DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN..... i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

***ABSTRACT*..... iii**

ABSTRAK..... iv

KATA PENGANTAR..... v

DAFTAR ISI..... vii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN …… 1

1.1 Latar Belakang Penelitian…… 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah…… 9

1.3 Tujuan Penelitian……. 10

1.4 Manfaat Penelitian……10

1.5 Lokasi Waktu dan Penelitian……11

BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS…… 13

2.1 Kajian Pustaka…… 13

2.1.1 Konsep Kekuatan Pemasok…… 13

2.1.1.1 Pengertian Pemasok…… 13

2.1.1.2 Dimensi Kekuatan Pemasok…… 17

2.1.2 Konsep Pengembangan Produk…… 19

2.1.2.1 Pengertian Pengembangan Produk……19

2.1.2.2 Dimensi Pengembangan Produk……... 22

2.1.3 Konsep Keunggulan Bersaing……..25
2.1.3.1 Pengertian Keunggulan Bersaing…….. 25
2.1.3.2 Pencapaian Keunggulan Bersaing…… 26
2.1.3.3 Dimensi Keunggulan Bersaing…… 27
2.1.4 Penelitian Terdahulu…… 28
2.2 Kerangka Pemikiran…… 31
2.2.1 Hubungan Kekuatan Pemasok dengan Keunggulan Bersaing 31
2.2.2 Hubungan Pengembangan Produk dengan Keunggulan Bersaing 32
2.3 Hipotesis……. 33
BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN 34
3.1 Objek Penelitian……. 34
3.2 Metode Penelitian…… 35
3.2.1 Desain Penelitian……. 37
3.2.2 Operasional Variabel…… 41
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data…… 45
3.2.3.1 Sumber Data…… 45
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data…… 46
3.2.3.2.1 Populasi…… 46
3.2.3.2.2 Sample…… 47
3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data…… 48
3.2.4.1 Jenis Data…… 48
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data…… 48
3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis…… 50
3.2.5.1 Uji MSI…… 51
3.2.5.2 Uji Validitas…… 53

3.2.5.3 Uji Realibilitas…… 55

3.2.6 Rancangan Analisis dan Perancangan Hipotesis…… 58

3.2.6.1 Rancangan Analisis…… 58

3.2.6.1.1 Analisis Data Deskriftif…… 58

3.2.6.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif) …… 60

3.2.6.2 Pengujian Hipotesis…… 64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 64

4.1. Gambaran Umum Perusahaan 67

4.1.1. Sejarah Perusahaan 67

4.1.2. Profil Perusahaan 69

4.1.2.1. Struktur Organisasi 65

4.2. Karakteristik Responden 70

4.2.1. Karakteristik Responden Menurut Usia..... 70

4.2.2. Karakteristik Responden Menurut Lama Usaha..... 72

4.2.2. Karakteristik Responden MenurutPendidikan..... 73

4.3. Analisis Deskriptif..... 74

4.3.1. Analisis Deskriptif Kekuatan Pemasok sebagai Variabel X1……...74

4.3.2. Analisis Deskriptif Pengembangan Produk sebagai Variabel X2 80

4.3.3. Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing sebagai Variabel Y 85

4.4. Analisis Verifikatif 89

4.4.1. Persamaan Regresi Linier Berganda..... 89

4.4.3. Analisis Korelasi..... 92

4.4.2.1. Korelasi Secara Parsial antara Kekuatan Pemasok dengan Keunggulan Bersaing..... 92

4.4.2.2. Korelasi Secara Parsial antara Pengembangan Produk dengan Keunggulan Bersaing..... 94

4.4.2.3. Analisis Koefisien Determinasi 95
4.5. Pengujian Hipotesis 97
4.5.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T) 97
4.5.1.1. Pengujian Hipotesis Parsial Kekuatan Pemasok Terhadap Keunggulan Bersaing 97
4.5.1.2. Pengujian Hipotesis Parsial Pengembangan Produk Terhadap Keunggulan Bersaing 99
4.5.2. Pengujian Secara Simultan (Uji-F) ……101

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 104
5.1. Kesimpulan..... 104
5.1. Saran 105

Daftar Pustaka xv