

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Menurut (Sekaran, 2006) objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu aktivitas penelitian. Dengan Implementasi *Green Supply Chain Management* diharapkan dapat meningkatkan Reputasi dan Daya Saing Perusahaan yang pada gilirannya akan meningkatkan Kinerja Pemasaran. Sehingga objek penelitian ini adalah *Green Supply Chain Management*, Reputasi Perusahaan, Daya Saing Perusahaan dan Kinerja Pemasaran.

3.1.2 Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan kertas di Jawa Barat. Kawasan Industri Jawa Barat berjumlah 66 Kawasan Industri dengan jumlah perusahaan industri sebanyak 625 perusahaan yang tersebar di beberapa tempat kabupaten yaitu Kawasan Industri di Bekasi berjumlah 23 lokasi dengan jumlah perusahaan industri sebanyak 300 perusahaan, Kawasan Industri di Purwakarta berjumlah 10 lokasi dengan jumlah perusahaan industri sebanyak 200 perusahaan, Kawasan Industri di Karawang berjumlah 20 lokasi dengan jumlah perusahaan industri sebanyak 75 perusahaan, dan Kawasan Industri lainnya berjumlah 13 lokasi dengan jumlah perusahaan industri sebanyak 50 perusahaan. Sedangkan jumlah perusahaan kertas yang berada di Jawa Barat hanya 30 perusahaan saja. *Ketigapuluh* perusahaan tersebut tersebut tersebar di Kabupaten Purwakarta, Karawang, Subang, Bogor, Bandung, Bekasi dan Bandung Barat. Penelitian ini dilakukan pada Tahun 2013 s/d 2015.

Osep Hijuzaman, 2020
PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara kerja untuk mengumpulkan data dan kemudian mengolah data sehingga menghasilkan data yang dapat memecahkan permasalahan penelitian (Augusty, 2006). Peran metodologi penelitian memberikan petunjuk dalam pelaksanaan penelitian menyangkut prosedur dan cara melakukan pengujian data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif (Sekaran & Bougie, 2013). Selain itu, metode penelitian yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Metode Penelitian eksplanatori, tujuannya untuk menjelaskan hubungan *Implementasi GSCM*, Reputasi Perusahaan, Daya Saing Perusahaan, dan Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas di Jawa Barat.

3.3 Disain Penelitian

Disain diartikan sebagai rencana yang struktur untuk penyelidikan disusun agar peneliti bisa menjawab pertanyaan penelitian dengan valid, objektif, tepat dan hemat. Secara umum terdapat tiga tipe disain penelitian yaitu disain korelasional, disain eksperimental, dan disain studi kasus (Silalahi, 2012). Penelitian ini menggunakan Tipe desain korelasional kuantitatif karena bertujuan untuk menguji hipotesis dari dua atau lebih variabel. Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis penelitian yaitu Penelitian Eksplanatori dan Kausal atau Penelitian Korelasional.

Penelitian kausal adalah suatu analisis penelitian untuk menguji satu atau beberapa variabel yang menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Sekaran & Bougie, 2013). Penelitian jenis ini, mengidentifikasi faktor penyebab sehingga pada akhirnya bisa ditetapkan bahwa satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lain, yaitu pengaruh dari *Implementasi GSCM* terhadap

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kinerja Pemasaran dengan Mediasi Reputasi dan Daya Saing Perusahaan Kertas di Jawa Barat.

Penelitian korelasi ialah sebuah penelitian yang meliputi kegiatan pengumpulan data memilih dan menentukan hubungan serta tingkat hubungan dua variabel maupun lebih. Keberadaan hubungan serta tingkat variabel sangatlah penting sebab dengan mengetahui lebih lanjut mengenai tingkat hubungan yang ada, peneliti bisa menjawab tujuan penelitian. Penelitian kausal komparatif adalah suatu penelitian empiris yang mana peneliti langsung dapat mengetahui sebab adanya variabel tersebut sudah terjadi. Beberapa kegiatan pendekatan dasar bahasa komparatif yaitu berbagai aktivitas peneliti yang dimulai dari meneliti efek variabel satu pada variabel yang lain lalu dia berupaya mencari menemukan kemungkinan variabel penyebabnya. Penelitian komparatif ini melakukan perbandingan antara situasi masa lampau dengan masa saat sekarang.

