



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Sejarah Perusahaan

PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir JNE didirikan pada tanggal 26 November 1990 oleh H. Seoprpto Suparno. Perusahaan ini dirintis sebagai sebuah divisi dari PT Citra van Titipan Kilat (Tiki) untuk mengurus jaringan kurir internasional. Bermula orang dan kapital seratus juta (Rp100.000.000), Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) memulai kegiatan usahanya yang terpusat pada penanganan kegiatan kepabeanan, impor kiriman barang, dokumen serta pengatarannya dari luar negeri ke Indonesia.

Pada tahun 1991, PT Jalur Nugraha Ekakurir memperluas jaringan internasional dengan bergabung sebagai anggota asosiasi perusahaan-perusahaan kurir beberapa negara Asia (ACCA) yang bermarkas di HongKong yang kemudian memberi kesempatan kepada Jalur Nugraha Ekakurir untuk mengembangkan wilayah antara sampai ke seluruh dunia.

Gambar 3. 1  
Logo PT JNE



Karena persaingannya di pasar domestik, Jalur Nugraha Ekakurir juga memusatkan memperluas jaringan domestik. Dengan jaringan domestiknya Tiki dan namanya, Jalur Nugraha Ekakurir mendapat keuntungan persaingan dalam pasar domestik. Jalur Nugraha Ekakurir memperluas pelayanannya dengan logistik dan distribusi. Selama bertahun-tahun Tiki dan Jalur Nugraha Ekakurir berkembang dan menjadi dua perusahaan yang punya arah masing-masing. Karena kedua perusahaan tersebut menjadi saingan. Akhirnya Jalur Nugraha Ekakurir menjadi perusahaan yang berdiri sendiri dengan manajemen sendiri. PT Jalur Nugraha Ekakurir membuat logo sendiri yang membedakannya dari Tiki. PT Jalur Nugraha Ekakurir membeli gedung pada tahun 2002 dan mendirikan Jalur Ekakurir *Operations Sorting Center*. Kemudian pada tahun 2004 PT Jalur Nugraha Ekakurir membeli gedung untuk dijadikan kantor pusat yang terletak di Jakarta. Visi PT Jalur Nugraha Ekakurir adalah menjadi perusahaan rantai pasok global dunia dan misi PT Jalur Nugraha Ekakurir adalah memberi pengalaman terbaik kepada pelanggan secara konsisten.

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah PT Jalur Nugraha Ekakurir JNE yang berlokasi yang beralamat Ruko Merdeka. Jln Gatot Subroto No. 101 F Cimone Jaya, Kec. Karawaci. Kota Tangerang, Banten 15114. Kecepatan dan kehandalan layanan yang konsisten dan bertanggung jawab membuat kredibilitas Jalur Nugraha Ekakurir semakin tinggi di mata pelanggan maupun mitra kerja. Seiring dengan peningkatan investasi asing, pertumbuhan ekonomi dalam negeri dan perkembangan teknologi informasi, serta beragam inovasi produk yang dikembangkan, kinerja Jalur Nugraha Ekakurir semakin tumbuh juga berkembang

di kalangan dunia usaha maupun masyarakat Indonesia. Perkembangan dunia usaha dan gaya hidup masyarakat membuat permintaan penanganan kiriman import peka semakin berkembang. Tak hanya mencakup paket kecil dan dokumen, tetapi merambah pada penanganan transportasi, logistik serta distribusi. Peluarng yang terus tumbuh ini mendorong Jalur Nugraha Ekakurir untuk terus memperluas jaringannya ke seluruh kota besar di Indonesia. saat ini titik-titik layanan Jalur Nugraha Ekakurir mencapai diatas 6.000 lokasi dan masih terus bertambah, dengan jumlah karyawan lebih dari 40.000 karyawan. Lebih dari lokasi Jalur Nugraha Ekakurir telah terhubung dengan sistem komunikasi online, dikawal oleh sistem dan akses situs informasi yang efektif serta efisien bagi konsumen dalam upaya mengetahui status terkini pengiriman paket atau dokumen. Jalur Nugraha Ekakurir mengedepankan sumber daya manusia sekaligus teknologi sebagai bagian dari pengembangan. Dari mesin X-Ray, GPS hingga alat komunikasi satelit. Kehandalan dan komitmen Jalur Nugraha Ekakurir ini terbukti dengan diraihnya berbagai bentuk penghargaan serta sertifikasi ISO 9001:2008 atas sistem manajemen mutu.

