



**PENGARUH *SUSTAINABILITY SUPPLY CHAIN*
MANAGEMENT, INOVASI PELAYANAN, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PERUSAHAAN JASA TELEKOMUNIKASI**

TESIS

SIHAR RAYMOND

55123110011

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2025



**PENGARUH *SUSTAINABILITY SUPPLY CHAIN*
MANAGEMENT, INOVASI PELAYANAN, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN
KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI PADA PERUSAHAAN JASA TELEKOMUNIKASI**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Magister
Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
**OLEH
SIHAR RAYMOND**

55123110011

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Sustainability Supply Chain Management (SSCM), Service Innovation, and Product Innovation on Competitive Advantage and Customer Satisfaction at PT X, as well as to evaluate the role of Competitive Advantage as a mediating variable. The research population consists of 239 customers of PT X from 2019 to 2023, with a sample of 71 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach. The findings reveal that SSCM has a significant positive effect on Customer Satisfaction but does not significantly influence Competitive Advantage. Service Innovation shows no significant impact on either variable. Conversely, Product Innovation has a significant negative effect on Competitive Advantage, while exerting a significant positive influence on Customer Satisfaction. Competitive Advantage is found to mediate the relationship between Product Innovation and Customer Satisfaction, but does not mediate the relationships between SSCM or Service Innovation and Customer Satisfaction. These results suggest that although Product Innovation directly enhances Customer Satisfaction, its adverse impact on Competitive Advantage warrants further scrutiny. Meanwhile, SSCM and Service Innovation require more strategic communication and implementation efforts to optimize their contribution to customer satisfaction and the company's market competitiveness. The study recommends that PT X prioritize the development of Product Innovation aligned with competitive strategies, and strengthen external communication regarding sustainability and service innovation to improve customer perception and market positioning.

Keywords: Sustainability Supply Chain Management (SSCM), Service Innovation, Product Innovation, Competitive Advantage, Customer Satisfaction, Mediation.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Sustainability Supply Chain Management* (SSCM), Inovasi Layanan, dan Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif dan Kepuasan Pelanggan di PT X, serta mengevaluasi peran Keunggulan Kompetitif sebagai variabel mediasi. Populasi penelitian mencakup 239 pelanggan PT X selama periode 2019–2023, dengan 71 responden dipilih melalui metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa SSCM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif. Inovasi Layanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kedua variabel tersebut. Sebaliknya, Inovasi Produk memberikan pengaruh negatif signifikan terhadap Keunggulan Kompetitif, namun berdampak positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Keunggulan Kompetitif terbukti memediasi hubungan antara Inovasi Produk dan Kepuasan Pelanggan, tetapi tidak memediasi hubungan antara SSCM maupun Inovasi Layanan dengan Kepuasan Pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun Inovasi Produk dapat meningkatkan Kepuasan Pelanggan secara langsung, dampaknya terhadap Keunggulan Kompetitif perlu ditinjau ulang. Sementara itu, SSCM dan Inovasi Layanan memerlukan pendekatan komunikasi dan implementasi yang lebih strategis agar kontribusinya terhadap kepuasan dan daya saing perusahaan dapat dimaksimalkan.

Kata kunci: *Sustainability Supply Chain Management*, Inovasi Layanan, Inovasi Produk, Keunggulan Kompetitif, Kepuasan Pelanggan, Mediasi.

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Judul : Pengaruh *Sustainability Supply Chain Management*, Inovasi Pelayanan, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi

Bentuk Tesis : Penelitian/Analisis

Nama : Sihar Raymond

NIM : 55123110011

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Agustus 2025

Mengesahkan
Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS

MERCU BUANA

(Prof. Dr. Dewi Nusraningrum, M. Si)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister
Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak



Dr. Lenny Christina Nawangsari

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Pengaruh *Sustainability Supply Chain Management*, Inovasi Pelayanan, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi

Bentuk Tesis : Penelitian/Analisis

Nama : Sihar Raymond

NIM : 55123110011

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Agustus 2025

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Augustus 2025



Sihar Raymond

**PERNYATAAN PENGECEKAN PLAGIASI (*SIMILARITY*)
KARYA ILMIAH**
/SIMILARITY CHECK STATEMENT FOR SCIENTIFIC WORKS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh
/The undersigned, hereby declare that the scientific work written by

Nama */Name* : SIHAR RAYMOND

NIM */Student id Number* : 55123110011

Program Studi */Study program* : S2 Manajemen

dengan judul:

/The title:

“Pengaruh Sustainability Supply Chain Management, Inovasi Pelayanan, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Jasa Telekomunikasi”

telah dilakukan pengujian plagiasi (*similarity*) dengan sistem *Turnitin* pada tanggal:

/Has undergone a plagiarism (similarity) check using the Turnitin system on the date:

08 September 2025

didapatkan nilai persentase sebesar:

and the similarity percentage obtained was:

