

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.4.1 Kegunaan Teoretis.....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	17
2.1 Landasan Teori.....	17
2.1.1 <i>Competitive Advantage (CA)</i> menurut teori RBV dan DCV.....	17
2.1.2 <i>Social Customer Relationship Management (Social-CRM)</i> .....	19
2.1.3 <i>Dynamic Capabilities (DC)</i> .....	21
2.1.4 <i>Environmental Turbulence (ET)</i> .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	31
2.3.1 Hubungan antara <i>Social-CRM</i> dan <i>Competitive Advantage</i> .....	31

2.3.2	Hubungan antara <i>Social-CRM</i> dan <i>Dynamic Capability</i> .....	34
2.3.3	Hubungan antara <i>Dynamic Capability</i> dan <i>Competitive Advantage</i> .....	36
2.3.4	Efek mediasi <i>Dynamic Capability</i> pada hubungan <i>Social-CRM</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> .....	38
2.3.5	Efek moderasi <i>Environmental Turbulence</i> kepada hubungan <i>Social-CRM</i> terhadap <i>Competitive Advantage</i> .....	39
2.4	Kerangka Konseptual .....	42
BAB III METODE PENELITIAN .....		46
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	46
3.1.1.	Variabel Penelitian .....	46
3.1.2.	Definisi Operasional, Indikator dan Dimensi Variabel .....	46
3.1.2.1	<i>Competitive Advantage</i> .....	46
3.1.2.2	<i>Social-CRM</i> .....	48
3.1.2.3	<i>Dynamic Capability</i> .....	49
3.1.2.4	<i>Environmental Turbulence</i> .....	51
3.2	Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	54
3.2.1	Jenis Metode Penelitian .....	54
3.2.2	Sumber Data .....	54
3.3	Populasi Penelitian, Sampel Penelitian, Teknik Penentuan Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	55
3.3.1	Populasi Penelitian .....	55
3.3.2	Sampel Penelitian .....	56
3.3.3	Teknik Penentuan Sampel .....	57
3.3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.4	Teknik Analisis Data .....	59
3.4.1	Analisis Deskriptif, Kausal dan Eksplanatori .....	59
3.4.2	Analisis Inferensial .....	60
3.4.2.1	<i>Outer Model</i> .....	61
3.4.2.2	<i>Inner Model</i> .....	61

3.5	Pengujian Hipotesis .....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 65		
4.1	Data Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
4.1.1	Jenis Kelamin Responden .....	66
4.1.2	Kelompok Umur Responden.....	67
4.1.3	Status Pengelolaan Usaha Responden.....	67
4.1.4	Kualifikasi Pendidikan Responden .....	68
4.1.5	Masa Operasional Usaha Responden .....	69
4.2	Analisis Inferensial .....	70
4.2.1	Menentukan Model Struktural dan Pengukuran .....	70
4.2.2	Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	71
4.2.3	Validitas Konvergen .....	73
4.2.4	Reliabilitas Konstruk.....	73
4.2.5	Validitas Diskriminan.....	74
4.3	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	76
4.3.1	<i>Coefficient of Determination</i> ( $R^2$ ) .....	77
4.3.2	Kolinearitas .....	77
4.3.3	<i>T-statistic</i> .....	78
4.3.4	<i>Effect size</i> ( $f^2$ ) .....	79
4.3.5	Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ) .....	80
4.3.6	<i>Model Fit Indice</i> .....	81
4.3.7	Pengujian Hipotesis.....	82
4.3.7.1	Pengaruh <i>Social-CRM</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .....	84
4.3.7.2	Pengaruh <i>Social-CRM</i> terhadap <i>dynamic capability</i> .....	84
4.3.7.3	Pengaruh <i>dynamic capability</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .....	84
4.3.7.4	Pengaruh mediasi <i>dynamic capability</i> pada pengaruh <i>Social-CRM</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .....	85

