

PENGARUH PENERAPAN *SUPPLY CHAIN INTEGRATION* DI UNIVERSITAS TERHADAP *ORGANIZATIONAL PERFORMANCE* MELALUI *SERVICE QUALITY* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*

Randy Dioritto Margon dan Devie
Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
Email : ddeviesa.yahoo.co.id

ABSTRAK

Semua perusahaan dan organisasi wajib memperhatikan performa organisasinya. Saat ini lembaga pendidikan seperti universitas swasta pun harus memperhatikan berbagai aspek jika ingin memiliki performa organisasi yang baik. Aspek tersebut antara lain adalah supply chain integration, service quality, dan customer satisfaction. Dalam penelitian ini mencoba untuk menemukan sebuah hubungan antara ketiga aspek tersebut kepada organizational performance universitas swasta di Surabaya. Analisis data dengan menggunakan metode Partial Least Square terhadap 420 responden dari enam universitas swasta terpilih di Surabaya

Kata Kunci : *Supply Chain Integration, Service Quality, Customer Satisfaction, Organizational Performance.*

ABSTRACT

All of enterprises and organizations must pay some attention for its organizational performance. Today some education organization like private universities should also give much regard on various aspect if they want to have better organizational performance. Those aspects are supply chain integration, service quality, and customers' satisfaction. The goal in this research is to find some relationship between all of those aspects toward organizational performance on private universities in Surabaya. The data analysis used PLS method to 420 respondents from 6 selected private universities in Surabaya.

Keyword :*Supply Chain Integration, Service Quality, Customer Satisfaction, Organizational Performance*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, banyak perusahaan baik yang bergerak dalam industri barang maupun jasa bersaing satu sama lain melalui penyesuaian produk, mutu/kualitas tinggi, pengurangan biaya, dan kecepatan distribusi. Seluruh dimensi tersebut dapat dicapai perusahaan bila memberikan perhatian lebih untuk sistem rantai pasokan/supply chain yang dimiliki oleh perusahaan. Supply chain merupakan sekumpulan aktivitas yang terlibat dalam proses transformasi dan distribusi barang mulai dari bahan baku paling awal dari alam sampai produk jadi pada konsumen akhir, hingga akhirnya muncul pendekatan strategi baru di tahun 90-an yang disebut manajemen rantai pasokan (*Supply Chain Management*) adalah pengintegrasian aktivitas pengadaan bahan dan pelayanan, pengubahan menjadi barang setengah jadi dan produk akhir, serta pengiriman ke pelanggan (Anwar, 2011).

Dengan adanya hubungan antara penerapan Manajemen Rantai Pasokan dan performa organisasi, peneliti akan melakukan penelitian terhadap seberapa berpengaruh penerapan SCI terhadap performa sebuah organisasi di kota Surabaya, dimana kota Surabaya merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia dengan tingkat perekonomiannya tengah berkembang saat ini. Dalam Triwulan pertama tahun 2012 angka investasi di provinsi Jawa Timur naik sebesar 41,52 persen dibanding tahun 2011 dengan tingkat pertumbuhan ekonomi di atas provinsi lain yang ada di Indonesia mencapai 7,20% (Badan Penanaman Modal).

Bukan hanya perekonomiannya saja yang berkembang, menurut data yang dirilis oleh <http://edukasi.kompasiana.com/>, jumlah total lulusan siswa SMA seluruh Indonesia tahun 2013 juga meningkat sebesar 1.573.036 siswa dengan 217.502 orang siswa berada di Surabaya, merupakan sebuah keharusan bagi sebuah universitas jika ingin mendapatkan peserta didik yang melampaui target untuk memperhatikan berbagai aspek seperti *supply chain integration*, *service quality*, maupun *customer satisfaction* yang dapat mempengaruhi penilaian seorang lulusan SMA dalam menentukan pendidikan lanjutnya. Dilihat dari data statistik yang ada pada tahun 2012 tentu bukan

merupakan sebuah hal yang mustahil jika dunia pendidikan juga ikut bergeliat mengikuti pertumbuhan tingkat investasi maupun tingkat ekonomi karena bagaimanapun dunia pendidikan dalam hal ini universitas berhubungan erat dengan dunia industri sebagai tempat dimana mahasiswa lulusan universitas mengaplikasikan ilmunya untuk diterapkan pada dunia kerja.

Sejalan dengan tingkat investasi yang meningkat, menurut data yang dirilis oleh Badan Penanaman Modal Jawa Timur, Jawa Timur merupakan provinsi dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak di Indonesia yang terdiri dari perguruan tinggi negeri dan swasta. Tahun 2013, Dikti melalui Kopertis (Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta) VII wilayah Jawa Timur mencatat terdapat sedikitnya 333 lembaga pendidikan tinggi aktif yang di antaranya terdiri dari 78 universitas di Jawa Timur dengan total jumlah mahasiswa sebesar 389.342 orang. Tentu sebuah pangsa pasar yang besar sehingga setiap universitas berlomba untuk memberikan performa terbaik untuk seluruh *stakeholder* yang ada bagi keberlanjutan universitas itu sendiri.

