

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh berbagi informasi, perilaku ketidakpastian terhadap kepercayaan dan pengaruh berbagi informasi, perilaku ketidakpastian terhadap kinerja hubungan pembeli dan pemasok. Penelitian berangkat dari permasalahan atau kenyataan di lapangan (*research problem*) dan juga dari penelitian Gonzales (2001) yang menyatakan bahwa kurang dari 50% kolaborasi yang dapat mencapai kolaborasi yang sukses.

Objek penelitian ini yaitu industri makanan dan minuman di Jawa Tengah. Responden penelitian ini yaitu 100 orang dari industri makanan dan minuman yang berbeda-beda di Jawa Tengah. Model yang digunakan pada penelitian ini yaitu model kausalitas atau hubungan pengaruh. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) berbasis *component* atau *variance* atau PLS (*Partial Least Square*) dengan software Smart PLS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa berbagi informasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan terhadap kinerja hubungan pembeli dan pemasok, serta perilaku ketidakpastian berhubungan negatif terhadap kepercayaan. Implikasi kebijakan yang diberikan dalam penelitian ini antara lain aspek berbagi informasi, perilaku ketidakpastian, dan kepercayaan dimana aspek-aspek tersebut harus diperhatikan oleh pembeli dan pemasok sebagai peran kolaborasi untuk meningkatkan kinerja hubungan pembeli dan pemasok.

Kata Kunci: berbagi informasi, perilaku ketidakpastian, kepercayaan, kinerja hubungan pembeli dan pemasok.