4.3.7.5	Pengaruh moderasi <i>environmental turbulence</i> pada pengaruh hubungan <i>Social-CRM</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .....	86
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian .....	86
4.4.1	<i>Social-CRM</i> berpengaruh positif terhadap <i>competitive advantage</i> .....	86
4.4.2	<i>Social-CRM</i> berpengaruh positif terhadap <i>dynamic capability</i> .....	87
4.4.3	<i>Dynamic capability</i> berpengaruh positif terhadap <i>competitive advantage</i> .....	87
4.4.4	<i>Dynamic capability</i> memediasi pengaruh <i>Social-CRM</i> pada <i>competitive advantage</i> .....	88
4.4.5	<i>Environmental turbulence</i> memoderasi hubungan antara <i>Social-CRM</i> dan <i>competitive advantage</i> .....	89
BAB V PENUTUP .....		90
5.1	Simpulan Hasil Penelitian .....	90
5.2	Implikasi Penelitian .....	91
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	91
5.2.2	Implikasi Manajerial .....	92
5.3	Keterbatasan penelitian .....	93
5.4	Agenda Penelitian Mendatang .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....		96

**FEB UNDIP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap</i> Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 1.2 Gambaran Permasalahan Umum UKM Olahan Pangan di Indonesia.....	7
Tabel 1.3 Tabel Nilai Rata-rata UKM bidang Olahan Pangan di Kota Semarang .....	8
Tabel 1.4 Jenis Kesulitan yang Dihadapi UKM di Kota Semarang.....	8
Tabel 1.5 Jumlah UKM Industri Pengolahan Berdasarkan Jenis di Kota Semarang .....	9
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3.1 Variabel Penelitian .....	46
Tabel 3.2 Definisi Operasional dan Indikator <i>Competitive Advantage</i> .....	48
Tabel 3.3 Definisi Operasional dan Indikator <i>Social-CRM</i> .....	49
Tabel 3.4 Definisi Operasional dan Indikator <i>Dynamic Capability</i> .....	50
Tabel 3.5 Definisi Operasional dan Indikator <i>Environmental Turbulence</i> .....	52
Tabel 3.6 Definisi Operasional Variabel .....	52
Tabel 3.7 Persebaran UKM Bidang Olahan Pangan Menurut Kecamatan .....	55
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Kelompok Umur .....	67
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Status Pengelolaan Usaha.....	68
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Kualifikasi Pendidikan .....	68
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Masa Operasional Usaha .....	69
Tabel 4.5 <i>Outer Loadings</i> .....	72
Tabel 4.6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	73
Tabel 4.9 Reliabilitas Konstruk.....	74
Tabel 4.7 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	75
Tabel 4.8 <i>Cross-Loadings</i> .....	75
Tabel 4.10 <i>Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>)</i> .....	77
Tabel 4.11 Kolinearitas .....	78
Tabel 4.12 <i>T-statistic</i> dan <i>P-value</i> .....	79

Tabel 4.13 <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ) .....	79
Tabel 4.14 Pengukuran Relevansi Prediktif ( $Q^2$ ) .....	80
Tabel 4.15 <i>Model Fit Indice</i> .....	81
Tabel 4.16 <i>Spesific Indirect Effect</i> .....	85



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Pengaruh RBV dan DCV terhadap Kinerja UKM.....	19
Gambar 2.2 Pengembangan Model Kerangka Konseptual .....	42
Gambar 3.1 Indikator Competitive Advantage .....	47
Gambar 3.2 Indikator <i>Social-CRM</i> .....	49
Gambar 3.3 Indikator <i>Dynamic Capability</i> .....	50
Gambar 3.4 Indikator <i>Environmental Turbulence</i> .....	51
Gambar 4.1 Struktur Model Penelitian .....	71
Gambar 4.2 Struktur Model Akhir Penelitian .....	82
Gambar 4.3 Pengujian Hipotesis.....	83



**FEB UNDIP**

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	107
LAMPIRAN 2 HASIL KUESIONER PENELITIAN.....	111
LAMPIRAN 3 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	122