Pengukuran performa universitas dapat dilihat dari berbagai aspek salah satunya melalui pertumbuhan jumlah mahasiswa tiap tahunnya. Pengukuran performa universitas dapat dilihat dari berbagai aspek salah satunya melalui pertumbuhan jumlah mahasiswa tiap tahunnya. Kaplan dan Norton (2000) berpendapat bahwa terdapat hubungan yang positif antara peningkatan jumlah pelanggan dengan peningkatan kinerja keuangan sebuah perusahaan. Berikut data yang dihimpun Dikti melalui Kopertis VII :

Jumlah Mahasiswa 6 Universitas Swasta di Surabaya

UNIVERSITAS	2011	2012	2013	Change 2012 to 2013
UK Petra	7.431	7.698	7.937	+0,03%
Universitas Surabaya	7.058	7.247	8.248	+0,14%
Universitas Ciputra Surabaya	2.018	2.460	2.290	-0,07%
Universitas Widya Mandala	5.477	5.311	5.031	-0,05%
Universitas Pelita Harapan	759	660	558	-0,15%
Sekolah Tinggi Teknik Surabaya	1.082	1.075	1.180	+0,10%
Total	23.825	24.451	25.244	

Source: <https://forlap.dikti.go.id/>

Data tabel di atas menunjukkan jumlah mahasiswa dari enam universitas swasta di Surabaya yang ada dalam sebuah *market share* yang sama, dimulai dari UK Petra pada tahun 2011 memiliki 7.431 mahasiswa terus menunjukkan tren yang meningkat pada tahun 2012 menjadi 7.698 orang dan di tahun 2013 menjadi 7.937 mahasiswa, perubahan antara tahun 2012 dan 2013 adalah meningkat sebesar 0,03%. Tren yang sama juga dialami oleh Ubaya, pada tahun 2011 memiliki 7.058 mahasiswa meningkat menjadi 7.247 mahasiswa di tahun 2012 dan mencapai 8.248 mahasiswa di tahun 2013, perubahan antara tahun 2012 dan 2013 adalah meningkat 0,14%.

Dilihat dari kuantitas jumlah mahasiswa, STTS tentu jauh di bawah UK Petra dan Ubaya, tetapi STTS juga mencatat tren yang positif dalam periode tiga tahun belakangan ini meskipun pada tahun 2011 dan 2012 jumlah mahasiswa menurun dari 1.082 menjadi 1.075 orang, tetapi tahun 2013 STTS berhasil mendapatkan 1.180 mahasiswa sehingga perubahan antara tahun 2012 dan 2013 adalah meningkat sebesar 0,10%. Universitas Ciputra Surabaya pada tahun 2011 memiliki 2.018 mahasiswa, sempat menunjukkan peningkatan yang positif pada tahun 2011 menjadi 2.460 mahasiswa tetapi pada tahun 2013 justru menurun menjadi 2.290 mahasiswa sehingga perubahan antara 2012 dan 2013 adalah menurun sebesar 0,07%.

Berbeda dengan Universitas Ciputra, Universitas Widya Mandala dan Universitas Pelita Harapan justru mengalami tren menurun dari tahun ke tahun. Tahun 2011 Universitas Widya Mandala memiliki 5.477 mahasiswa, menurun menjadi 5.311 mahasiswa di tahun 2012, periode berikutnya UWM terus mengalami penurunan jumlah mahasiswa menjadi 5.031 mahasiswa di tahun 2013 sehingga perubahan antara tahun 2012 dan 2013 adalah menurun sebesar 0,05%. Universitas Pelita Harapan juga mengalami tren serupa dengan UWM, pada tahun 2011 UPH memiliki 759 mahasiswa, menurun di tahun 2012 menjadi 660 mahasiswa dan tahun 2013 turun kembali menjadi 558 mahasiswa, sehingga perubahan antara tahun 2012 dan 2013 adalah menurun sebanyak 0,15%.

Supply Chain Integration

Terdapat tiga dimensi SCI yang dijabarkan oleh Li Zhao et al. (2012) : dimensi pertama *supplier integration*, peran *supplier* menjadi sangat penting dalam lingkungan persaingan global saat ini karena *supplier* mampu mempengaruhi kemampuan produksi sebuah perusahaan (sebagai contoh: biaya, kualitas, teknologi, kecepatan, dan respon), *supplier integration* juga yang berperan dalam pengurangan biaya produksi, dengan hubungan *supplier integration* yang tinggi maka akan tercipta suatu kerja sama yang baik dan sebuah kepercayaan, dimana akhirnya perusahaan bersedia untuk berinvestasi pada aset tetap dan aktivitas *research & development* (R&D) dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan *supplier* sehingga dapat menghasilkan proses dan produk yang berkualitas, selain itu *supplier integration* berguna bagi perusahaan untuk mengurangi tingkat persediaan dan meningkatkan kecepatan pengiriman, kualitas, dan layanan terhadap konsumen melalui pertukaran informasi dan bekerja bersama *supplier*.