Untuk mendapatkan data penelitian digunakan metode penelitian survei yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok (Silalahi, 2012). Data penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pimpinan perusahaan kertas di Jawa Barat.

3.4 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran

3.4.1 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sekaran, 2006), variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel biasanya bervariasi dalam dua atau lebih kategori atau pada rangkaian nilai, dan dapat diukur atau dinilai dalam skala (Creswell, 2008).

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Creswell (Creswell, 2008) menjelaskan variabel yang menyebabkan, berpengaruh atau mempengaruhi hasil, sedangkan variabel *dependent* adalah variabel hasil pengaruh dari variabel bebas.

Variabel independen pada penelitian ini adalah Implementasi GSCM. Sedangkan variabel Reputasi Perusahaan dan Daya Saing Perusahaan sebagai variabel mediasi. Sementara itu, variabel dependennya adalah Kinerja Pemasaran. Definisi operasional penelitian adalah unsur penelitian yang memberitahukan cara mengukur suatu variabel. Adapun matriks operasionalisasi variabel penelitian seperti terdapat pada Tabel 3.1 :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
GSCM	GSCM adalah Integrasi SCM yang ramah lingkungan mulai dari desain produk, pembelian material dan seleksi pemasok, proses manufaktur, sampai pengiriman produk akhir ke konsumen (Srivastava, 2007)	Green Policy (GSCM ₁)	Tingkat kejelasan kebijakan perusahaan tentang lingkungan dalam rangka implementasi GSCM	Tingkat kejelasan kebijakan Perusahaan tentang lingkungan dalam rangka implementasi GSCM	Interval	1
			Manajer perusahaan memiliki komitmen dan mendukung terhadap GSCM	Tingkat komitmen manajer perusahaan dalam mengimplementasikan GSCM	Interval	2
			Kerjasama lintas-fungsional perusahaan bekerja dengan baik untuk GSCM	Tingkat efektivitas kerjasama lintas-fungsional perusahaan dalam penerapan GSCM	Interval	3

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

		<i>Green Shipping</i> (<i>GSCM₂</i>)	ISO 14000 series dilakukan dengan baik	Tingkat efektifitas implementasi ISO 14000 series	Interval	4
			Perusahaan menggunakan alat transportasi hijau	Tingkat keramahan lingkungan perusahaan dari desain alat transportasi	Interval	5
			Perusahaan menggunakan bahan bakar hijau	Tingkat pemenuhan syarat ramah lingkungan dalam menggunakan bahan bakar	Interval	6
			Perusahaan menggunakan sistem pembakaran dan bahan yang rendah Sulfur pada mesin transportasi	Tingkat komitmen menggunakan bahan rendah Sulfur pada alat transportasi	Interval	7
		<i>Green Marketing</i> (<i>GSCM₃</i>)	Perusahaan menyediakan layanan informasi yang ramah lingkungan bagi pelanggan	Tingkat penyediaan layanan informasi yang ramah lingkungan bagi pelanggan	Interval	8

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Perusahaan merencanakan anggaran promosi yang lebih untuk program ramah lingkungan	Tingkat anggaran promosi untuk program ramah lingkungan	Interval	9
			Perusahaan mengadopsi sumber daya dan konservasi energi dalam pemasaran produk kertas	Tingkat pemenuhan sumber daya dan konservasi energi perusahaan dalam menjawab tantangan pemasaran	Interval	10
			Perusahaan melakukan update berkala dari situs web pada isu-isu lingkungan	<i>Updating</i> situs web sebagai bagian dari pemasaran pada isu-isu lingkungan	Interval	11
			Perusahaan menerapkan jasa <i>eco-green</i> dalam menarik pelanggan	Tingkat penerapan jasa <i>eco-green</i> dalam menarik pelanggan perusahaan	Interval	12
			Perusahaan berupaya dalam mencapai tujuan bersama	Tingkat pencapaian tujuan bersama tentang	Interval	13

