

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS	ii
SERTIFIKASI.....	iii
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	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
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL.....	12
2.1 Pengantar.....	12
2.1.1 Kemampuan Menyesuaikan Harga.....	13
2.1.2 Waktu Pengiriman (Delivery Time).....	24
2.1.3 Keunggulan Bersaing	27
2.3.1.1 Pengertian dan Konsep Strategi Bersaing	30
2.3.1.1.1 Pengertian Strategi	30
2.3.1.1.2 Konsep Strategi Bersaing.....	30
2.1.4 Kinerja pemasok (Supplier Performance)	38
2.2 Model Dan Hipotesis	50

2.2.1 Hubungan Kemampuan Menyesuaikan Harga dengan Keunggulan Bersaing.....	50
2.2.2 Hubungan Kemampuan Menyesuaikan Harga dengan Kinerja Pemasok.	52
2.2.3 Hubungan Waktu Pengiriman (Delivery Time) dengan Keunggulan Bersaing.....	53
2.2.4 Hubungan Waktu Pengiriman (Delivery Time) dengan Kinerja Pemasok	54
2.2.5 Hubungan antara Keunggulan Bersaing Dengan Kinerja Pemasok	55
2.3 Penelitian Terdahulu	57
2.4 Kerangka Pikir Teoritis.....	66
2.5 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	67
2.5.1 Indikator Kemampuan Menyesuaikan Harga.....	70
2.5.2 Indikator Delivery Time	70
2.5.3 Indikator Keunggulan Bersaing.....	71
2.5.4 Indikator Kinerja Pemasok.....	72
2.6 Hipotesis	74
2.7 Uji Logical Connection.....	74
BAB III METODE PENELITIAN	82
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	82
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	82
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	84
3.2.1 Metode Kuesioner	84
3.2.2 Wawancara Langsung	85
3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	85
3.4 Teknik Analisis	86
3.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	86

3.4.1.1 Uji Validitas	86
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	87
3.4.2 Uji Normalitas	88
3.4.3 Analisa Deskriptif.....	88
3.4.4 Regresi Linier	89
3.4.4.1 Analisa Variabel Berganda	91
3.4.4.2 Menilai Goodness of Fit Suatu Model	92
3.4.4.3 Koefisien Determinasi.....	93
3.4.5 Uji Hipotesis.....	94
3.4.5.1 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).....	94
3.4.5.2 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t).....	94
3.4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	95
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	96
4.1 Gambaran Umum Responden	96
4.1.1 Profil Responden	97
4.1.2 Profil Jabatan Responden	97
4.1.3 Profil Lama Usaha.....	98
4.1.4 Profil Usia Responden.....	98
4.1.5 Profil Jenis Kelamin Responden	99
4.1.6 Profil Pendidikan Responden	100
4.1.7 Profil Kondisi Perusahaan	100
4.1.8 Profil Status Hukum Perusahaan	101
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	101

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	101
4.2.2 Pengujian Validitas Data Kuesioner.....	103
4.2.3 Pengujian Reability Data Kuesioner	107
4.3 Analisa Diskriptif.....	109
4.3.1 Deskripsi Variabel Kemampuan Menyesuaikan Harga	110
4.3.2 Deskripsi Variabel Delivery Time.....	111
4.3.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing	113
4.3.4 Deskripsi Variabel Kinerja pemasok.....	114
4.4 Pengujian Model Pertama	115
4.4.1 Uji Asumsi Klasik Pada Model Pertama	115
4.4.1.1 Uji Normalitas.....	116
4.4.1.2 Uji Multikolonieritas Berganda Model Pertama.....	117
4.4.1.3 Uji Heteroskedastiitas	118
4.4.1.4 Uji Regresi Berganda Model Pertama	119
4.4.1.4.1 Uji Pengaruh antar Variabel (Uji T).....	120
4.4.1.4.2 Uji Kelayakan Model untuk Model Pertama (Uji F).....	121
4.4.1.4.3 Koefisien Determinasi Model Pertama	122
4.5 Pengujian Model Kedua.....	123
4.5.1 Uji Asumsi Klasik Pada Model Kedua.....	123
4.5.1.1 Uji Normalitas.....	124
4.5.1.2 Uji Multikolonieritas Berganda Model Pertama.....	125
4.5.1.3 Uji Uji Heteroskedastitas	126
4.5.1.4 Uji Regresi Berganda Model Kedua	127

4.5.1.4.1 Uji Pengaruh antar Variabel (Uji T)	127
4.5.1.4.2 Uji Kelayakan Model untuk Model Pertama (Uji F).....	129
4.6 Pengujian Pengaruh Intervening	131
4.6.1 Pengujian Pengaruh Kemampuan Menyesuaikan Harga terhadap Kinerja pemasok.....	132
4.6.2 Pengujian Pengaruh Delivery Time terhadap Kinerja pemasok.....	133
4.7 Kesimpulan Pengujian Hipotesa	134
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	135
4.8.1 Pengaruh Kemampuan Menyesuaikan Harga terhadap Keunggulan Bersaing	135
4.8.2. Pengaruh Kemampuan Menyesuaikan harga terhadap Kinerja Pemasok	137
4.8.3 Pengaruh Delivery Time terhadap Keunggulan Bersaing	137
4.8.4 Pengaruh Delivery Time terhadap Kinerja Pemasok	137
4.8.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja pemasok	138
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKSANAAN.....	139
5.1 Kesimpulan Hipotesa	139
5.2 Kesimpulan dan Masalah Penelitian.....	142
5.3 Implikasi Teoritis.....	143
5.4 Implikasi Manajerial	150
5.5 Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang.....	153
DAFTAR PUSTAKA	154
LAMPIRAN	158