Selanjutnya, dimensi kedua *internal integration*, dengan *internal integration* sebuah perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di berbagai aspek, *internal integration* dapat membuat permintaan konsumen dimengerti dengan baik oleh seluruh perusahaan melalui pertukaran informasi dari departemen penjualan/marketing kepada departemen lainnya, dampak jangka panjangnya adalah ketika order konsumen telah terintegrasi dengan baik maka seluruh aktivitas, fungsi, dan departemen yang ada pada perusahaan tersebut menyesuaikan dengan order yang telah terintegrasi tersebut sehingga akan memperpendek waktu produksi dan meningkatkan kecepatan untuk masuk ke pasar sehingga akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan ; dimensi ketiga *customer integration*, interaksi yang dekat antara perusahaan dengan konsumen membangun sebuah hubungan yang dekat sehingga meningkatkan keakuratan pertukaran informasi, semakin akurat informasi yang didapat mengenai permintaan konsumen dan selera konsumen, juga pada waktu informasi yang didapat selalu terkini dari konsumen maka akan mempercepat perusahaan dalam merancang sebuah produk, meningkatkan perencanaan produksi, dan mengurangi persediaan yang

usang/rusak, customer integration juga membuat kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan proses kerja sama, memungkinkan untuk mengurangi biaya, membuat nilai tambah yang lebih bagi konsumen, dan mempercepat respon perusahaan dalam menangkap keinginan konsumen.

Menurut Lee et al. (2007), *dimensi Supply Chain Management* dibagi menjadi tiga, yaitu :

1. *Customer Linkage*

S1 : Program studi saya melibatkan perusahaan tempat alumni bekerja dalam merancang kurikulum dan proses belajar mengajar - *My major and the companies where most of the alumni work design the curriculum and the lesson plan*

2. *Supplier Linkage*

S2 : Program studi saya melibatkan organisasi profesi/industri dalam merancang kurikulum dan proses belajar mengajar - *My major and the professional association or industries design the curriculum and the lesson plan*

3. *Internal Linkage*

S3 : Interaksi antara staf pengajar, staf administrasi, dan mahasiswa sangat menunjang proses belajar mengajar - *An interaction between lecturers, administration staff, and students support the lesson plan*

Service Quality

Kualitas layanan adalah perbedaan antara ekspektasi konsumen dengan pelayanan yang didapat, ketika kualitas layanan diterima dan dirasakan dengan baik oleh konsumen, maka penyedia jasa akan melakukan segala hal untuk sedapat mungkin mendukung peluang untuk mempertahankan konsumen tersebut, terlepas bagaimana pengalaman konsumen tersebut merasakan kualitas layanan produk/jasa lainnya sebelumnya (Bashir et al., 2012).

Menurut Fares et al. (2013) didasarkan pada teori yang telah dikemukakan oleh Parasuraman (1998), dimensi Service Quality dibedakan menjadi beberapa dimensi yaitu :

1. Q1: *Courteous* : Staf pengajar di universitas bersikap santun

2. Q2: *Helpfull* : Staf pengajar di universitas bersedia untuk membantu

3. Q3: *Personal attention* : Staf pengajar di universitas memperhatikan kepentingan individual mahasiswa

4. Q4: *Employees' answer* : Staf pengajar di universitas mampu menjawab pertanyaan mahasiswa

5. Q5: *Services* : Staf pengajar universitas mampu melayani mahasiswa dengan tepat

6. Q6: *Employees' knowledge* : Staf pengajar di universitas memiliki pengetahuan baik teoritis maupun praktis yang dibutuhkan mahasiswa

7. Q7: *Understandability* : Staf pengajar di universitas memahami kebutuhan khusus mahasiswa

8. Q8: *Honesty* : Staf pengajar di universitas mempunyai sikap jujur dalam membantu menyelesaikan permasalahan

Customer Satisfaction

Konsumen adalah alasan bagaimana perusahaan bersedia untuk memberikan nilai tambah, kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan dan sikap konsumen setelah memakai produk/jasa tertentu, kepuasan konsumen juga yang nantinya dapat meningkatkan pendapatan dan profit perusahaan melalui pembelian kembali (*repeat order*), pembelian produk baru, maupun konsumen yang membeli akibat dari rekomendasi konsumen sebelumnya yang telah merasakan produk/jasa tersebut (Gilaninia et al., 2012).

Kepuasan mahasiswa dapat diidentifikasi melalui beberapa faktor termasuk di dalamnya persepsi atas performa dan pengetahuan yang dimiliki fakultas, komunikasi, suasana belajar mengajar, dan persepsi atas universitas termasuk di dalamnya nilai yang dianut oleh universitas tersebut (Sinclair, 2013).

Menurut Faruky, Uddin dan Hossain (2012), dimensi Customer Satisfaction dibedakan menjadi beberapa dimensi yaitu :

1. C1 : *Faculty Credentials*

Saya percaya dengan staf pengajar diprogram studi saya

2. C2 : *Students' personal development and safety measurement*

Saya puas dengan berbagai kegiatan kemahasiswaan yang diadakan oleh program studi saya

3. C3 : *Academic*
Saya puas dengan kurikulum dan proses belajar dalam program studi saya
4. C4: *Social status of the university*
Besaran uang kuliah yang saya bayarkan di atas rata-rata universitas lainnya

Organizational Performance

Performa organisasi mengacu mengenai bagaimana organisasi berhasil mempertemukan tujuan finansial dan kriteria pasar (Yap dan Tan, 2012). Bavarsad et al. (2013) membagi performa organisasi kedalam dua dimensi yaitu *logistic performance* dan *marketing performance*, *logistic performance* adalah ketika perusahaan mampu men-*deliver* barang maupun jasa dengan jumlah yang sesuai dan waktu yang tepat sesuai dengan permintaan konsumen, sedangkan *marketing performance* adalah ketika perusahaan mampu meningkatkan penjualan dan pangsa pasar dibanding dengan kompetitornya.

