

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan Tesis	ii
Sertifikasi	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
Daftar Rumus	xv
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
Bab II Telaah Pustaka dan Pengembangan Model	9
2.1 Telaah Pustaka	10
2.1.1 Usaha Ritel	10
2.1.2 Usaha Ritel Tradisional	12
2.1.3 Konsep SCM	13
2.1.4 Aktivitas Pengadaan dan Pengelolaan Pemasok	17
2.1.5 Kinerja Organisasi	19
2.1.6 Hubungan Pemasok	21
2.1.7 Konsep Kepercayaan	22
2.1.8 Pembagian Informasi	23
2.1.9 Perencanaan Stratejik	24
2.2 Pengembangan Model	26

2.2.1	Hubungan Pemasok dan Kinerja Organisasi	26
2.2.2	Konsep Kepercayaan dan Hubungan Pemasok	27
2.2.3	Pembagian Informasi dan Hubungan Pemasok	28
2.2.4	Perencanaan Stratejik dan Hubungan Pemasok	30
2.2.5	Penelitian Terdahulu	31
2.2.6	Kerangka Pemikiran Teoritis	32
Bab III	Metode Penelitian	34
3.1	Jenis dan Sumber Data	34
3.2	Populasi Penelitian	34
3.2.1	Penentuan Jumlah Sampel	35
3.2.2	Metode Penarikan Sampel	36
3.3	Metode Pengumpulan Data	37
3.4	Definisi Operasional Variabel	37
3.5	Analisis Data	40
3.5.1	Statistik Deskriptif	40
3.5.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	41
3.5.3	Analisis Faktor Konfirmatori	42
3.5.4	Model Persamaan Struktural	42
3.5.4.1	Pengembangan Model Teoritis	43
3.5.4.2	Penyusunan Diagram Jalur	43
3.5.4.3	Penyusunan Persamaan Struktural	44
3.5.4.4	Matrik Input dan Teknik Estimasi	46
3.5.4.5	Identifikasi Model Struktural	46
3.5.4.6	Menilai Kriteria Goodness of Fit	46
3.5.4.7	Interpretasi dan Modifikasi Model	50
Bab IV	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	51
4.1	Gambaran Umum Responden	51
4.2	Nilai Indeks Variabel	52
4.2.1	Nilai Indeks Hubungan Pemasok	52
4.2.2	Nilai Indeks Kinerja Ritel	53

4.2.3	Nilai Indeks Kepercayaan	54
4.2.4	Nilai Indeks Pembagian Informasi	55
4.2.5	Nilai Indeks Perencanaan Strategik	56
4.3	Seleksi Data	57
4.3.1	Normalitas Data	57
4.3.2	Data Outlier	58
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	60
4.4.1	Uji Validitas	60
4.4.2	Uji Reliabilitas	61
4.5	Analisis Faktor Konfirmatori	62
4.5.1	Konstruk Endogen	62
4.5.2	Konstruk Eksogen	65
4.6	Analisis Persamaan Struktural	68
4.7	Evaluasi Asumsi Model Persamaan Struktural	70
4.7.1	Uji Normalitas dan Linearitas	70
4.7.2	Uji Multikolinearitas	72
4.7.3	Evaluasi Outlier	72
4.7.4	Evaluasi Model Pengukuran	74
4.8	Pengujian Hipotesis	75
4.8.1	Hipotesis 1	75
4.8.2	Hipotesis 2	76
4.8.3	Hipotesis 3	76
4.8.4	Hipotesis 4	77
Bab V	Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan	78
5.1	Ringkasan Penelitian	78
5.2	Kesimpulan Hipotesis Penelitian	79
5.2.1	Hipotesis 1	79
5.2.2	Hipotesis 2	80
5.2.3	Hipotesis 3	81
5.2.4	Hipotesis 4	81

5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian	82
5.4	Implikasi Teoritis	84
5.5	Implikasi Manajerial	86
5.6	Keterbatasan Penelitian	89
5.7	Agenda Penelitian Mendatang	89
Daftar Pustaka		91
Lampiran		
Daftar Riwayat Hidup		