Gambar 3. 2  
Daftar Penghargaan yang diraih JNE

### Penghargaan

No.	Penghargaan	Tahun	Penyelenggara
1	Contact Center Service Excellence Award (CCSEA)	2017	Service Excellence Magazine
2	Field Promotion Of The Year 2017	2017	Markplus
3	Sales & Promotion Of The Year 2017	2017	Markplus
4	Sales Person Of The Year 2017	2017	Markplus
5	Indonesia Original Brand Award 2017	2017	SWA & Business Digest
6	TOP Brand Award 2017	2017	Majalah Marketing
7	Service Quality Award 2017	2017	Service Excellence Magazine
8	Indonesia Digital Popular Brand Award 2017	2017	plasafranchise.com & TRASNCo Research
9	Top 100 CEO 2017	2017	Warta Ekonomi
10	Service People of The Year Yogyakarta Kategori Logistik	2017	Walkota Yogyakarta
11	The Best Contact Centre Award	2017	ICCA
12	Social Media Award 2017	2017	Majalah Marketing & Mediawave

Gambar 3. 3  
Daftar Penghargaan yang di raih JNE

13	Franchise Top of Mind Award 2017	2017	Asosiasi Franchise Indonesia
14	Indonesia Best Companies in Creating Leaders from within 2017	2017	SWA Network
15	The 19th Indonesia Customer Satisfaction Award 2017	2017	SWA Network
16	HR Excellent Award 2016	2016	SWA
17	Service Quality Awards	2016	Service Excellence Magazine
18	Indonesia Original Brands 2016	2016	SWA & Business Digest
19	Digital Popular Brand Awards	2016	plasafranchise.com & TRASNCo Research
20	Top Brand Award Kategori Jasa Kurir	2016	Majalah Marketing
21	The Best Supervisor Contact Center	2016	ICCA (Indonesia Contact Center Association)
22	Stellar Workplace Award 2016	2016	Harlan Kontan & GML Performance Consulting
23	Digital Marketing Award 2016	2016	Marketing Magazine
24	Social Media Award 2016	2016	Marketing Magazine
25	Indonesia E-Commerce Award 2016	2016	IDEA (Indonesian E-Commerce Association), MARS Indonesia, SWA.
26	Franchise Top of Mind 2016	2016	AFI & Franchise Magazine
27	The 2016 Brand for Good Club & League 300	2016	Markplus, Inc

Gambar 3. 4  
Daftar Penghargaan yang diraih JNE

28	Local Brand kategori Logistik	2016	Marketeers Festival (IMF) 2016
29	The Best Industry Marketing Champion 2016 For Logistic Sector	2016	MarkPlus, Inc, Marketeers & Indonesia Marketing Association (IMA)
30	Indonesian Customer Satisfaction Award	2016	SWA Magazine
31	E-Mark Award	2015	Telkom University
32	WOW Brand	2015	MarkPlus Inc
33	Corporate Image Award	2015	Tempo Magazine
34	Satria Brand Award	2015	Tempo Magazine
35	Indonesia Original Brand	2015	SWA Magazine
36	Top Brand Award	2015	Majalah Marketing
37	Indonesia Most Creative Companies	2015	SWA Magazine
38	Social Media Award	2015	Marketing Magazine
39	After Sales Service Award	2014	Majalah Marketing
40	Top Brand Award	2014	Majalah Marketing
41	Net Promoter Loyalty Award	2014	SWA Magazine
42	Indonesia Original Brand	2014	SWA Magazine

Gambar 3. 5  
Daftar Penghargaan yang diraih JNE

43	Net Promoter Customer Loyalty Award NPS Leader Domestic Courier	2013	SWA Magazine
44	HR Future Leader	2013	SWA Magazine
45	The Asia HRD Award	2013	SMR Group
46	Indonesia Brand Champion	2013	MarkPlus Insight
47	Indonesia Original Brand	2013	SWA Magazine
48	Bandung Service Excellence Award	2012	
49	Silver Brand Champion of Most Recommended Brand	2012	MarkPlus Insight
50	Bronze Brand Champion of Most Popular Brand	2012	MarkPlus Insight
51	Indonesia Original Brand	2012	SWA Magazine
52	Western Union Award	2010	
53	Satyalancana Wirakarya	2009	
54	Anugrah Produk Asli Indonesia	2008	
55	Superbrands Indonesia	2005	The Nielsen Company Indonesia
56	Satyalancana Wirakarya	2004	
57	Adikarya Pos	2001	
58	Adikarya Pos	1998	

Berikut adalah penghargaan-penghargaan yang diterima oleh PT Jalur Nugraha Ekakurir JNE.