18 %

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 08 September 2025

Kepala Administrasi/ Tata Usaha

FEB Universitas Mercu Buana

/Head of FEB Administrator



scan or [click here](#) for verify

Ahmad Faqih, S.E., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas Kasih dan Penyertaan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh *Sustainability Supply Chain Management*, Inovasi Pelayanan, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keunggulan Kompetitif Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Telekomunikasi”. Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M. Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Prof. Dr. Dewi Nusraningrum, M. Si, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan masukan dan saran agar tesis menjadi lebih baik.
5. Teristimewa, Istri Esther Anggriany, S. Ak., putri saya Shaenette Abigail dan kedua orang tua tercinta Bapak Drs. J. Sianturi dan Ibu Diana Simamora, S. Pd yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral yang tidak berkesudahan kepada penulis serta memberikan inspirasi dalam menyelesaikan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran, masukan, dan kritik konstruktif dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis juga memohon maaf apabila terdapat kesalahan atau kelemahan dalam tesis ini. Semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 17 Juni 2025
Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRCT.....	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
SURAT HASIL TES TURNITIN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Penelitian.....	12
1.4.1 Kontribusi Teoritis.....	12
1.4.2 Kontribusi Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 <i>Sustainability Supply Chain Management</i>	14
2.1.2 Inovasi Pelayanan.....	20
2.1.3 Inovasi Produk.....	26
2.1.4 Keunggulan Kompetitif.....	34
2.1.5 Kepuasan Pelanggan.....	39
2.1.6 Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) dalam Konteks Rantai Pasok Berkelanjutan.....	47
2.1.7 Kinerja Operasional Perusahaan Telekomunikasi dengan Pendekatan SSCM Inovasi Pelayanan dan Inovasi Produk....	49
2.2 Penelitian Terdahulu.....	53

2.3 Kerangka Pemikiran.....	63
2.4 Hipotesis Penelitian.....	64
BAB III METODE PENELITIAN	67
3.1 Desain Penelitian.....	67
3.2 Definisi Operasional.....	67
3.3 Populasi dan Sampel	71
3.4 Metode Pengumpulan Data	72
3.5 Metode Analisis Data	72
3.5.1 Analisa Deskriptif.....	73
3.5.2 <i>Measurement Outer Model</i>	74
3.5.3 <i>Measurement Inner Model</i>	75
3.5.4 Alur penelitian Model PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.2 Analisis Data	85
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	85
4.2.2 Hasil Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	97
4.3 Pembahasan.....	116
4.3.1 Pengaruh <i>Sustainability Supply Chain Management</i> terhadap Keunggulan Kompetitif pada PT X.....	116
4.3.2 Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keunggulan Kompetitif pada PT X.....	121
4.3.3 Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Kompetitif pada PT X.....	125
4.3.4 Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT X	128
4.3.5 Pengaruh Positif <i>Sustainability Supply Chain Management</i> terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT X.....	133
4.3.6 Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT X.....	135

4.3.7	Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT X.....	138
4.3.8	Peran Keunggulan kompetitif dalam Memediasi <i>Sustainability Supply Chain Management</i> (SSCM) terhadap Kepuasan Pelanggan (CS) pada PT X.....	141
4.3.9	Peran Keunggulan kompetitif dalam Memediasi Inovasi Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (CS) pada PT X..	144
4.3.10	Peran Keunggulan kompetitif dalam Memediasi Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (CS) pada PT X.....	147
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	150
5.1	Kesimpulan.....	150
5.2	Saran.....	152
5.2.1	Saran untuk PT X	152
5.2.2	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	155
5.2.3	Keterbatasan Penelitian	155
	DAFTAR PUSTAKA.....	157
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	167



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Keberlanjutan, Inovasi Pelayanan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Kompetitif di PT. X.....	6
2. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	54
3. Tabel 2.2 State of Art	61
4. Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	69
5. Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Responden.....	85
6. Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	87
7. Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel SSCM.....	88
8. Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Inovasi Pelayanan (X2).....	90
9. Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Variabel Inovasi Produk (X3)	91
10. Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Keunggulan Kompetitive (Z)	93
11. Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	94
12. Tabel 4.8 Hasil Pengujian Outer Loading	99
13. Tabel 4.9 Uji Average Variance Extracted (AVE)	101
14. Tabel 4.10 Hasil Pengujian Cross Loading	102
15. Tabel 4.11 Fornell-Larcker Criterion	104
16. Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	105
17. Tabel 4.13 Koefisien Determinasi R-Squares (R^2).....	105
18. Tabel 4.14 Uji Q Square.....	106
19. Tabel 4.15 Nilai F Square	108
20. Tabel 4. 16 PLS - Bootstrapping	110
21. Tabel 4.17 Direct Effect	111
22. Tabel 4.18 Specific Indirect Effect.....	115

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Scope Manajemen Rantai Pasok Berkelanjutan.....	17
2. Gambar 2.2 Jenis Inovasi Berdasarkan level	22
3. Gambar 2.3 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	40
4. Gambar 2.4 Manfaat Kepuasan Pelanggan	43
5. Gambar 2.5 Sustainable Development Goal	49
6. Gambar 2.6 Pusat Kendali Jaringan (NOC) PT X	50
7. Gambar 2.7 Maintenance dan Instalasi Infrastruktur Telekomunikasi	51
8. Gambar 2.8 Kerangka Berfikir Penelitian.....	63
9. Gambar 2.9 Kerangka Hipotesis	65
10. Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	80
11. Gambar 4.1 Outer Model	98



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (Google Form).....	167
2. Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian	185
3. Lampiran 3 Statistik Deskriptif Karakteristik dan Jawaban Responden.....	190
4. Lampiran 4. Hasil Olah Data Smart PLS	204
5. Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	210