Menurut Zangouezhad dan Moshabaki (2011), pengukuran performa organisasi hanya dititikberatkan pada performa finansial, antara lain:

1. P1 : *Financial Performance*
Program studi memiliki banyak tawaran beasiswa dari industri
2. P2 : *Financial Performance*
Program studi saya senantiasa menambah fasilitas proses belajar mengajar
3. P3 : *Financial Performance*
Jumlah mahasiswa baru pada program studi saya senantiasa meningkat
4. P4: *Financial Performance*
Program studi saya memiliki aturan dan prosedur tentang penggunaan fasilitas kampus

Hipotesis

Stanley dan Wisner (2001) mendapat hasil bahwa terdapat hubungan yang positif antara implementasi kerja sama pembelian/hubungan pemasok dan performa kualitas pembelian untuk konsumen internal dan hasilnya melalui analisa regresi diketahui bahwa implementasi kerja sama pembelian/hubungan pemasok mempunyai hubungan signifikan terhadap kemampuan

pembelian dalam memberikan kualitas layanan terhadap konsumen internal.

H1: *Supply Chain Integration* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *Organizational Performance*

Ellinger et al. (2011) berpendapat bahwa perusahaan yang memiliki performa SCM yang bagus mempunyai tingkat kepuasan pelanggan melebihi rata-rata industri, hasilnya menunjukkan bahwa memang perusahaan yang menunjukkan performa SCM yang bagus memperlihatkan tingkat kepuasan pelanggan di atas rata-rata industri.

H2: *Supply Chain Integration* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *Customer Satisfaction*

Naser et al. (2012) melakukan penelitian studi kasus berpendapat bahwa terdapat hubungan antara kualitas layanan internal dan performa organisasi di *Golestan Offices of Sports and Youth*, hasilnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara kualitas layanan internal dan performa organisasi.

H3: *Service Quality* akan memberikan pengaruh positif signifikan terhadap *Organizational Performance*

Zamil dan Shammot (2011) melakukan penelitian terhadap organisasi yang bergerak pada sektor publik berpendapat bahwa tidak ada hubungan antara respon terhadap keinginan konsumen dengan peningkatan performa organisasi yang bergerak dalam sektor publik di Jordan, hasilnya menunjukkan dalam penelitian yang dilakukan di *Islamic Waqf Institution in Jordan* bahwa ada hubungan antar kedua variabel tersebut.

H4: *Customer Satisfaction* akan berpengaruh positif signifikan terhadap *Organizational Performance*

Cook et al. (2011) menjabarkan praktik supply chain ke dalam enam bagian : *share, relation, plan, internet, source*, dan *distribution* akan berpengaruh positif terhadap performa organisasi, dan hasilnya menunjukkan bahwa *share* dan *distribution*

memiliki pengaruh positif tertinggi terhadap performa organisasi.

H₅: Supply Integration berpengaruh positif signifikan terhadap Organizational Performance

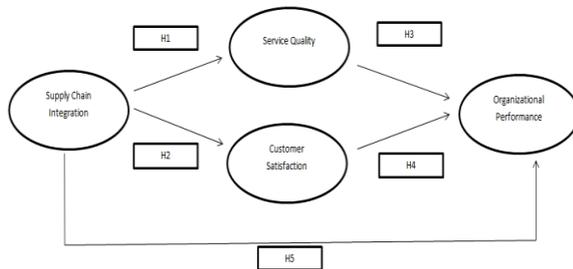
METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan penjelasan mengenai informasi yang berhubungan dengan penelitian yang mencakup jenis penelitian, teknik pengukuran variabel, teknik pembuatan kuesioner, desain sampel, metode, dan program analisa data untuk membahas dan menjawab permasalahan dalam penelitian kali ini mengenai Analisis dampak *Supply Chain Integration* terhadap *Organizational Performance*.

Model Analisis

Dalam rangka menguji hipotesis dalam penelitian ini berikut model analisis yang digunakan :

Sumber Data



Penelitian ini menggunakan kedua sumber data di atas. Dimana sumber data primer diambil dari enam universitas swasta ternama di Surabaya dengan penyebaran kuisisioner dengan mahasiswa sebagai objek penelitian dan sumber data sekunder dimana penulis menggunakan jurnal penelitian terdahulu, buku teks, artikel, dll sebagai alternatif literatur.

Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah enam universitas swasta yang ada di kota Surabaya, yaitu Universitas Kristen Petra, Universitas Surabaya, Universitas Ciputra, Sekolah Tinggi Teknik Surabaya, Universitas Pelita Harapan Surabaya, dan Universitas Widya Mandala dan mengambil

data pada jumlah keseluruhan mahasiswa dari enam universitas tersebut pada tahun 2013 sebesar 25.244 orang.

Sampel dan Teknik Sampling

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari enam universitas swasta yang telah dipilih dari keseluruhan universitas swasta yang ada di kota Surabaya sebanyak 420 mahasiswa.

Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah minimum sampel yang harus diambil. Rumus Slovin : $n = \frac{N}{1+N(d^2)}$, n adalah besar sampel, N adalah jumlah populasi, d adalah tingkat kesalahan pengambilan sampel. Dengan jumlah populasi 25.244 mahasiswa, jumlah minimal sampel adalah 393,82.

Rancangan Kuesioner

Dalam merancang kuesioner, peneliti menggunakan rancangan sebelumnya dari peneliti terdahulu. Kuesioner ini akan dibagi menjadi empat bagian yaitu :

1. *Supply Chain Integration* yang diadopsi dari Chang Won Lee et al., 2007
2. *Service Quality* yang diadopsi dari Djafri Fares et al. (2013) didasarkan pada teori yang telah dikemukakan oleh Parasuraman (1998).
3. *Customer Satisfaction* yang diadopsi dari Faruky, Uddin dan Hossain (2012)
4. *Organizational Performance* yang diadopsi dari Abouzar Zangouezhad & Asghar Moshabaki (2011).

Teknik Analisis Data

Terdapat dua model analisa PLS, yaitu *inner model* dan *outer model*. *Outer model* disebut juga dengan *outer relation/measurement model*, merupakan spesifikasi hubungan antar variabel dengan indikatornya. *Outer model* mendefinisikan karakteristik konstruk laten dengan variabel manifestnya. Sedangkan, *inner model* yang disebut juga dengan *inner relation/structural model*, merupakan spesifikasi hubungan tentang variabel tersembunyi atau laten, yaitu antara variabel eksogen dengan variabel endogen (Ghozali, 2011).

Evaluasi Goodness-of-fit Outer Model

Penelitian ini dapat diukur validitas dan reliabilitasnya melalui evaluasi *Goodness-of-fit Outer Model*. Apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat, maka instrumen dapat dikatakan valid. Prinsip validitas mengandung dua unsur yang tidak dapat dipisahkan, yaitu kecermatan dan ketelitian. Alat ukur yang valid tidak hanya mampu mengungkapkan data secara tepat, tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Evaluasi untuk *outer model* atau model pengukuran dapat dilakukan melalui:

a. *Convergent Validity*
Convergent validity merupakan pengukuran korelasi antara skor indikator dengan skor variabel laten. *Convergent validity* digunakan untuk mengukur dalam menentukan apakah setiap indikator yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diukur.

b. *Discriminant Validity*
Discriminant validity merupakan pengukuran indikator dengan variabel laten. Pengukuran *discriminant validity* dinilai berdasarkan nilai AVE (*Average Variance Extracted*) dimana nilai AVE harus lebih besar dari 0,50 (Ghozali, 2011). Perhitungan AVE dapat dilakukan dengan rumus :

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Dimana λ_i = faktor loading dan $\varepsilon_i - 1 - \lambda_i^2$

c. *Composite Reliability*
Composite reliability merupakan derajat yang mengindikasikan *common laten (unobserved)*, sehingga dapat menunjukkan indikator blok yang mengukur konsistensi internal dan indikator pembentuk konstruk. Nilai batas yang diterima untuk tingkat *realibilitas composite* adalah 0,60 (Ghozali 2011). Perhitungan *composite reliability* dapat dilakukan dengan rumus :

$$\rho_c = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i \text{var}(\varepsilon_i)}$$

Dimana λ_i = faktor loading dan $\varepsilon_i - 1 - \lambda_i^2$

Evaluasi *Goodness-of-fit Inner Model*

Evaluasi *goodness-of-fit inner model* juga dapat dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. *R-square* mengartikan keragaman konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen secara serentak (Ghozali, 2011). Sedangkan untuk mengukur model konstruk digunakan *Q-square predictive relevance*. *Q-square* dapat mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Jika *Q-square* > 0 berarti menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sebaliknya jika nilai *Q-square* < 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance* (Ghozali, 2011). Perhitungan *Q-square* dapat dilakukan dengan rumus :

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Dimana $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah *R-square* variabel endogen dalam model.

HASIL PENELITIAN

A. Analisis Deskriptif

1. Profil Responden

Dalam penelitian ini, responden terdiri dari mahasiswa aktif di universitas swasta yang ada di Surabaya. Pada penelitian ini, peneliti membagikan kuisioner kepada 6 universitas swasta yaitu Universitas Kristen Petra (UK Petra), Universitas Surabaya (Udaya), Universitas Widya Mandala (UWM), Universitas Ciputra (UC), Universitas Pelita Harapan Surabaya (UPH Surabaya), dan Sekolah Tinggi Teknik Surabaya (STTS). Pemilihan enam universitas swasta ini didasarkan kepada segmen yang sama, etnis mahasiswa mayoritas, dan cenderung dari SMA yang sama secara mayoritas. Peneliti membagikan 70 kuisioner untuk diisi oleh mahasiswa aktif universitas tersebut. Sehingga jumlah kuisioner yang dibagikan adalah sebesar 420 buah.

• Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	188	44,8
Perempuan	232	55,2
Total	420	100

Tabel 1

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian ini yang bejenis kelamin laki-laki berjumlah 188 orang (44,8%) dan berjenis kelamin perempuan sebesar 232 orang (55,2%) sehingga total keseluruhan responden sebesar 420 orang (100%).

