

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Teoritis	11
1.4.2 Kegunaan Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Resource-Based View</i>	15
2.1.2 <i>Total Quality Management</i>	17
2.1.3 Keunggulan Bersaing	20
2.1.4 Kepuasan Pelanggan	22
2.1.5 Kinerja Bisnis.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	29
2.3.1 Pengaruh TQM terhadap Kinerja Bisnis	29

2.3.2	Pengaruh TQM terhadap Keunggulan Bersaing	32
2.3.3	Pengaruh TQM terhadap Kepuasan Pelanggan.....	35
2.3.4	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis	38
2.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kinerja Bisnis	41
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		48
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1	Variabel Penelitian	48
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	50
3.2	Jenis dan Sumber Data	55
3.2.1	Data Primer	55
3.2.2	Data Sekunder	56
3.3	Populasi dan Sampel	58
3.3.1	Populasi.....	58
3.3.2	Sampel Penelitian.....	59
3.4	Teknik Pengumpulan Data	61
3.4.1	Kuesioner	61
3.5	Teknik Analisis Data	63
3.5.1	Uji Asumsi Dasar SEM.....	64
3.5.2	<i>Measurement Model</i>	68
3.5.3	Pengujian Kelayakan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>).....	70
3.5.4	Pengujian Model Struktural	74
3.5.5	Uji Pengaruh Mediasi.....	75
BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....		78
4.1	Gambaran Objek Penelitian	78
4.1.1	Gambaran Umum Objek UMKM <i>Coffee Shop</i>	78
4.1.2	Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	81
4.1.3	Responden Berdasarkan Karyawan.....	83
4.2	Hasil Analisis Data	85
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel	85
4.2.2	Uji Normalitas Data	94
4.2.3	Evaluasi Uji <i>Outlier</i> Data.....	95
4.2.4	Evaluasi atas <i>Multicollinearity</i> dan <i>Singularity</i>	98
4.2.5	Evaluasi atas Nilai Residual.....	100

4.2.6	Evaluasi Model Pengukuran	101
4.2.7	Analisis Full Model SEM	110
	4.2.7.4 Evaluasi atas Kriteria <i>Goodness of Fit Model</i>.....	111
4.3	Pengujian Hipotesis.....	112
4.3.1	Pengaruh TQM terhadap Kinerja Bisnis	113
4.3.2	Pengaruh TQM terhadap Keunggulan Bersaing	114
4.3.3	Pengaruh TQM terhadap Kepuasan Pelanggan.....	114
4.3.4	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis	115
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Bisnis	117
4.3.6	Uji Mediasi – Pengaruh Tidak Langsung.....	117
4.3.7	Hasil Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect	120
4.4	Pembahasan.....	123
4.4.1	Pengaruh TQM terhadap Kinerja Bisnis	124
4.4.2	Pengaruh TQM terhadap Keunggulan Bersaing	126
4.4.3	Pengaruh TQM terhadap Kepuasan Pelanggan.....	127
4.4.4	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Bisnis	128
4.4.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kinerja Bisnis	129
BAB V	PENUTUP.....	131
5.1	Kesimpulan	131
5.2	Implikasi Teoritis.....	134
5.3	Implikasi Manajerial	136
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	137
5.5	Saran Penelitian Mendatang.....	139
DAFTAR PUSTAKA.....		142
LAMPIRAN.....		148

FEB UNDIP