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			lingkungan secara kolektif dengan <i>Supplier</i>	GSCM kolektif dengan <i>Supplier</i>		
		<i>Green Collaboration With Supplier</i> (GSCM ₄)	Perusahaan mengembangkan saling pengertian risiko dan tanggung jawab lingkungan dengan <i>Supplier</i>	Tingkat efektifitas penanganan risiko dan tanggung jawab lingkungan dengan <i>Supplier</i>	Interval	14
			Perusahaan bekerjasama untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan GSCM dengan <i>Supplier</i>	Tingkat efektifitas pengurangan dampak lingkungan dari kegiatan GSCM dengan <i>Supplier</i>	Interval	15
		<i>Green Collaboration With Partner</i> (GSCM ₅)	Perusahaan mencapai tujuan bersama lingkungan kolektif dengan <i>Partner</i>	Tingkat pencapaian tujuan dengan <i>Partner</i> , perusahaan selalu ikut andil di dalamnya	Interval	16
			Perusahaan mengembangkan saling pengertian risiko dan tanggung jawab lingkungan dengan <i>Partner Bisnis</i>	Tingkat efektifitas penerapan konsep penanggulangan risiko dan tanggung jawab	Interval	17

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				lingkungan dengan <i>Partner Bisnis</i>		
			Perusahaanbekerja sama untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan pelayanan GSCM dengan <i>Partner</i>	Tingkat efektifitas pengurangan dampak lingkungan dari kegiatan pelayanan GSCM dengan <i>Partner</i>	Interval	18
		<i>Green Collaboration With Customer (GSCM₆)</i>	Perusahaan mencapai tujuan bersama lingkungan kolektif dengan Pelanggan	Tingkat efektifitas penerapan konsep kolaborasi dengan pelanggan untuk mencapai tujuan bersama lingkungan	Interval	19
			Perusahaanmengembangkan saling pengertian risiko dan tanggung jawab lingkungan dengan Pelanggan	Tingkat efektifitas penerapan konsep penanggulangan risiko dan tanggung jawab lingkungan dengan <i>Pelanggan</i>	Interval	20

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Perusahaanbekerja sama untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan pelayanan GSCM dengan <i>Pelanggan</i>	Tingkat efektifitas pengurangan dampak lingkungan dari kegiatan pelayanan GSCM dengan <i>Pelanggan</i>	Interval	21
Corporate Reputation (CORP REPT)	<i>Reputasi Perusahaan</i> adalah persepsi para <i>stakeholder</i> terhadap keseluruhan kinerja Pemasaran. ((Fombrun, C. J, 1996)	<i>Purchasing</i> (<i>CR_i</i>)	Bahan baku kertas yang dibeli perusahaan merupakan bahan yang memenuhi baku mutu lingkungan dan lulus proses audit dalam peraturan ISO 14000	Bahan baku kertas yang dibeli perusahaan merupakan bahan yang memenuhi baku mutu lingkungan sesuai dengan peraturan ISO 14000	Interval	22
			Pertimbangan perusahaan terhadap pemasok bahan baku kertas telah memperoleh ISO14000 dan OHSAS 18000	Pemasok bahan baku kertas yang dipilih telah memperoleh ISO14000 dan OHSAS 18000 dalam pembelian bahan baku kertas	Interval	23

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Perusahaan memilih pemasok bahan baku kertas yang dapat mengendalikan zat berbahaya dalam daftar standar perusahaan dan telah memperoleh prestasi sertifikat ISO 14000	Pemasok bahan baku kertas yang dipilih adalah pemasok yang dapat mengendalikan zat berbahaya dalam daftar standar perusahaan dan telah memperoleh prestasi sertifikat ISO 14000	Interval	24
		<i>Production</i> <i>(CR₂)</i>	Mesin proses produksi kertas menggunakan mesin yang ramah lingkungan	Perusahaan menggunakan mesin proses produksi kertas yang ramah lingkungan	Interval	25
			Perusahaan menggunakan teknologi canggih untuk mengoptimalkan konsumsi energi	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang penggunaan teknologi yang efektif dan efisien untuk mengoptimalkan	Interval	26

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				konsumsi energi dalam proses produksi kertas		
			Perusahaan melaksanakan pelatihan pola konsumsi energi yang tepat	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pelaksanaan pelatihan pola konsumsi energi yang tepat	Interval	27
			Perusahaan menerapkan penghematan konsumsi energi	Pandangan pelanggan tentang penghematan energi di semua departemen	Interval	28
			Perusahaan mengikuti aturan yang diperlukan untuk pengurangan konsumsi bahan bakar	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang penerapan aturan untuk pengurangan konsumsi bahan bakar	Interval	29