• Nilai IPK

Nilai IPK	Frekuensi	Persentase
≥ 2,6 - ≤ 3,0	184	43,8
>3,0	236	56,2
Total	420	100

Tabel 2

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki nilai IPK dalam rentang ≥ 2,6 - ≤ 3,0 sebesar 184 orang (43,8%) dan responden yang memiliki nilai IPK >3,0 sebesar 236 orang (56,2%). Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memiliki IPK di atas 3,0 sebesar 236 responden.

• Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
3	149	35,5
4	24	5,7
5	141	33,6
6	14	3,3
7	80	19,1
8	3	0,7
9	9	2,1
Total	420	100

Tabel 3

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa reponden merupakan mahasiswa pada tingkat semester antara 3 hingga 9 dengan jumlah total 420 responden. Dimana jumlah responden terbesar adalah mahasiswa semester 3 sebesar 149 orang (35,5%) dan jumlah responden terkecil adalah mahasiswa semester 8 dengan jumlah responden sebanyak 3 orang (0,7%).

A. ANALISA PLS

1. Outer Model

• **Convergent Validity (Validitas Konvergen)**

Indikator	Supply Chain Integration	Service Quality	Customer Satisfaction	Organizational Performance
S1-Customer Linkage	0,742			
S2-Supplier Linkage	0,786			
S3-Internal Linkage	0,690			
Q1-Qourteuous		0,701		
Q2-Helpfull		0,741		
Q3-Personal Attention		0,741		
Q4-Employees Answer		0,751		
Q5-Services		0,775		
Q6-Employees Knowledge		0,648		
Q7-Understandability		0,669		
Q8-Honesty		0,624		
C1-Faculty Credentials			0,742	
C2-development and Safety			0,791	
C3-Academic and Facilities			0,743	
C4-Social Status			0,539	
FP-1				0,664
FP-2				0,800
FP-3				0,659
FP-4				0,673

Tabel 8

Berdasarkan Tabel 8 diketahui nilai *outer loading* untuk masing-masing indikator pada variabel *Supply Chain Integration, Service Quality, Customer Satisfaction,* dan *Organizational Performance* semuanya memiliki nilai lebih dari 0,50. Hal ini memiliki arti bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel *Supply Chain Integration, Service Quality, Customer Satisfaction,* dan *Organizational Performance* telah memenuhi *convergent validity*.

• **Discriminant Validity (Validitas Diskriminan)**

	Supply Chain Integration	Service Quality	Customer Satisfaction	Organizational Performance
S1-Customer Linkage	0,742179	0,235199	0,244755	0,392367
S2-Supplier Linkage	0,786659	0,285146	0,244755	0,337077
S3-Internal Linkage	0,690020	0,268415	0,308353	0,306976
Q1-Qourteuous	0,278783	0,700653	0,332269	0,257180
Q2-Helpfull	0,267646	0,741271	0,314239	0,319024
Q3-Personal Attention	0,233963	0,741203	0,331029	0,193721
Q4-Employees Answer	0,279392	0,751128	0,361918	0,261526
Q5-Services	0,292527	0,774685	0,387535	0,326263
Q6-Employees Knowledge	0,214846	0,648151	0,344671	0,193742
Q7-Understandability	0,248716	0,668130	0,367893	0,203026
Q8-Honesty	0,162965	0,623803	0,302639	0,221167
C1-Faculty Credentials	0,297141	0,458295	0,741972	0,368981
C2-development and Safety	0,276213	0,354705	0,790822	0,329792
C3-Academic and Facilities	0,277711	0,325464	0,742940	0,297183
C4-Social Status	0,123358	0,161105	0,638756	0,190865
Financial Performance	0,282560	0,263196	0,277846	0,664342
Financial Performance	0,371457	0,290643	0,411099	0,800314
Financial Performance	0,282558	0,220958	0,285458	0,658954
Financial Performance	0,369908	0,226111	0,211515	0,672715

Tabel 9

Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai cross loading yang dimiliki per variabel penelitian telah memenuhi syarat yaitu nilai cross loading harus lebih besar dibanding variabel lainnya, dapat dilihat melalui angka yang dicetak tebal lalu dibandingkan dengan angka di samping kolom sejajar dengan kolom bercetak tebal tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel penelitian telah memenuhi *discriminant validity*.

- **Composite Reliability**

Variabel	Composite Reliability
<i>Supply Chain Integration</i>	0,783928
<i>Service Quality</i>	0,888917
<i>Customer Satisfaction</i>	0,799877
<i>Organizational Performance</i>	0,793785

Tabel 10

Berdasarkan Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dari setiap nilai variabel penelitian telah melebihi angka 0,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian ini telah memenuhi *composite reliability*.

