]
2. Kepercayaan (X2)
   Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang di inginkan pada diri orang lain dan bukan apa yang di takutakan [6]
3. Komunikasi (X3)
   Komunikasi adalah sarana yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual [7]
4. Populasi dan Sampel
   Populasi target dalam penelitian ini adalah pemasok yang memenuhi kebutuhan PT. Natura Plastindo kecamatan Gempol sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probaility Sampling* dengan menggunakan sampel jenuh (*Saturation Sampling*). Besar sampel pada penelitian ini sebanyak 50 responden
5. Teknik pengumpulan data
   Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, Dengan menggunakan skala *Likert*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya [8].

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Validitas Kuisioner Variabel Komitmen

Variabel	Variabel (r-hitung)	Kritis	Sig.	Keterangan
Komitmen (X1)	$X_{1.1}$	0,726	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,862	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,733	0,000	Valid
	$X_{1.4}$	0,692	0,000	Valid
	$X_{1.5}$	0,705	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah,,2021

Tabel 2 Hasil Validitas Kuisioner Variabel Kepercayaan

Variabel	Variabel (r-hitung)	Kritis	Sig.	Keterangan
Kepercayaan (X2)	$X_{2.1}$	0,816	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,856	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,588	0,000	Valid
	$X_{2.4}$	0,747	0,000	Valid
	$X_{2.5}$	0,759	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah,,2021

Tabel 3 Hasil Validitas Kuisioner Variabel Komunikasi

Variabel	Variabel (r-hitung)	Kritis	Sig.	Keterangan
Komunikasi (X3)	$X_{3.1}$	0,611	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,724	0,000	Valid
	$X_{3.3}$	0,563	0,000	Valid
	$X_{3.4}$	0,660	0,000	Valid
	$X_{3.5}$	0,595	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah,,2021

Tabel 4 Hasil Validitas Kuisioner Variabel Kepuasan Pemasok

Variabel	Variabel (r-hitung)	Kritis	Sig.	Keterangan
Kepuasan Pemasok (Y)	$Y_{.1}$	0,622	0,000	Valid
	$Y_{.2}$	0,560	0,000	Valid
	$Y_{.3}$	0,744	0,000	Valid
	$Y_{.4}$	0,647	0,000	Valid
	$Y_{.5}$	0,598	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah,2021

Pada hasil pengujian validitas menyatakan bahwa seluruh item pernyataan kuesioner dari variabel (X) dan variabel (Y) memiliki nilai koefisien korelasi diatas 0,30 (>0,30) sehingga dapat dikatakan bahwa item pernyataan kuesioner dari varibel (X) dan Variabel (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk menggukur variabel yang telah diteliti.

B. Uji Reliabilitas

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Nilai Alpha Croncbach*	Nilai Kritis	Keterangan
Komitmen	.813	0,6	Reliabel
Kepercayaan	.827	0,6	Reliabel
Komunikasi	.606	0,6	Reliabel
Kepuasan pemasok	.622	0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah,2021

Berdasarkan tabel diatas dari seluruh variabel tersebut diketahui nilai koefisen reliabilitas Cronbach alpha lebih besar 0,6 , maka dapat dikatakan bahwa instrument kuisoner yang digunakan dikatakan memiliki reliabilitas.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda

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

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

$$Y = 1{,}751 + 0{,}359\ X_1 + 0{,}356\ X_2 + 0{,}236\ X_3$$

D. Pengujian Hipotesis

1. Uji Determinasi R^2

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary[b]						
Model		R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	,720[a]	,518	,487	1,411	1,818
a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen						
b. Dependent Variable: Kepuasan pemasok						

Sumber : SPSS 25 diolah oleh peneliti (2021)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai *R Square* sebesar 0,518 atau 51,8 %. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara variabel Komitmen (X1), kepercayaan (X2) dan komunikasi (X3) terhadap kepuasan pemasok (Y). Sedangkan sisanya sebesar 49,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti kualitas produk, potongan harga, dan lain-lain.

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7 Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,751	3,207		,546	,588
	Komitmen	,359	,092	,418	3,914	,000
	Kepercayaan	,356	,087	,437	4,092	,000
	Komunikasi	,236	,103	,234	2,279	,027
a. Dependent Variable: Kepuasan pemasok						

Sumber : data SPSS 25 diolah oleh peneliti (2021)

Dengan mengunakan tingkat kepercayaan sebesar 5% (α = 0,05) dan *degree of freedom* sebesar k=3 dan df2 = 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 tehadap 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.

3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA[b]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,433	3	32,811	16,483	,000[a]

	Residual	91,567	46	1,991		
	Total	190,000	49			
a. Predictors: (Constant), Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen						
b. Dependent Variable: Kepuasan pemasok						

Sumber : data SPSS 25 diolah oleh peneliti (2021)

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 diatas juga menunjukkan nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari α=0,05 maka dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa komitmen (X1), kepercayaan (X2) dan komunikasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan (Y) pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol.

