

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
MOTTO	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Tujuan Umum	9
1.3.2 Tujuan Khusus	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
1.5. Asumsi-Asumsi Penting.....	11
1.6. <i>Outline</i> Tesis.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1. Telaah Pustaka.....	13
2.1.1 <i>Resource-Based View Theory</i> (RBV).....	13
2.1.2 Industri manufaktur FMCG	14
2.1.3 Keunggulan Bersaing	15
2.1.4 Kualitas Produk.....	15

2.1.5	Implementasi <i>Total Quality Management</i> (TQM).....	16
2.1.6	<i>Second Order</i> Implementasi <i>Total Quality Management</i> (TQM)...	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Pengaruh Antar Variabel Penelitian.....	23
2.3.1	Pengaruh Implementasi TQM Terhadap Kualitas Produk.....	23
2.3.2	Pengaruh Implementasi TQM Terhadap Keunggulan Bersaing.....	25
2.3.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing.....	26
2.4	Kerangka Pikir Penelitian.....	27
2.5	Pengembangan Indikator Variabel Penelitian.....	28
2.5.1	Keunggulan bersaing.....	28
2.5.2	Kualitas Produk.....	30
2.5.3	Implementasi TQM.....	31
2.6	Posisi Penelitian Dibandingkan dengan Penelitian Terdahulu.....	35
2.7	Simpulan Bab.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	38
3.1.1.	Jenis Penelitian.....	38
3.1.2.	Sumber Data.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	39
3.2.1	Populasi.....	39
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Telaah Pustaka.....	43
3.4.2	Kuesioner.....	43
3.5	Teknik Analisis.....	44
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		48
4.1	Obyek Penelitian.....	48
4.2	Subyek Penelitian.....	49
4.3	Lokasi Penelitian.....	49

4.4	Identitas Dari Responden	50
4.4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.4.4	Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.4.6	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	53
4.4.8	Identitas Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	54
4.4.9	Jumlah Karyawan Perusahaan di Tempat Bekerja.....	54
4.4.10	Produk Utama Yang Dihasilkan Oleh Perusahaan.....	55
4.4.11	Jabatan di Perusahaan Saat Ini	56
4.5	Uji Instrumen.....	57
4.5.1	Uji Validitas	57
4.5.2	Uji Reliabilitas	59
4.6	Analisis Faktor Konfirmatori (CFA) Variabel.....	60
4.6.1	Uji CFA Variabel Eksogen	60
4.6.2	Uji CFA Variabel Endogen.....	64
4.6.3	Uji Kelayakan Full Model (Goodness of Fit)	68
4.7	Uji <i>Construct Validity</i>	71
4.7.1	Convergent Validity.....	71
4.7.2	Uji Construct <i>Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	72
4.8	Evaluasi Model SEM.....	74
4.8.1	Uji Normalitas Data	74
4.8.2	Evaluasi <i>Outliers</i>	76
4.8.3	Evaluasi Multikolinieritas	77
4.8.4	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	79
4.9	Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect</i> and <i>Total Effect</i>	81
4.10	Analisis Pengaruh Mediasi	82
4.11	Pengujian Hipotesis	83
4.12	Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....		94
5.1	Kesimpulan Penelitian.....	94
5.3	Kesimpulan Atas Masalah Penelitian.....	95
5.4	Implikasi Teoritis	96

5.5	Implikasi Manajerial.....	97
5.6	Keterbatasan Penelitian	99
5.7	Agenda Penelitian Kedepan	100
DAFTAR PUSTAKA.....		102



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3. 2 Goodness of Fit Index	47
Tabel 4. 1 Uji Validitas	58
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 3 Regression Weights Dimensi (TQM)	63
Tabel 4. 4 Standardized Regression Weights Dimensi (TQM).....	63
Tabel 4. 5 Uji Kelayakan Model Implementasi TQM	64
Tabel 4. 6 Uji Kelayakan Model Variabel Kualitas Produk	66
Tabel 4. 7 Uji Kelayakan Model Variabel Keunggulan bersaing	68
Tabel 4. 8 Output Analisis Uji Kelayakan Full Model	69
Tabel 4. 9 Regression Weight Full Model	70
Tabel 4. 10 Loading Factor	71
Tabel 4. 11 Nilai Construct Reliability dan Variance Extracted.....	73
Tabel 4. 12 Assessment Of Normality	75
Tabel 4. 13 Uji Multivariate Outlier	76
Tabel 4. 14 Uji Multikolinieritas.....	78
Tabel 4. 15 Uji Modifikasi Model	80
Tabel 4. 16 Standardized Direct Effects dan Indirect Effect	81
Tabel 4. 17 Uji Hipotesis	83
Tabel 5. 1 Implikasi Teoritis	96
Tabel 5. 2 Implikasi Manajerial	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian.....	28
Gambar 2. 2 Indikator Mengukur Keunggulan Bersaing.....	29
Gambar 2. 3 Indikator Mengukur Kualitas Produk.....	30
Gambar 2. 4 Indikator Mengukur TQM Dimensi Kepemimpinan	31
Gambar 2. 5 Indikator Mengukur TQM Dimensi Perencanaan Strategis.....	33
Gambar 2. 6 Indikator Mengukur TQM Dimensi Fokus Pada Pelanggan.....	34
Gambar 3. 1 Pengembangan Diagram Alur	45
Gambar 4. 1 Maps Lokasi Penelitian	50
Gambar 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Rentan Usia	52
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	54
Gambar 4. 6 Jumlah Karyawan Perusahaan.....	55
Gambar 4. 7 Produk Utama Perusahaan	56
Gambar 4. 8 Jabatan Pada Pekerjaan Saat Ini	57
Gambar 4. 9 Uji CFA Variabel Implementasi Total Quality Management (TQM)	61
Gambar 4. 10 Uji CFA Variabel Kualitas Produk	65
Gambar 4. 11 Uji CFA Variabel Keunggulan bersaing.....	67
Gambar 4. 12 Uji Kelayakan pada Full Model	69
Gambar 5. 1 Implementasi Total Quality Management (TQM) terhadap Keunggulan Bersaing melalui Kualitas Produk	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Output Software Amos

Lampiran 4 Curriculum Vitae