### **3.2 Desain Penelitian**

#### **3.2.1 Research Data**

Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2011) mendefinisikan bahwa : “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Sedangkan menurut (Andi, 2010) mendefinisikan bahwa : “Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti, baik dari objek individual (responden) maupun dari suatu instansi yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari pengguna”. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti baik dari pribadi (responden) maupun dari suatu instansi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti dengan cara melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan. Data primer diperoleh dengan mengadakan penelitian dan kuesioner.

Menurut (Andi, 2010) mendefinisikan bahwa : ”Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”. Menurut (Andi, 2010) mendefinisikan bahwa: ”Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung untuk mendapatkan informasi (keterangan) objek yang diteliti, biasanya

datatersebut diperoleh dari tangan kedua baik dari objek secara individual (responden) maupun dari suatu badan (instansi) yang dengan sengaja melakukan pengumpulan data dari instansi-instansi atau badan lainnya untuk keperluan penelitian dari para pengguna”. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung, biasanya dari pihak kedua yang mengolah data keperluan orang lain. Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari data laporan yang dimiliki oleh Jalur Nugraha Express yang berada di Cimone, Tangerang sebagai Kantor Pusat, yang berisi tentang kinerja *supply chain* dan *knowledge management*.

### **3.2.2 Jenis Penelitian**

Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2013), metode penjelasan penelitian atau *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Berdasarkan jenis penelitian tingkat penjelasan, maka tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pada

penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan antar variabel *management knowledge* (x), dengan *supply chain performance* (y), melalui variabel moderating yaitu IT/IS, *supply chain intergration* dan *supply chain strategy*.

Menurut (Moh, 2011) metode *descriptive research* atau deskriptif adalah: "Untuk studi menentukan fakta dengan interpretasi yang tepat dimana di dalamnya termasuk studi untuk melukiskan secara akurat sifat-sifat dari beberapa fenomena kelompok dan individu serta studi untuk menentukan frekuensi terjadinya suatu keadaan untuk meminimalisasikan bias dan memaksimalkan reabilitas. Metode deskriptif digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai seluruh variabel penelitian secara independen". Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2013) penelitian deskriptif adalah sebagai berikut: "Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel lain". Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah di pelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Dalam (Sekaran & Bougie, 2013) *causal study* merupakan suatu penelitian yang ingin menggambarkan satu atau lebih faktor-faktor yang menyebabkan masalah, hubungan sebab akibat dengan melihat ada atau tidak pengaruh satu

variabel dengan variabel lainnya dan bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya dalam penelitian. Menurut (Cooper & Schindler, 2011) disain Penelitian Kausal (Causal Study), adalah bentuk penelitian yang berfokus pada pembelajaran bagaimana suatu variabel penelitian mempengaruhi variabel penelitian lainnya sampai membentuk suatu fenomena. Terdapat dua jenis penelitian kausal. Pertama, kausal-penjelasan (causal-explanatory) bagaimana satu variabel mempengaruhi perubahan variabel lainnya, bagaimana hubungan variabel-variabel tersebut. Kedua, kausal-prediktif (causal-predictive) yang mencoba memprediksi pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lainnya sementara semua variabel lainnya tetap

Metode Penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode *causal study*. Karena dalam penelitian ini peneliti mengamati hubungan sebab akibat antara menjelaskan hubungan antar variabel *management knowledge* (x), dengan *supply chain performance* (y), melalui variabel moderating yaitu IT/IS, *supply chain intergration* dan *supply chain strategy*.