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Perusahaan secara kontinyu memeriksa mesin proses produksi kertas	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pemeriksaan mesin proses produksi kertas secara berkala	Interval	30
			Perusahaan mempunyai sistem tercatat yang canggih untuk mengurangi limbah kertas	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pencatatan data yang lengkap untuk mengurangi limbah	Interval	31
			Kemasan yang dihasilkan dari proses produksi kertas ramah lingkungan	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pembuatan kemasan yang ramah lingkungan	Interval	32
		<i>Recovery</i> (<i>CR₃</i>)	Perusahaan mempunyai sistem pemulihan limbah eksternal	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pengolahan limbah eksternal yang memadai	Interval	33

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Perusahaan mempunyai sistem pemulihan limbah internal	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pengolahan limbah internal yang memadai	Interval	34
			Perusahaan mempunyai sistem recovery produk akhir	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang <i>recovery</i> produk akhir yang memadai	Interval	35
		<i>Pollution</i> <i>(CR₄)</i>	Perusahaan mengurangi polusi tanah, air dan udara atas limbah produk kertas	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pengurangan polusi tanah, air dan udara atas limbah produk	Interval	36
			Perusahaan mengurangi polusi tanah, air dan udara atas limbah produk atas limbah tanah	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pengurangan polusi tanah, air dan	Interval	37

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				udara atas limbah tanah		
			Perusahaan mengurangi polusi tanah, air dan udara atas limbah proses internal	Pandangan pelanggan pada perusahaan tentang pengurangan polusi tanah, air dan udara atas limbah proses internal	Interval	38
Daya Saing	Kemampuan dan atau kesiapan perusahaan untuk bersaing (Szerb & Ulbert, 2009)	<i>Competition Point</i> <i>(DS₁)</i>	Meningkatnya profitabilitas perusahaan	Dengan GSCM, profitabilitas yang dicapai perusahaan dibandingkan dengan profitabilitas rata-rata industri pada industri kertas meningkat	Interval	39
			Meningkatnya efisiensi perusahaan	Dengan menerapkan GSCM, kemampuan dalam mencapai efisiensi perusahaan meningkat	Interval	40

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Meningkatnya pertumbuhan perusahaan	Dengan menerapkan GSCM, kemampuan perusahaan dalam mencapai profitabilitas meningkat	Interval	41
		<i>Supply Condition</i> (DS ₂)	Meningkatnya target pasar	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam mencapai target pasar industri kertas meningkat	Interval	42
		<i>Demand Condition</i> (DS ₃)	Meningkatnya jumlah permintaan pangsa pasar	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam mencapai permintaan pasar meningkat	Interval	43
		<i>Physical Resources</i> (DS ₄)	Meningkatnya alat aplikasi ICT perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam	Interval	44

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				mengembangkan teknologi meningkat		
		<i>Human Resources</i> (DS ₅)	Meningkatnya tingkat pendidikan karyawan pada perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam mengembangkan pendidikan karyawan meningkat	Interval	45
			Meningkatnya kualitas pelatihan di dalam di luar perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam melaksanakan pelatihan meningkat	Interval	46
		<i>Innovation</i> (DS ₆)	Meningkatnya inovasi produk perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam mengembangkan inovasi produk meningkat	Interval	47

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

			Meningkatnya Research and Development pada perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam Research and Development meningkat	Interval	48
		<i>Networking (DSU₇)</i>	Meningkatnya kolaborasi dengan pihak luar perusahaan	Dengan GSCM, kemampuan perusahaan dalam menjalin kolaborasi dengan pihak luar meningkat	Interval	49
Kinerja Pemasaran	(Ferdinand, 2000) mengemukakan kinerja pemasaran merupakan alat yang digunakan dalam mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan	<i>Profitabilitas</i>	Meningkatnya <i>profitabilitas</i> perusahaan	Data tiga tahun terakhir tentang <i>ROA</i> atau <i>ROI</i> pada industri kertas di Jawa Barat	Interval	50
		<i>Marketshare</i>	Meningkatnya rasio penjualan perusahaan dan penjualan pada industri kertas	Data tiga tahun terakhir tentang rasio penjualan produk kertas antara satu perusahaan dengan	Interval	51

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

				seluruh perusahaan kertas di Jawa Barat		
		<i>Sales</i>	Meningkatnya volume penjualan	Data tiga tahun terakhir volume penjualan produk kertas di Jawa Barat	Interval	52

