

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1 <i>Resource Based View (RBV)</i>	13
2.2 Keunggulan Bersaing	16
2.3 Inovasi Produk	19
2.4 Kapabilitas Manajemen Pemasok	23
2.5 Kerangka Penelitian	31
2.6 Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Variabel Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	35
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner	39
3.5.1 Uji Semantik	39

3.5.1.1 Uji Indikator Variabel	39
3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	43
3.5.2 Uji Statistik	51
3.5.2.1 Uji Validitas	51
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	52
3.6 Teknik Analisis	53
3.6.1 Analisis SEM	53
3.6.2 Evaluasi Asumsi SEM	54
3.6.2.1 Uji Normalitas	54
3.6.2.2 Uji Outliers.....	54
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas	54
3.6.3.4 Uji Kecukupan Data.....	55
3.6.3 CFA (Confirmatory Factor Analysis)	55
3.6.4 Analisis Full Model SEM	57
3.6.5 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit.....	58
3.6.6 Analisis Efek Langsung, Tidak Langsung dan Total	61
3.6.7 Uji Efek Mediasi	62
3.7 Uji Hipotesis	62
3.7.1 Pendekatan Critical Ratio.....	63
3.7.2 Pendekatan Probability Value	63
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian	65
4.2 Evaluasi Asumsi SEM	68
4.2.1 Uji Normalitas.....	68
4.2.2 Uji Outliers.....	69
4.2.3 Uji Multikolinearitas	70
4.2.4 Uji Indeks Hoetler	71
4.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	72
4.3.1 CFA Konstruk Eksogen	72

4.3.2 CFA Konstruk Endogen.....	74
4.4 Analisis Full Model.....	76
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	80
4.5.1 Uji Validitas Konstruk	80
4.5.2 Uji Reliabilitas Konstruk	80
4.6 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	81
4.7 Uji Efek Mediasi	83
4.8 Uji Hipotesis	84
4.8.1 H1: Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	85
4.8.2 H2: Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pemasok terhadap Keunggulan Bersaing.....	86
4.8.3 H3: Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pemasok terhadap Inovasi Produk	87
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	88
5.2 Implikasi Teoritis	89
5.3 Implikasi Manajerial	91
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	93
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	101