### **3.2.3 Data Penelitian**

Data penelitian merupakan data – data yang dikumpulkan setelah dilakukan penelitian terhadap objek yang ingin diteliti dan digunakan untuk menunjang suatu penelitian dan juga untuk memperkuat argument yang disampaikan. Hal ini menjadi faktor yang penting dalam melakukan sebuah penelitian karena kebutuhan akan data yang harus sesuai dan dapat dipertanggung jawabkan (Malhotra, 2012). Terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis data primer dan juga data sekunder. Peneliti menggunakan data primer yang merupakan jawaban kuesioner yang nantinya akan disebarakan kepada beberapa manajer, diolah, dan diinterpretasikan menjadi sebuah hasil penelitian. Selain itu, peneliti juga akan menggunakan data sekunder dimana peneliti akan mencari beberapa jurnal, berita, data statistika mengenai objek penelitian serta untuk mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

1. Mengumpulkan berbagai informasi melalui jurnal penelitian, artikel, dan literatur pendukung untuk menjadi referensi yang mendukung penelitian ini dan membuat model tersebut serta menyusun kerangka penelitian.
2. Menyusun draft kuesioner dengan memasukkan pertanyaan *profiling*, *screening* dan semua variabel untuk setiap sesi pertanyaan. Setelah itu dilakukan *wording* kuesioner dengan memilih kata yang tepat pada pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner agar responden lebih mudah untuk memahami dan mengerti pertanyaan yang diberikan.
3. Melakukan standarisasi variabel, mengelompokkan dan merapihkan seluruh jawaban kuesioner menjadi data yang diinginkan.
4. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan perangkat lunak SMARTPLS 3.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Target Populasi**

Populasi adalah sekumpulan elemen yang bergabung dan memiliki serangkaian karakteristik tertentu yang terdiri dari berbagai macam hal lalu ditetapkan menjadi objek penelitian. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh supervisor, manajer, dan general manager yang bekerja di PT Jalur Nugraha Ekakulir (JNE).

#### **3.4.2 *Sample Unit***

*Sample unit* adalah dasar yang terkandung dari populasi untuk dijadikan sebuah sampel (Malhotra,2012). *Sample unit* yang digunakan pada penelitian ini adalah pria dan wanita yang bekerja sebagai seluruh supervisor, manajer, general manager, yang bekerja di PT Jalur Nugraha Ekakulir (JNE).

#### **3.4.3 *Time Frame***

Menurut Malhotra (2012) *time frame* merupakan jangka waktu peneliti dari awal tahapan pengumpulan hingga pengolahan data. *Time frame* pada penelitian ini adalah September 2019. Penyebaran kuesioner dilakukan dari bulan Agustus-September 2019.

#### **3.4.4 *Sampling Size***

Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan *sampling technique non-probability sampling* dengan teknik *judgemental sampling* serta *snowball sampling*. *Sample* yang dipilih oleh peneliti harus dengan sesuai kriteria dan persyaratan yang diberikan atau ditentukan oleh peneliti, dan jika peneliti melihat sudah cukup memenuhi maka dapat menjadi responden atau *sample* untuk

mendukung penelitian penulis. Penulis meminta kepada responden sebelumnya untuk dapat memberikan rekomendasi responden lainnya yang dapat memenuhi persyaratan.

Menurut Roscoe (1975) yang dikutip dari Uma Sekaran (2006) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel 30 – 500 merupakan jumlah yang tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah kedalam subsampel, ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori.
3. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol yang ketat, penelitian yang sukses adalah dengan ukuran sampel kecil mulai dari 10 hingga 30 sampel.

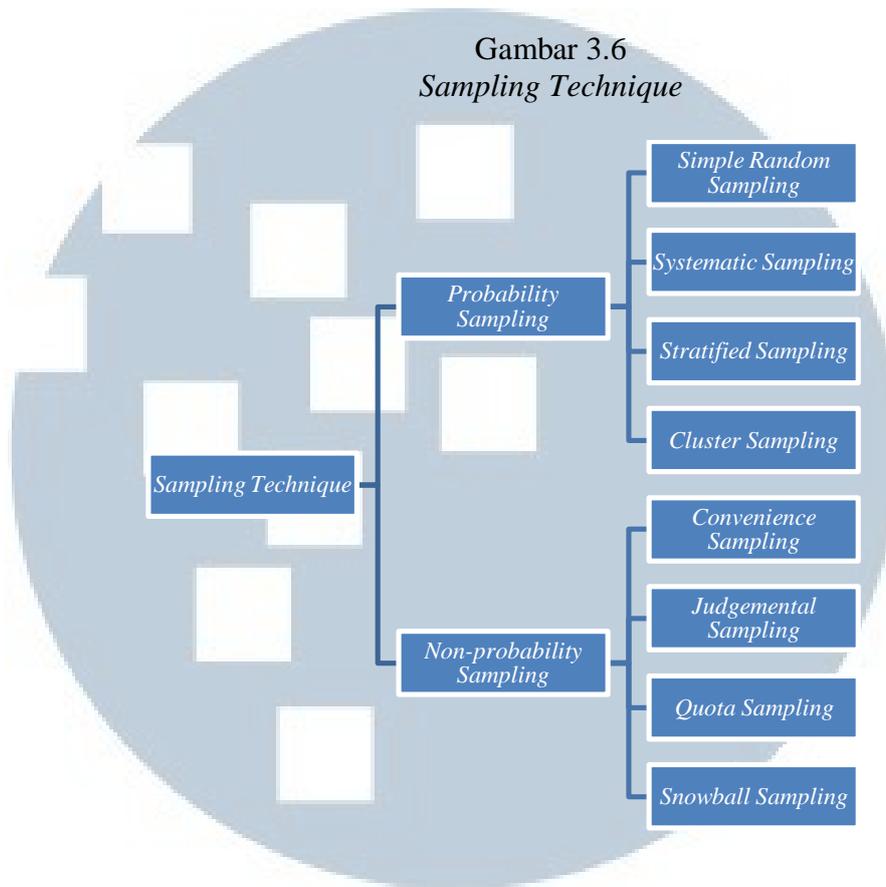
Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel sebagai responden banyaknya disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan. Jumlah responden yang akan dicari pada penelitian ini adalah 27 responden.