2. Inner Model

- **R-square**

Variabel	R Square
<i>Suplly Chain Integration</i>	-
<i>Service Quality</i>	0,126
<i>Customer Satisfaction</i>	0,129
<i>Organizational Performance</i>	0,307

Tabel 11

Berdasarkan Tabel 11 diketahui bahwa nilai R-Square untuk variabel *Service Quality* adalah sebesar 0,126 atau 12,6% yang berarti bahwa besarnya pengaruh *Supply Chain Integration* terhadap *Service Quality* adalah sebesar 12,6% sedangkan sisanya sebesar 87,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Nilai R-Square untuk *Customer Satisfaction* adalah sebesar 0,129 atau

12,9% yang berarti bahwa besarnya pengaruh *Supply Chain Integration* terhadap *Customer Satisfaction* adalah sebesar 12,9% sedangkan sisanya sebesar 87,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Berikutnya, nilai R-Square untuk *Organizational Performance* adalah sebesar 0,307 atau 30,7% yang berarti ketiga variabel yaitu *Supply Chain Integration*, *Service Quality*, dan *Customer Satisfaction* mempengaruhi variabel dependen *Organizational Performance* sebesar 30,7% sedangkan sisanya sebesar 69,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari penelitian ini.

Penilaian *Goodness of fit* pada model PLS dapat diketahui dari nilai Q^2 . Nilai Q^2 memiliki arti yang sama dengan koefisien determinasi (*R-square* / R^2) dalam analisis regresi. Semakin tinggi R^2 , maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Dari tabel di atas, dapat diketahui nilai Q^2 sebagai berikut:

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - 0,126) \times (1 - 0,129) \times (1 - 0,307) = 0,473$$

Dari hasil perhitungan diketahui nilai Q^2 sebesar 0,473, artinya besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural adalah sebesar 47,3%, sedangkan 52,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan hasil ini, model struktural pada penelitian ini telah memiliki *goodness of fit* yang cukup baik.

- **Uji Hipotesis**

No	Pengaruh	Nilai Koefisien Path	t - statistic
1	<i>SCI</i> → <i>SQ</i>	0,355	7,244
2	<i>SCI</i> → <i>CS</i>	0,359	7,161
3	<i>SQ</i> → <i>OP</i>	0,115	2,146
4	<i>CS</i> → <i>OP</i>	0,255	4,382
5	<i>SCI</i> → <i>OP</i>	0,336	6,442

Tabel 12

Dari Tabel 12 di atas dapat disusun model struktural untuk membuktikan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Dampak dari *supply chain integration* terhadap *service quality*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel *supply chain integration* terhadap *service quality* sebesar 0,335 dengan nilai *t-statistic* sebesar 7,244 yang lebih besar dari 1,96. Keadaan ini menunjukkan bahwa *supply chain integration* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *service quality*.

2. Dampak dari *supply chain integration* terhadap *customer satisfaction*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel *supply chain integration* terhadap *customer satisfaction* sebesar 0,359 dengan nilai *t-statistic* sebesar 7,161 yang lebih besar dari 1,96. Keadaan ini menunjukkan bahwa *supply chain integration* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*.

3. Dampak *service quality* terhadap *organizational performance*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel *service quality* terhadap *organizational performance* sebesar 0,115 dengan nilai *t-statistic* sebesar 2,146 yang lebih besar dari 1,96. Keadaan ini menunjukkan bahwa *service quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational performance*.

4. Dampak *customer satisfaction* terhadap *organizational performance*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel *customer satisfaction* terhadap *organizational performance* sebesar 0,255 dengan nilai *t-statistic* sebesar 4,382 yang lebih besar dari 1,96. Keadaan ini menunjukkan bahwa *customer satisfaction* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational performance*.

5. Dampak *supply chain integration* terhadap *organizational performance*

Berdasarkan data yang tersaji pada Tabel 12 dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel *supply chain integration* terhadap *organizational performance* sebesar 0,336 dengan nilai *t-statistic* sebesar 6,442 yang lebih besar dari 1,96. Keadaan ini menunjukkan bahwa *supply chain integration* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *organizational performance*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *service quality* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *service quality*. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima.
2. Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *customer satisfaction* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *customer satisfaction*. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima.
3. Terdapat dampak positif antara *service quality* terhadap *organizational performance* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *service quality* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima.
4. Terdapat dampak positif antara *customer satisfaction* terhadap *organizational performance* pada universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *customer satisfaction* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*. Dengan demikian, hipotesis keempat diterima.
5. Terdapat dampak positif antara *supply chain integration* terhadap *organizational performance* pada

universitas swasta di Surabaya. Dengan penerapan *supply chain integration* dalam universitas, maka dapat meningkatkan *organizational performance*. Dengan demikian, hipotesis kelima diterima.

Saran

1. Bagi pihak manajemen universitas swasta di Surabaya yang telah menerapkan konsep *supply chain integration* dalam menjalankan kegiatan manajerialnya seharusnya dapat lebih meningkatkan ketiga aspek *supply chain integration* yang ada (*customer linkage*, *supplier linkage*, dan *internal linkage*) karena hasil penelitian menunjukkan hasil yang relatif sama sehingga dapat disimpulkan ketiga aspek tersebut harus diterapkan dengan baik secara bersamaan.
2. Bagi pihak internal universitas swasta di Surabaya penting untuk menjadi sebuah perhatian bahwa *service quality* para karyawan baik yang berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan konsumen untuk terus memperhatikan *service quality* yang diberikan karena lewat penelitian ini telah terbukti bahwa *service quality* dapat mempengaruhi *organizational performance* sebuah universitas. Selain itu *customer satisfaction* juga wajib diperhatikan agar dapat menjadi koreksi atas pelayanan yang telah diberikan, salah satu cara yang dapat dilakukan dengan melakukan forum diskusi terbuka.

Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya dilakukan terbatas pada enam universitas swasta pilihan di kota Surabaya yang dipilih berdasarkan asumsi peneliti dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya yang ada untuk melakukan penelitian. Selain itu penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa sebagai responden, untuk selanjutnya dapat menambah responden dengan pihak internal universitas.

DAFTAR REFERENSI

- Anwar, S. N. (2011). Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management): Konsep dan Hakikat. 1 (2), 1-7.
- Athiyaman, A. (1997). Linking Student Satisfaction and Service Quality Perceptions: The Case of University Education. *European Journal of Marketing*. 31 (7), 528-540.
- Bashir, S., Sarki, I. H., Samidi, J. (2012). Students' Perception on the Service Quality of Malaysian Universities' Hostel Accommodation. *International Journal of Business and Social Science*. 3 (15), 213-222.
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994) A simple approximation of tobin's q. *Financial Management*, 23(3), 70-74.
- Ellinger, A., Shin, H., Northington, William M., Adams, F. G., Hofman, D., O'Marah, Kevin. (2011). The Influence of Supply Chain Management Competency on Customer Satisfaction and Shareholder Value. *Supply Chain Management: An International Journal* 17/3, 249-262.
- Fares, D., Achour, M., & Kachkar, O. (2013). The Impact of Service Quality, Student Satisfaction, and University Reputation on Student Loyalty: A Case Study of International Students in IIUM, Malaysia. *Information Management and Business Review*. 5 (12), 584-590.
- Faruky, K. N. B. F., Uddin, M. A., & Hossain, T. (2012). Students' Satisfaction: A Study among Private University Students of Bangladesh. *World Journal of Social Sciences*. 2 (4), 138-149.
- Ghozali, I. (2011). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilaninia, S., et al. (2012). Impact of Supply Chain Dimensions on Customer Satisfaction. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*. 1 (5), 104-111.
- Jogiyanto & Abdilah, W. (2009). *Konsep dan aplikasi PLS (Partial Least square)*

- untuk penelitian empiris. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (2000). *Balanced Scorecard : Menerapkan Strategi Menjadi Aksi*. Jakarta: Erlangga.
- Lee, C. W., Kwon, I. K. G., & Severance, D. (2007). Relationship between Supply Chain Performance and Degree of Linkage among Supplier, Internal Integration, and Customer. *Supply Chain Management: An International Journal*. 12 (6), 444-452.
- Naser, B., Yazarloo, M., Khiji, I. S. Relationship between Internal Service Quality and Organizational Performance in Offices of Sports and Youth (A Case Study of Golestan Province of Iran). *International Journal of Basic Sciences & Applied Research*. 1 (4), 79-82.
- Nassiry, M., Ghorban, Z. S., Nasiri, A. (2012). Supply Chain Management and Service Quality in Malaysian Hotel Industry. *European Journal of Business and Management*. 4 (12), 119-125.
- Otchere, A. F., Annan, J., & Quansah, E. (2013). Assessing the Challenges and Implementation of Supply Chain Integration in the Cocoa Industry: a factor of Cocoa Farmers in Ashanti Region of Ghana. *International Journal of Business and Social Science*. 4 (5), 112-123.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1998). Perceived Service Quality as a Customer-Based Performance Measure: An Empirical Examination of Organizational Barriers Using an Extended Service Quality Model. *Human Resource Management (1986-1998)*. 30 (3), 335-364.
- Seng, E. L. K., & Ling, T. P. (2013). A Statistical Analysis of Education Service Quality Dimensions on Business School Students' Satisfaction. *International Education Studies*. 6 (8), 136-146.
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto P. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tuan, N. M. (2012). Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*. 3 (19), 56-81.
- Wabe, N. T., & Tessema, K. A. (2012). Ethiopian Teacher Education System: Barriers and Contradictions. *Journal of Educational and Social Research*. 1 (4), 80-97.
- Yap, L. L., & Tan, C. L. (2012). The Effect of Service Supply Chain Management Practices on the Public Healthcare Organizational Performance. *International Journal of Business and Social Science*. 3 (16), 216-224.
- Zamil, A. M., & Shammot, M. M. (2011). Role of Measuring Customer Satisfaction in Improving the Performance in the Public Sector Organization. *Journal of Business Studies Quarterly*. 2 (3), 32-41.
- Zangoueinezhad, A., & Moshabaki, A. (2011). Measuring University Performance Using a Knowledge-based Balance Scorecard. *International Journal of Productivity and Performance Management*. 60 (8), 824-843.
- Zhao, L., Huo, B., Sun, L., & Zhao, X. (2012). The Impact of Supply Chain Risk on Supply Chain Integration and Company Performance: A Global Investigation. *Supply Chain Management: An International Journal* 18/2, 115-131.
- Zhao, X., H, Baofeng., Flynn, B. B., & Yeung, J. H. Y. (2008). The Impact of Power and Relationship Commitment on the Integration between Manufacturers and Customers in a Supply Chain. *Journal of Operations Management* 26, 368-388.