Daftar Tabel

Tabel 1.1	Isu Kesenjangan Hasil Penelitian	3
Tabel 1.2	Kontribusi Industri Ritel (2006 - 2009)	5
Tabel 1.3	Perbandingan Jumlah Pedagang di Semarang (2012 - 2013)	6
Tabel 1.4	Ringkasan Studi Ritel Tradisional	7
Tabel 2.1	Perbedaan Ritel Modern dan Tradisional	12
Tabel 2.2	Sebaran Komoditas Ritel Tradisional 2010	13
Tabel 2.3	Hasil Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.4	Hasil Penelitian Terdahulu (Lanjutan)	32
Tabel 3.1	Jumlah Pedagang UPTD Semarang 2013	35
Tabel 3.2	Hasil Penentuan Nilai Proporsi	36
Tabel 3.3	Hasil Penentuan Jumlah Sampel	36
Tabel 3.4	Indikator Variabel Penelitian	38
Tabel 3.5	Indikator Variabel Penelitian (Lanjutan)	39
Tabel 3.6	Indikator Variabel Penelitian (Lanjutan)	40
Tabel 3.7	Kriteria Goodness of Fit	50
Tabel 3.8	Parameter Uji Hipotesis	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Penelitian	51
Tabel 4.2	Nilai Indeks Hubungan Pemasok	53
Tabel 4.3	Nilai Indeks Kinerja Ritel Tradisional	53
Tabel 4.4	Nilai Indeks Kepercayaan	54
Tabel 4.5	Nilai Indeks Pembagian Informasi	55
Tabel 4.6	Nilai Indeks Perencanaan Stratejik	56
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan z-skewness	58
Tabel 4.8	Rekap Outlier	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Kuesioner	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Kuesioner (Lanjutan)	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Model Hubungan Pemasok	63
Tabel 4.13	Hasil Uji Model Kinerja Ritel	64

Tabel 4.14 Hasil Uji Model Kepercayaan	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Model Pembagian Informasi	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Model Perencanaan Strategik	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Model Persamaan Struktural	69
Tabel 4.18 Standardized Regression Model Persamaan Struktural	69
Tabel 4.19 Standardized Regression (Lanjutan)	70
Tabel 4.20 Uji Normalitas Data	71
Tabel 4.21 Evaluasi Uji Outlier Univariate	73
Tabel 4.22 Evaluasi Uji Outlier Multivariate	73
Tabel 4.23 Evaluasi Model Pengukuran	74
Tabel 4.24 Pengujian Hipotesis	75
Tabel 5.1 Implikasi Teoritis	85
Tabel 5.2 Implikasi Teoritis (Lanjutan)	86
Tabel 5.3 Implikasi Manajerial	87
Tabel 5.4 Implikasi Manajerial (Lanjutan)	88

