



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	9
1.3.Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
1.3.1.Tujuan Penelitian .....	11
1.3.2.Kegunaan Penelitian.....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....</b>	<b>11</b>
2.1.Theory Resources-Based View .....	11
2.2.Kinerja Bisnis (Business Performance) .....	12
2.3. Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage).....	14
2.4.Manajemen Rantai Pasokan (SCM/ Supply Chain Management).....	15
2.5.Kemitraan Pemasok Strategis (Strategic Supplier Partnership) .....	17
2.6. Hubungan Pelanggan (Customer Relationship) .....	19
2.7.Tingkat Berbagi Informasi (Level of Information Sharing).....	21
2.8.Keterkaitan Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	23
2.8.1.Pengaruh Praktik Supply Chain Management terhadap Competitive Advantage.....	23
2.8.2.Pengaruh Competitive advantage terhadap Business Performance .	24
2.8.3.Pengaruh Praktik Supply Chain Management terhadap Business Performance.....	25
2.9.Kerangka Pikir Penelitian.....	27
2.10.Variabel dan Indikator Pengukuran .....	27
2.10.1.Kemitraan Pemasok Strategis (Strategic Supplier Partnership) ....	27
2.10.2.Hubungan Pelanggan (Customer Relationship).....	29
2.10.3.Tingkat Berbagi Informasi (Level Of Information Sharing) .....	30
2.10.4.Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) .....	31
2.10.5.Kinerja Bisnis (Business Performance).....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1.Jenis dan Sumber Data.....	31
3.1.1.Data Primer.....	31
3.1.2.Data Sekunder.....	31
3.2Populasi dan Sampel.....	32

3.3. Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4. Teknik Analisis .....	33
3.5. Uji reliabilitas dan Variance Extract .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Responden .....	40
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	40
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	42
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha .....	42
4.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel .....	43
4.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	43
4.2.1.1. Analisis Faktor Konfirmatori Strategic Supplier Partnership .....	43
4.2.1.2. Analisis Faktor Konfirmatori Customer Relationship .....	45
4.2.1.3. Analisis Faktor Konfirmatori Level of Information Sharing .....	47
4.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen .....	49
4.2.2.1. Analisis Faktor Konfirmatori Competitive Advantage .....	50
4.2.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori Business Performance .....	51
4.3. Uji Kelayakan Full Model .....	53
4.4. Validitas dan Reliabilitas .....	55
4.5. Uji Asumsi SEM .....	57
4.5.1. Normalitas Data .....	57
4.5.2. Evaluasi Outliers .....	58
4.6. Hasil Analisis SEM .....	61
4.6.1. Hasil Analisis Pengaruh .....	61
4.6.2. Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	64
4.7. Pembahasan .....	65
4.7.1. Pembahasan H1a .....	65
4.7.2. Pembahasan H1b .....	66
4.7.3. Pembahasan H1c .....	67
4.7.4. Pembahasan H2 .....	68

4.7.5.Pembahasan H3a.....	69
4.7.6.Pembahasan H3b.....	70
4.7.7.Pembahasan H3c.....	70
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
5.1.Kesimpulan Hipotesis .....	71
5.2.Kesimpulan Permasalahan Penelitian.....	74
5.3.Implikasi Teoritis.....	76
5.4.Implikasi Manajerial .....	77
5.5.Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



**FEB UNDIP**