

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Sertifikasi	ii
Halaman Persetujuan Draft Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	10

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Konsep Manajemen Rantai Pasok	11
2.1.2 Kolaborasi	12
2.1.3 Berbagi Informasi	14
2.1.4 Perilaku Ketidakpastian	15
2.1.5 Kepercayaan	17
2.1.6 Kinerja Hubungan Pembeli dan Pemasok	19
2.2 Hubungan Antar Variabel	20
2.2.1 Hubungan Berbagi Informasi dengan Kepercayaan	20
2.2.2 Hubungan Perilaku Ketidakpastian dengan Kepercayaan	22

2.2.3	Hubungan Kepercayaan dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	23
2.2.4	Hubungan Berbagi Informasi dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	25
2.2.5	Hubungan Perilaku Ketidakpastian dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	28
2.3	Penelitian Terdahulu	29
2.4	Model dan Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis dan Sumber Data	33
3.1.1.	Data Primer	34
3.1.2.	Data Skunder	34
3.2	Populasi dan sampel	34
3.2.1.	Populasi	35
3.2.2.	Sampel	36
3.3	Definisi Operasional Variabel	36
3.3.1.	Berbagi Informasi	36
3.3.2.	Perilaku Ketidakpastian	37
3.3.3.	Kepercayaan	38
3.3.4.	Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	39
3.4	Metode Pengumpulan Data	41
3.5	Uji Reliabilitas dan Uji Validitas	43
3.6	Teknik Analisis	44

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	50
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Perusahaan	52
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	52
4.2 Tahapan Pra Survey Uji Coba Kuesioner	53
4.2.1. Hasil Uji Validitas Tahapan Pra Survey	53
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Tahapan Pra Survey	54
4.3 Statistik Deskriptif	55
4.4 Proses Analisis Data dan Pengujian Model Penelitian	58
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	58
4.4.2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	61
4.5 Pengujian Hipotesis.....	62
4.5.1. Uji Hipotesis 1.....	64
4.5.2. Uji Hipotesis 2.....	64
4.5.3. Uji Hipotesis 3.....	65
4.5.4. Uji Hipotesis 4.....	66
4.5.5. Uji Hipotesis 5.....	67
4.6 Analis Pengaruh.....	67
4.6.1. Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Hubungan Pembeli dan Pemasok	69
4.6.2. Pengaruh Berbagi Informasi terhadap Kinerja Hubungan Pembeli dan Pemasok Melalui Kepercayaan	69
4.6.3. Pengaruh Perilaku Ketidakpastian terhadap Kinerja Hubungan Pembeli dan Pemasok.....	70
4.6.4. Pengaruh Perilaku Ketidakpastian terhadap Kinerja Hubungan Pembeli dan Pemasok Melalui Kepercayaan.....	70

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan Hipotesis	71
5.2 Simpulan Penelitian	74

5.3 Implikasi Kebijakan	78
5.4 Keterbatasan Penelitian	81
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	81

DAFTAR PUSTAKA	82
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah dan Prosentase Kenaikan Perusahaan/Usaha Bidang Makanan dan Minuman Skala Menengah dan Besar di Jawa Tengah	4
Tabel 1.2 <i>Research Gap</i>	6
Tabel 2.1 Hubungan Berbagi Informasi dengan Kepercayaan.....	21
Tabel 2.2 Hubungan Perilaku Ketidakpastian dengan Kepercayaan.....	22
Tabel 2.3 Hubungan Kepercayaan dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	24
Tabel 2.4 Hubungan Berbagi Informasi dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli	27
Tabel 2.5 Hubungan Perilaku Ketidakpastian dengan Kinerja Hubungan Pemasok dan Pembeli.....	29
Tabel 2.6 Ringkasan Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Jumlah Perusahaan/Usaha Bidang Makanan, Minuman, dan Farmasi Skala Menengah dan Besar di Jawa Tengah	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Perusahaan	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Bekerja	53
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kuesioner	54
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Kuesioner.....	55
Tabel 4.7 Angka Indeks	57