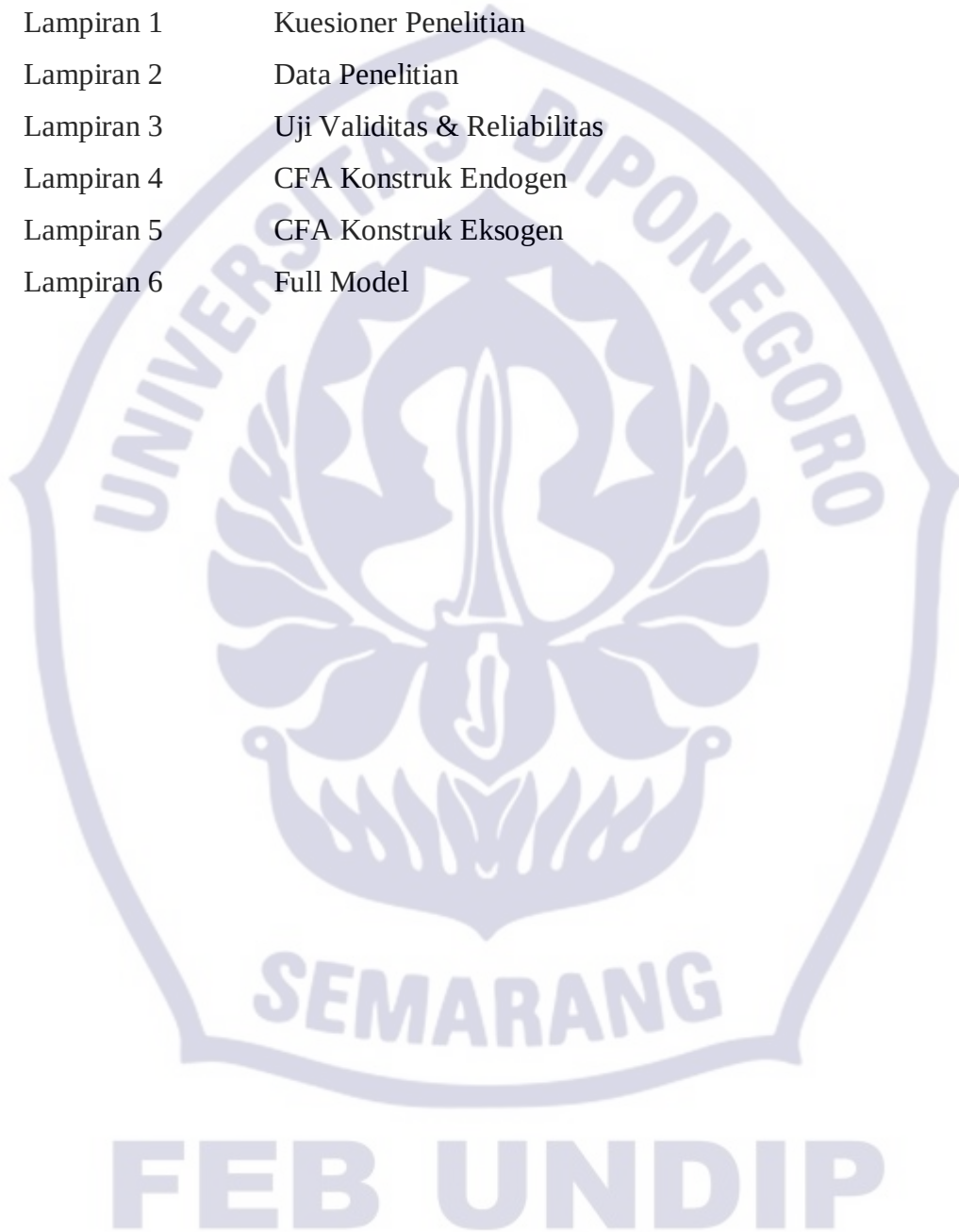
SEMARANG
FEB UNDIP

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Ilustrasi Rantai Pasok	15
Gambar 2.2	Klasifikasi Operasi Rantai Pasok	16
Gambar 2.3	Usulan Model (KPT)	33
Gambar 3.1	Path Diagram Model Persamaan Struktural	44
Gambar 4.1	Analisis Faktor Konfirmatori Hubungan Pemasok	63
Gambar 4.2	Analisis Faktor Konfirmatori Kinerja Ritel	64
Gambar 4.3	Analisis Faktor Konfirmatori Kepercayaan	65
Gambar 4.4	Analisis Faktor Konfirmatori Pembagian Informasi	66
Gambar 4.5	Analisis Faktor Konfirmatori Perencanaan Strategik	67
Gambar 4.6	Model Persamaan Struktural	68
Gambar 5.1	Peningkatan Kinerja Ritel (Proses 1)	83
Gambar 5.2	Peningkatan Kinerja Ritel (Proses 2)	84

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Uji Validitas & Reliabilitas
Lampiran 4	CFA Konstruk Endogen
Lampiran 5	CFA Konstruk Eksogen
Lampiran 6	Full Model



Daftar Rumus

Rumus 1	Perhitungan Nilai Indeks	40
Rumus 2	Perhitungan Construct Reliability	48
Rumus 3	Perhitungan Variance Extracted	48
Rumus 4	Perhitungan Nilai z-skewness	57

