

**PENGARUH DIMENSI *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*
TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE***

(Studi Empiris pada *Coffee Shop* di Yogyakarta)

***THE IMPACT OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DIMENSION
ON COMPETITIVE ADVANTAGE***

(Empirical Study on Coffee Shop in Yogyakarta)



Disusun oleh:

Muhammad Tegar Fajar Nugroho

20200410317

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

**PENGARUH DIMENSI *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT*
TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE***

(Studi Empiris pada *Coffee Shop* di Yogyakarta)

***THE IMPACT OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DIMENSION
ON COMPETITIVE ADVANTAGE***

(Empirical Study on Coffee Shop in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun oleh:

Muhammad Tegar Fajar Nugroho

20200410317

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
TAHUN 2024**

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang menyatakan dibawah ini,

Nama : Muhammad Tegar Fajar Nugroho

Nomor Mahasiswa : 20200410317

Prodi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan plagiat dalam penyusunan skripsi dengan judul “**PENGARUH DIMENSI *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* (Studi Empiris pada *Coffee Shop* di Yogyakarta)**”. Penulisan skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak melibatkan plagiat, termasuk dalam penggunaan kalimat yang seolah-olah saya ciptakan sendiri, kecuali dalam penulisan acuan yang tertulis pada Daftar Pustaka. Saya menyadari bahwa melanggar aturan tersebut akan berkonsekuensi pada sanksi yang telah ditetapkan, dan saya bersedia menerima konsekuensi tersebut.

Yogyakarta, Mei 2024



Muhammad Tegar Fajar Nugroho

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al – Baqarah: 286)

“Maka nikmat Tuhan kamu yang manakah yang kamu dustakan?”

(QS. Ar – Rahman: 13)

“ingatlah kamu kepada-Ku niscaya Aku ingat (pula) kepadamu”

(QS. Al – Baqarah: 152)

“Masuklah ke dalam surga-Ku”

(QS. Al – Fajr: 30)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan begitu banyak nikmat. Saya persembahkan skripsi ini kepada pihak-pihak yang telah berjasa selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua dirumah terkhusus ibu yang selalu mendoakan serta menyemangati penulis selama menempuh pendidikan di program studi S1 Manajemen FEB UMY.
3. Ibu Dr. Munjiati Munawaroh, SE., M.Si., sebagai dosen pembimbing yang telah membantu dalam memberikan arahan dan dorongannya hingga skripsi ini selesai dengan baik.
4. Teman-teman terdekat yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah mendoakan dan memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH DIMENSI *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* TERHADAP *COMPETITIVE ADVANTAGE* (Studi Empiris pada *Coffee Shop* di Yogyakarta)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar program Sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan atas tersusunnya skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Munjiati Munawaroh, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan dan penulisan skripsi, serta telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran.dan pikiran.
4. Orang tua dan saudara yang selalu memberi doa, dukungan serta dorongan kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skrip

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERTANYAAN PENELITIAN	7
C. TUJUAN PENELITIAN.....	7
D. MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. LANDASAN TEORI.....	9
1. <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	9
2. <i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i>	10
A. <i>STRATEGIC SUPPLIER PARTNERSHIP</i>	11
B. <i>CUSTOMER RELATIONSHIP</i>	12
C. <i>INFORMATION SHARING</i>	13
B. PENELITIAN TERDAHULU	14
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	17
1. PENGARUH <i>STRATEGIC SUPPLIER PARTNERSHIP</i> DENGAN PEMASOK TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	17
2. PENGARUH <i>CUSTOMER RELATIONSHIP</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	18

3. PENGARUH <i>INFORMATION SHARING</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	18
4. PENGARUH <i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	19
D. MODEL PENELITIAN	20
BAB III METODA PENELITIAN	21
A. OBJEK PENELITIAN DAN SUBJEK PENELITIAN	21
B. JENIS DATA	21
C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA	21
D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL	22
E. DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL PENELITIAN	23
F. UJI KUALITAS INSTRUMEN	28
1. UJI VALIDITAS	28
2. UJI RELIABILITAS	29
G. UJI ASUMSI KLASIK	29
1. UJI NORMALITAS	29
2. UJI MULTIKOLONIEARITAS	30
3. UJI HETEROSKEDASTISITAS	31
H. METODE ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	32
1. TEKNIK ANALISIS DATA	32
2. UJI HIPOTESIS	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	35
B. GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN	36
C. UJI KUALITAS INSTRUMEN	38
1. UJI VALIDITAS	38
2. UJI RELIABILITAS	39
D. DESKRIPSI VARIABEL	40
E. UJI ASUMSI KLASIK	43
1. UJI NORMALITAS	43
2. UJI MULTIKOLONIEARITAS	45
3. UJI HETEROSKEDASTISITAS	45
F. HASIL ANALISIS DATA	47

1.	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	47
2.	ANALISIS REGRESI LINEAR SEDERHANA	50
3.	UJI MODEL (UJI STATISTIK F).....	52
4.	UJI MODEL (UJI STATISTIK F).....	53
G.	PEMBAHASAN	53
1.	PENGARUH <i>STRATEGIC SUPPLIER PARTNERSHIP</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	53
2.	PENGARUH <i>CUSTOMER RELATIONSHIP</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	54
3.	PENGARUH <i>INFORMATION SHARING</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	56
4.	PENGARUH <i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i> TERHADAP <i>COMPETITIVE ADVANTAGE</i>	57
A.	SIMPULAN	58
B.	KETERBASAN PENELITIAN.....	58
C.	SARAN.....	59
	DAFTAR PUSTAKA.....	60
	LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU.....	14
TABEL 3.1 DEFINISI VARIABEL DAN INDIKATOR.....	26
TABEL 4.1 PROFIL RESPONDEN	37
TABEL 4.2 HASIL UJI VALIDITAS	39
TABEL 4.3 HASIL UJI RELIABILITAS	40
TABEL 4.4 BATAS MEAN DAN KATEGORI	41
TABEL 4.5 STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL COMPETITIVE ADVANTAGE ...	41
TABEL 4.6 STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL STRATEGIC SUPPLIER PARTNERSHIP	42
TABEL 4.7 STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL CUSTOMER RELATIONSHIP	42
TABEL 4.8 DESKRIPTIF VARIABEL INFORMATION SHARING	43
TABEL 4.9 HASIL UJI MULTIKOLONIERTIAS.....	45
TABEL 4.10 HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA	48
TABEL 4.11 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI	49
TABEL 4.12 HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA	50
TABEL 4.13 HASIL KOEFISIEN DETERMINASI	51
TABEL 4.14 HASIL UJI F TEST	52
TABEL 4.15 HASIL UJI F TEST	53

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 MODEL PENELITIAN.....	20
GAMBAR 4.1 HASIL UJI NORMALITAS.....	45
GAMBAR 4.2 HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN	65
LAMPIRAN 2. TABULASI DATA	70
LAMPIRAN 3. PROFIL RESPONDEN.....	73
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS.....	74
LAMPIRAN 5. UJI RELIABILITAS	79
LAMPIRAN 6. ANALISIS DESKRIPTIF	79
LAMPIRAN 7. UJI ASUMSI KLASIK	81
LAMPIRAN 8. ANALISIS REGRESI	82
LAMPIRAN 9. UJI HIPOTESIS	83
LAMPIRAN 10 TURNITIN	84