### **3.4.5 Sampling Technique**

*Sampling technique* dibagi menjadi 2 jenis teknik yang bisa digunakan dalam penelitian yaitu *probability sampling technique* dan *non-probability sampling technique*. (Malhotra,2010) :

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Gambar 3.6  
*Sampling Technique*



Sumber : Malhotra,2010

Berikut adalah penjelasan dari gambar 3.6 :

1. *Probability Sampling*

*Probability sampling* adalah sebuah teknik dalam *sampling* yang digunakan oleh peneliti untuk menyeleksi *sample*, dimana setiap orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi *sample* penelitian dari peneliti.

Ada 4 jenis *probability sampling* yaitu :

a. *Simple Random Sampling*

*Simple random sampling* adalah teknik dimana semua elemen memiliki kesempatan untuk menjadi *sample* dalam penelitian.

b. *Systematic Sampling*

*Systematic sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan dengan menggunakan kelipatan angka yang dipilih menjadi *sample* dalam penelitian.

c. *Stratified Sampling*

*Stratified sampling* adalah teknik yang dibuat pada setiap tingkatan hingga dapat menjadi *sample*.

d. *Cluster sampling*

*Cluster sampling* adalah teknik *sampling* yang dipilih secara acak oleh peneliti untuk menjadi elemen dalam penelitian.

2. *Non-probability Sampling*

*Non-probability Sampling* adalah teknik *sampling*, dimana tidak semua orang bisa menjadi *sample* dari penelitian. Terdapat 4 jenis *Non-probability Sampling* yaitu :

a. *Convenience Sampling*

*Convenience sampling* adalah teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti sesuai dengan kenyamanan peneliti yaitu dengan proses yang cepat, mudah dan tidak memakan banyak biaya.

b. *Judgemental Sampling*

*Judgemental Sampling* adalah teknik *sampling* yang dipilih oleh peneliti berdasarkan ketentuan dan persyaratan yang telah ditentukan peneliti untuk menunjang hasil penelitiannya.

c. *Quota Sampling*

*Quota Sampling* adalah teknik yang memiliki 2 tahap. Tahap pertama dengan menentukan jumlah dari masing – masing elemen *sample* yang ingin diambil, lalu tahap kedua menggunakan teknik *convenience* atau *judgemental sampling*.

d. *Snowball Sampling*

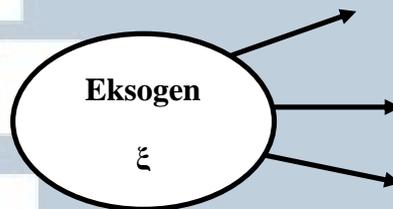
*Snowball sampling* adalah teknik yang dilakukan dengan referensi dari para responden, dimana responden diminta untuk merekomendasikan orang lain.