Osep Hijuzaman, 2020

**PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN
DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.4.2 Skala Pengukuran

Alat ukur penelitian ini berupa angket terdiri dari sejumlah pertanyaan-pertanyaan tertutup berikut jawaban yang telah disediakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Interval dengan kategori jawaban terdiri dari sembilan kategori jawaban pada skala Likert. Adapun pilihan jawaban yang paling rendah yaitu angka 1 dan pilihan jawaban paling tinggi yaitu 9, seperti terlihat pada Tabel 3.2 :

Tabel 3.2
Skala Likert

STS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	SS
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Maka rumus untuk perhitungan angka indeks dari jawaban responden dilakukan dengan menggunakan rumus dari (Augusty, 2006). Adapun kriteria *three box method*, diinterpretasi dengan angka indeks, Pertama : interval nilai dari 10.00 s/d 40.00 adalah rendah, Kedua, interval nilai dari 40.01 s/d 70.00 sedang, dan Ketiga, interval nilai dari 70.00 s/d 100.00 tinggi.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian disertasi ini dengan cara :

1. Studi dokumentasi yaitu memperoleh data sekunder dari laporan dan dokumen lainnya yang berkaitan dengan masalah-masalah penelitian.
2. Studi Lapangan (*Field Research*) melalui :
 - a. Angket, berisi pertanyaan secara tertulis dengan alternatif jawaban, yang kemudian diisi oleh responden sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
 - b. Wawancara, dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara terhadap responden atau informan yang dianggap berkompeten dengan masalah yang sedang diteliti, hal ini untuk menguatkan data penelitian.

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.6 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian disertasi ini yaitu perusahaan kertas di Jawa Barat yang telah menerapkan konsep *GSCM* dalam kurun waktu yaitu 2013 s/d 2015 dengan jumlah 30 perusahaan (Indonesia, 2013), sekaligus sebagai sampel penelitian.

Tabel 3.3
Distribusi Sampel

No	Wilayah Kabupaten	Populasi	Sampel
1	Bandung	2	2
2	Bandung Barat	2	2
3	Purwakarta	2	2
4	Subang	1	1
5	Karawang	6	6
6	Bekasi	11	11
7	Bogor	5	5
8	Depok	1	1
Jumlah		30	30

3.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas adalah untuk mengukur sejauhmana instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar dapat mengukur faktor yang akan diukur. Validitas adalah tingkat keakuratan pengukuran dengan menggunakan alat ukur tersebut (Cooper & S. Shindler, 2013). Instrumen yang valid adalah yang dapat digunakan

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Selanjutnya (Riduwan & Kuncoro, 2012). Untuk menghitung validitas instrumen ukur digunakan Analisis Faktor. Analisis faktor merupakan bagian dari multivariate yang berguna untuk mereduksi instrumen kuesioner atau variabel penelitian. Instrumen kuesioner dinyatakan valid jika memiliki nilai KMO MSA ≥ 0.5 dan *faktor loading* ≥ 0.7 , akan tetapi nilai *faktor loading* 0.5 – 0.6 masih dapat diterima (Hair, Walfinbager, Money, Samouel, & Page, 2011).

Analisis faktor yang digunakan untuk uji validitas dibantu dengan software Program SPSS Versi 24. Suatu indikator dikatakan dominan sebagai pembentuk variabel laten apabila indikator tersebut memiliki estimasi R^2 tidak kurang dari 0.70 atau tingkat kesalahan pengukurannya kurang dari 51% atau 0.51 (Kusnendi, 2008).

Rangkuman hasil perhitungan Analisis Faktor untuk masing-masing instrumen yang mewakili variabel penelitian disajikan pada lampiran.

Tabel 3.4
Tabel Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item yang valid	Item yang tidak valid
1	Implementasi GSCM	10	11
2	Reputasi Perusahaan	10	7
3	Daya Saing Perusahaan	11	0
4	Kinerja Pemasaran	6	0

Berdasarkan Tabel 3.4 di atas, terdapat item yang tidak valid sebanyak 18 item pernyataan yang tidak valid, maka item pernyataan tersebut di drop/dibuang, kemudian diuji kembali, dan menghasilkan 37 item pernyataan yang valid yaitu 10 item pernyataan Variabel Implementasi GSCM, 10 item pernyataan Variabel Reputasi Perusahaan, 11 item pernyataan Variabel Daya Saing Perusahaan, dan 6 item pernyataan Variabel Kinerja Pemasaran.