IV. PEMBAHASAN

1. Hipotesis Pertama : Komitmen Berpengaruh Terhadap Kepuasan pemasok
   Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel komitmen berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo.
   Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian variabel komitmen (X_1) menghasilkan nilai pada thitung sebesar 3,914 > t abel 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 karena pemasok dapat menjaga komitmen kerja dengan memenuhi kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan PT. Natura Plastindo. sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan pemasok dapat dibangun melalui peningkatan komitmen pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo. Hal ini berarti komitmen merupakan salah satu faktor penting dalam mensukseskan hubungan baik dan jangka panjang antara pemasok dengan PT. Natura Plastindo kepuasan akan tercapai.
   Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian [2] 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.
   Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian variabel kepercayaan (X_2) menghasilkan nilai parsial Thitung 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 karena pemasok dapat menjaga kepercayaan PT. Natura plastindo kecamatan gempol dengan mengirim bahan baku material dengan waktu yang dijanjikan.Sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan pemasok dapat dibangun melalui peningkatan kepercayaan pemasok material yang ada di PT.Natura Plastindo. Hal ini berarti kepercayaan merupakan elemen penting yang berpengaruh pada kualitas suatu hubungan antara pemasok dengan PT. Natura Plastindo. Kepercayaan antara pemasok dengan PT. Natura Plastindo akan meningkatkan nilai hubungan yang terjalin dengan penyedia jasa. Tingginya kepercayaan akan dapat berpengaruh terhadap menurunnya kemungkinan untuk melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan dan

khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan pelanggan sejati. Pemasok harus bisa merasakan bahwa perusahaan dapat dipercaya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan [9] menyatakan bahwa kepercayaan memberikan dampak yang positif dan signifikant terhadap kepuasan.

3. Hipotesis Ketiga : Komunikasi Berpengaruh Terhadap kepuasan pemasok

   Berdasarkan analisis membuktikan bahwa variabel komunikasi berpengaruh terhadap kepuasan pemasok di PT. Natura Plastindo.

   Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian variabel komitmen (X_1) menghasilkan nilai parsial Thitung 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 karena pemasok mengirimkan bahan baku sesuai dengan informasi yang didapat pada saat PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol menghubungi pemasok dengan menggunakan telfon. sehingga dapat dinyatakan bahwa kepuasan pemasok dapat dibangun melalui peningkatan komunikasi pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo. Hal ini berarti Komunikasi berperan penting bagi kesuksesan hubungan antar perusahaan karena kenyataan membuktikan bahwa hubungan antar perusahaan selalu melibatkan komunikasi. Dengan demikian jalinan komunikasi yang baik seharusnya menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan kerjasama antar perusahaan.

   Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [10] menyatakan bahwa terdapat pengaruh komunikasi terhadap kepuasan.

4. Hipotesis Keempat : Komitmen, Kepercayaan dan komunikasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan pemasok.

   Berdasarkan analisis membuktikan 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 dan komunikasi. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap peningkatan nilai variabel Komitmen, Kepercayaan, komunikasi secara bersama – sama, maka akan meningkatkan kepuasan pemasok material yang ada di PT. Natura Plastindo Kecamatan Gempol. Karena dalam sebuah bisnis komitmen, kepercayaan dan komunikasi juga sangat diperlukan karena 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.

   Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh [2] menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan supplier. Selain itu juga didukung oleh penelitian [10] komunikasi berpengaruh secara simutan terhadap kepuasan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data dapat ditarik kesimpulan bahwa:

a. 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.

b. 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 Thitung sebesar 4,092 > T tabel 1,768 dengan taraf signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
c. 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 Thitung sebesar 2,279 > T tabel 1,768 dengan taraf signifikan 0,027 < 0,05. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.
d. Variabel komitmen, kepercayaan dan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasa 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.

VI. SARAN

1. Saran Bagi Perusahaan
   a. Komitmen organisasi pada PT. Natura Plastindo sudah tercipta dengan baik, namun disarankan jika perusahan diharapkan dapat mempertahankan ataupun meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendorong terjadinya komitmen yang mencakup komitmen afektif dan komitmen kontinue.yang ada dengan begitu kepuasan pemasok akan mengalami peningkatan.
   b. Kepercayaan pada PT. Natura Plastindo sudah tercipta dengan baik, namun disarankan jika perusahan diharapkan dapat mempertahankan ataupun meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendorong terjadinya kepercayaan yang mencakup kepercayaan terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap kinerja yang dihasilkan, kepercayaan adanya efisiensi waktu. dengan begitu kepuasan pemasok akan mengalami peningkatan.
2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

   Pada nilai koefisien determinan dari hasil penelitian ini masih terbilang sedang, jadi bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang memiliki hubungan terhadap variabel kepuasan agar nilai koefisien determinan nya yang didapat bisa lebih besar.

   Penambahan jumlah sampel dalam penelitian selanjutnya juga diperlukan agar di dapat hasil yang lebih akurat dan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Suparmi dan Handhoko.2018. Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Yodya Karya (Persero) Cabang Utama Semarang. Vol. 7 No. 1

Nurkami, Yola,dkk. 2020. *Pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap kepuasan supplier beras di perusahaan umum adan urusan logistik* (Studi Kasus : Di Perum BULOG Kantor Cabang Cianjur). Jurnal Agita Vol. 2. No. 2.

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).

Dr. Indrasari, Meithiana.2019. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Badan Penerbit Unitomo Press, ISBN: 978-623-91788-2-6

Yusuf, Ria Mardiana & Syarif, Darman. 2018. Komitmen Organisasi. Penerbit : Nas Media Pustaka. Makasar

Sari, Ratih Permata.,& Ni Nyoman Yasa, Kerti. 2020. *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Keajiban Harga Dengan Loyaitas Pelanggan Mapemall.com.* Penerbit : Lakeisha

Firmansyah, M. Anang. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Cv. Penerbit Qiara Media.

Sugiyono, P. D. (2016). metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D. *Alfabeta, Cv.*

Wiludjeng,Sri dan Daniarsa. 2013. *Pengaruh E-Comerce Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Forum Jual Beli Kaskus Di Bandung*. Bandung

Hutasuhut, Dea Rahma Riana Putri.2019. *Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu Terhadap Kepuasan Pelanggan My Burger Coffee Di Medan.Universitas Muhammadiyah Sumatra, Medan*