### 3.5 Identifikasi Variabel Penelitian

#### 3.5.1 Variabel Eksogen

Variabel Eksogen adalah variabel yang muncul sebagai variabel bebas pada semua persamaan yang ada di dalam model. Notasi matematik dari variabel laten eksogen adalah huruf Yunani  $\xi$  (“ksi”) (Hair *et al.*, 2010). Variabel eksogen digambarkan sebagai lingkaran dengan anak panah yang menuju ke luar dari variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang termasuk variabel eksogen adalah *warehouse task complexity* dan *market dynamics*. Berikut merupakan gambar variabel eksogen:

Gambar 3.7  
Variabel Eksogen

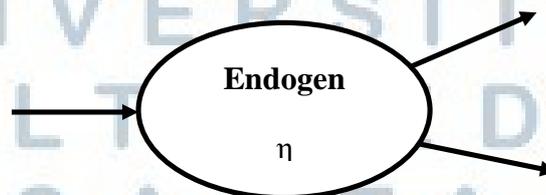


Sumber: Hair *et al*, 2010

### 3.5.2 Variabel Endogen

Variabel Endogen merupakan variabel yang terikat pada paling sedikit satu variabel lain dalam model penelitian, meskipun di semua persamaan sisanya variabel tersebut adalah variabel bebas. Notasi matematik dari variabel laten endogen adalah  $\eta$  (“eta”) (Hair *et al*, 2010). Variabel endogen digambarkan sebagai lingkaran dengan setidaknya memiliki satu anak panah yang mengarah atau menusuk pada variabel tersebut. Dalam penelitian ini, yang merupakan variabel endogen adalah *Planning extensiveness, decision rules complexity, control sophistication, and warehouse information system specificity*. Gambar variabel endogen dapat dilihat pada gambar 3.8 berikut:

Gambar 3.8  
Variabel Endogen



Sumber: Hair *et al*, 2010

## 3.6 Teknik Analisis Data

### 3.6.1 Analisis Data *Outer Model* (Model Measurement)

1. *Convergent Validity*: Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading factor* pada variabel laten. Nilai yang diharapkan  $> 0.7$
2. *Discriminant Validity*: Nilai *cross loading*, nilai yang dituju harus lebih besar daripada nilai lainnya.
3. *Composite Reliability*: Nilai  $>0.7$  mempunyai realibilitas yang tinggi.
4. *Average Variance Extracted (AVE)*: Nilai AVE yang diharapkan  $>0.5$ .
5. *Cronbach Alpha*. Uji Realibilitas diperkuat dengan *Cronbach Alpha*, nilai diharapkan  $>0.6$  untuk konstruk.
6. Standard Koefisien memiliki nilai  $\geq 0$ , berarti memiliki pengaruh yang positif dan kurang dari 0 memiliki pengaruh yang negatif
7. Memiliki nilai p-value  $\leq 0,05$ . Jika p-value  $\leq 0,05$  maka berpengaruh secara signifikan.
8. Hasil dari uji moderasi terbagi menjadi 4 :
  - (i) Pure Moderasi : Moderasi efek p-value  $\leq 0,05$  dan Variabel Moderasi p-value  $> 0,05$
  - (ii) Potensial Moderasi : Moderasi efek p-value  $> 0,05$  dan Variabel Moderasi p-value  $> 0,05$
  - (iii) Kuasi Moderasi : Moderasi efek p-value  $\leq 0,05$  dan Variabel Moderasi p-value  $\leq 0,05$

(iv) Predictor Moderasi : Moderasi efek p-value > 0,05 dan Variabel Moderasi p-value ≤ 0,05.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel – variabel pada penelitian memiliki tingkat abstraksi yang tinggi. Untuk itu diperlukan indikator yang sesuai untuk mengukur variabel tersebut. Oleh karena itu definisi operasional disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Measurement	Jurnal Referensi
1.	<i>Knowledge management proses</i>	Menurut Wiig (1993) menekankan bahwa mengingat pentingnya pengetahuan dalam hampir semua wilayah kehidupan sehari-hari dan komersial, dua aspek yang berhubungan dengan	1. <i>Knowledge Creation</i>	1. <i>Organization has mechanisme for creating and acquiring knowledge from different source such as employees, business partners and competitor.</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i>

		<p>pengetahuan yang penting bagi kelangsungan hidup dan kesuksesan di setiap tingkat. Ini adalah pengetahuan aset yang harus diterapkan, indah, diawetkan dan digunakan untuk sedapat mungkin terbesar oleh individu dan organisasi dan pengetahuan yang berhubungan dengan proses untuk membuat, membangun, menyusun, mengatur,</p>		<p>2. <i>Organization encourage and has processes for the exchange of idea and knowledge between individuals and groups.</i></p>	
--	--	--	--	--	--