3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat keakuratan pengukuran dengan menggunakan alat ukur tersebut (Cooper & S. Shindler, 2013). Dasar dalam pengambilan keputusan uji reliabilitas digunakan Cronbach Alpha > 0.70 (Kusnendi, 2008).

Rangkuman hasil perhitungan disajikan pada Tabel 3.5, sedangkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersaji pada lampiran.

Tabel 3.5
Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah item	Cronbach's alpha	Keterangan
1	Implementasi GSCM	10	0,799	Reliabel
2	Reputasi Perusahaan	10	0,780	Reliabel
3	Daya Saing Perusahaan	11	0,820	Reliabel
4	Kinerja Pemasaran	6	0,806	Reliabel

Dari Tabel 3.5 di atas, didapatkan nilai Cronbach's Alpha semua variabel di atas 0.7, sehingga dikatakan bahwa variabel tersebut *reliable* tinggi.

3.8 Teknik Analisis

3.8.1 Statistik Deskriptif

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai jawaban responden mengenai variabel-variabel penelitian yang digunakan. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan Teknik Analisis Indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan (Augusty, 2006).

3.8.2 Analisis Korelasi Kanonikal

Analisis Kanonikal merupakan model statistik multivariat untuk menguji hubungan (korelasi) antara lebih dari satu set variabel dependen dan lebih dari satu set variabel independen (Silalahi, 2012) :

Kemajuan terbaru dalam metodologi statistik dan otomatisasi komputer membuat analisis korelasi Kanonikal tersedia semakin banyak digunakan peneliti. Analisa Kanonikal adalah metode analisa parametrik yang menawarkan pedoman mengenai penggunaan pendekatan analisa multivariat, selain itu, analisis Kanonikal juga tidak mengharuskan seorang peneliti untuk membuang varians dari setiap variabel yang berinteraksi secara bersamaan. Analisis korelasi Kanonikal adalah studi tentang hubungan linear antara dua set variabel. Ini adalah perluasan multivariat dari analisis korelasi. Terminologi korelasi Kanonikal membuat perbedaan penting antara kata variabel dan variasi. Variabel dicadangkan untuk merujuk pada variabel asli yang dianalisis. Variasi digunakan untuk merujuk ke variabel yang dibangun sebagai rata-rata tertimbang dari variabel asli. Dengan demikian satu set varian Y dibangun dari variabel Y asli. Demikian juga, satu set varian X dibangun dari variabel X asli (Thompson, 1991).

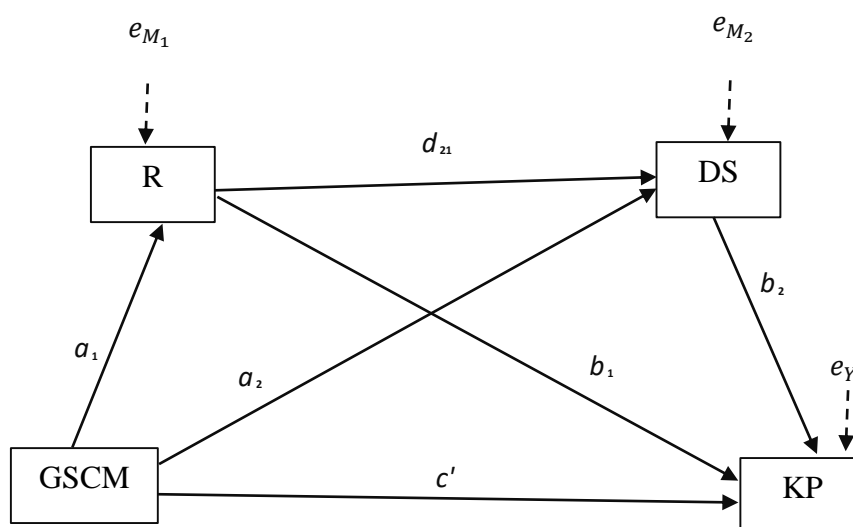
3.8.3 Analisis Model *Two Serial Mediator*

Model ini merupakan Teknik Analisis yang mengasumsikan rantai kausal yang menghubungkan variabel Mediasi dengan arah aliran kausal yang ditentukan. Ciri pembeda dari model ini adalah bahwa mediator mengkorelasikan antara

variabel Independen dengan variabel Dependen, namun mediator bukanlah sebagai penyebab dari variabel Independen (F. Hayes, 2013).