		<p>mengubah, menstransfer, menerapkan dan melindungi pengetahuan yang harus hati-hati dan secara eksplisit dikelola di semua daerah yang di anggap penting.</p>			
			<p>2. <i>Knowledge Capture</i></p>	<p>1. <i>Organization responses to employees ideas and documents the for firther development.</i></p> <p>2. <i>Organization has mechanisms</i></p>	<p><i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Perfomnc e</i></p>

				<p><i>in place to absorb and transfer knowledge from employees, customers, and business partners into the organization.</i></p>	
			<p><i>3.Knowledge Organization</i></p>	<p><i>1. Organization has a policy to review knowledge on a regular basis. Persons are specially tasked to keep knowledge current and up to date.</i></p>	<p><i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i></p>

			4. <i>Knowledge Storage</i>	1. <i>Organization utilizes database, repositories and information technology applications to store knowledge for easy access by all employees.</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i>
			5. <i>Knowledge Dissemination</i>	1. <i>Organization has knowledge in the form that is readily accessible to employees who need it (intranets, internet)</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i>

				2. <i>Organization sends out timely reports with appropriate information to employees, customers and other relevant organization.</i>	
			6. <i>Knowledge Application</i>	1. <i>Organization has different methods for employees to further develop their knowledge and apply them to new situations.</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i>

				2. <i>organization has mechanisms to protect knowledge from inappropriate or illegal use inside and outside.</i>	
2.	<i>Supply chain Performance</i>	<i>Supply chain performance dapat diukur menggunakan SCOR (Supply Chain Operations Reference)</i>	1. <i>Plan</i>	1. <i>Organization performs very well in demand and supply planning and management activities.</i> 2. <i>Organization performs very</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i>

				<p><i>well in planning activities for the entire supply chain including source, make and delivery.</i></p>	
			<p><i>2. Source</i></p>	<p><i>1. Organization performs very well in the ordering and receipt of goods and services from supplier.</i></p> <p><i>2. Organization performs very well in managing inventories,</i></p>	<p><i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i></p>

				<i>capital assets and incoming products.</i>	
			<i>3. Make</i>	<p>1. <i>Organization performs very well in executing production or manufacturing activities.</i></p> <p>2. <i>Organization performs very well in scheduling production activities and managing production performance as well as in-</i></p>	<p><i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Performance</i></p>

				<i>procces products.</i>	
			4. <i>Delivey</i>	<p>1. <i>Organization performs very well in customers order management activities.</i></p> <p>2. <i>Organization performs very well in warehouse management activities form receiving and picking products to load and ship products.</i></p>	

3.	<i>IT / IS Support</i>	IT/IS pada umumnya, itu adalah memiliki peran penting dalam memungkinkan organisasi untuk mengembangkan kemampuan dan keterampilan (Borges et al., 2009).		1. <i>IT/IS currently supports the Plan procees in organization.</i> 2. <i>IT/IS curenly supports the Source procees in organization.</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Perfomnc e</i>
4.	<i>Supply Chain Integration</i>	Integrasi rantai pasokan efisien mengakibatkan mengintensifkan sumber daya praktis utama memungkinkan berbagai sumber daya istimewa dan pengetahuan teknologi untuk		1. <i>Organization partners with its major supplier to structure inter-organization strategies, practices and processes into</i>	<i>The Impact Of Knowledge Management Processes on Supply Chain Perfomnc e</i>

		<p>menyediakan kemampuan jaringan dari mitra rantai suplai memungkinkan mempertahankan kemampuan kompetitif (Dariabu dan Kim, 2002).</p>		<p><i>collaborative and coordinated procces</i></p>	
5	<p><i>Supply chain Strategy</i></p>	<p>Strategi rantai pasokan adalah strategi yang memerlukan koordinasi dan komitmen beberapa</p>		<p>1. <i>Organizati on supply chain strategy is more</i></p>	<p><i>The Impact Of Knowledge Manageme nt Processes</i></p>

		<p>organisasi dalam rantai pasokan untuk melaksanakan tujuan strategis (Christopher dan Ryals, 1999).</p>		<p><i>focussed on maximizing customer reponsiveness and flexibility in meeting customer demands rather than minimizing total cost.</i></p>	<p><i>on Supply Chain Perfomnce</i></p>
--	--	---	--	--	---

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 3.9  
Kerangka Berpikir Penulis