Analisis Serial Multiple Mediator melalui *Macro PROCESS Model 6 With Two serial multiple mediator models in statistical diagram* (Hayes, 2013 : 145), digunakan untuk menguji apakah efek Reputasi dan Daya Saing Perusahaan memediasi secara serial dengan aliran kausal yang dihipotesiskan bergerak dari Implementasi GSCM (X1), ke Reputasi (M1), ke Daya Saing Perusahaan (M2), dan terakhir ke Kinerja Pemasaran Perusahaan Kertas (Y).

Urutan proses pengerjaan diagram statistik untuk model serial multiple penelitian ini adalah seperti terdapat pada Gambar 3.3 :



Gambar 3.1 Diagram Statistik dengan Dua Mediator

Keterangan Gambar 3.1.

GSCM = Implementasi *GSCM*

R = Reputasi Perusahaan Kertas di Jawa Barat

DS = Daya Saing Perusahaan Kertas di Jawa Barat

KP = Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan Gambar 3.1, terdapat tiga persamaan yang akan di uji. Secara rinci, persamaan yang akan diuji adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} R &= i_R + a_1 \text{GSCM} + e_{M1} \\ DS &= i_{DS} + a_2 \text{GSCM} + d_{21}R + e_{M2} \\ Y &= i_Y + c' \text{GSCM} + b_1R + b_2DS + e_Y \end{aligned}$$

Berdasarkan penjelasan di atas, maka rancangan pengujian hipotesis penelitian secara detail disajikan dalam Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Rancangan Pengujian Hipotesis Penelitian

Model	Hipotesis	Statistik Uji	Kriteria Uji
<i>Direct effect 1</i>	<p>H-1</p> <p>$H_0 : c' = 0:$</p> <p><i>Implementasi GSCM</i> tidak berpengaruh langsung terhadap Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat</p> <hr/> <p>$H_1 : c' \neq 0:$</p> <p><i>Implementasi GSCM</i> berpengaruh langsung terhadap Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat</p>	<i>P-value</i>	Diharapkan H_0 ditolak, jika nilai <i>P-value</i> $\leq 0,05$

<i>Indirect effect 1</i>	H-2	<i>P-value</i>	Diharapkan H_0
(Ind1)	$H_1 : a_1b_1 \neq 0$: Reputasi Perusahaan memediasi hubungan antara <i>Implementasi</i> <i>GSCM</i> dan Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat		ditolak, jika nilai <i>P</i> - value $\leq 0,05$
	$H_1 : a_1b_1 \neq 0$: Reputasi Perusahaan memediasi hubungan antara <i>Implementasi</i> <i>GSCM</i> dan Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat		
<i>Indirect effect 2</i>	H-3	<i>P-value</i>	Diharapkan H_0
(Ind2)	$H_0 : a_2b_2 = 0$: Daya Saing Perusahaan tidak memediasi hubungan antara <i>Implementasi GSCM</i> dan Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat		ditolak, jika nilai <i>P</i> - value $\leq 0,05$

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

$$H_1 : a_2b_2 \neq 0:$$

Daya Saing Perusahaan
memediasi hubungan
antara *Implementasi*
GSCM dan Kinerja
Pemasaran Kertas di Jawa
Barat

<i>Indirect effect 3</i> (Ind3)	H-4	<i>P-value</i>	Diharapkan H_0 ditolak, jika nilai <i>P</i> - value $\leq 0,05$
	$H_0 : a_1d_2b_2 = 0:$ Reputasi dan Daya Saing Perusahaan tidak memediasi hubungan antara <i>Implementasi</i> <i>GSCM</i> dan Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat		
	<hr/> $H_1 : a_1d_2b_2 \neq 0:$ Reputasi dan Daya Saing Perusahaan memediasi hubungan antara <i>Implementasi GSCM</i> dan Kinerja Pemasaran Kertas di Jawa Barat		

Osep Hijuzaman, 2020

PENGARUH IMPLEMENTASI GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT (GSCM) TERHADAP KINERJA PEMASARAN

DENGAN MEDIASI REPUTASI DAN DAYA SAING PERUSAHAAN (Studi pada Industri Kertas di Provinsi Jawa Barat)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu