

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 <i>Resource Based View (RBV)</i> .....	13
2.2 Keunggulan Bersaing .....	16
2.3 Inovasi Produk .....	19
2.4 Kapabilitas Manajemen Pemasok .....	23
2.5 Kerangka Penelitian .....	31
2.6 Hipotesis Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Variabel Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	35
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	38
3.5 Uji Kelayakan Kuesioner .....	39
3.5.1 Uji Semantik .....	39

3.5.1.1 Uji Indikator Variabel .....	39
3.5.1.2 Uji Semantik Indikator Hipotesis.....	43
3.5.2 Uji Statistik .....	51
3.5.2.1 Uji Validitas .....	51
3.5.2.2 Uji Reliabilitas .....	52
3.6 Teknik Analisis .....	53
3.6.1 Analisis SEM .....	53
3.6.2 Evaluasi Asumsi SEM .....	54
3.6.2.1 Uji Normalitas .....	54
3.6.2.2 Uji Outliers.....	54
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas .....	54
3.6.3.4 Uji Kecukupan Data.....	55
3.6.3 CFA (Confirmatory Factor Analysis) .....	55
3.6.4 Analisis Full Model SEM .....	57
3.6.5 Evaluasi Kriteria Goodness of Fit .....	58
3.6.6 Analisis Efek Langsung, Tidak Langsung dan Total .....	61
3.6.7 Uji Efek Mediasi .....	62
3.7 Uji Hipotesis .....	62
3.7.1 Pendekatan Critical Ratio.....	63
3.7.2 Pendekatan Probability Value .....	63
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>64</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	64
4.1.2 Gambaran Umum Responden Penelitian .....	65
4.2 Evaluasi Asumsi SEM .....	68
4.2.1 Uji Normalitas .....	68
4.2.2 Uji Outliers.....	69
4.2.3 Uji Multikolinearitas .....	70
4.2.4 Uji Indeks Hoetler .....	71
4.3 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA) .....	72
4.3.1 CFA Konstruk Eksogen .....	72

4.3.2 CFA Konstruk Endogen.....	74
4.4 Analisis Full Model.....	76
4.5 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk .....	80
4.5.1 Uji Validitas Konstruk .....	80
4.5.2 Uji Reliabilitas Konstruk .....	80
4.6 Uji Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total .....	81
4.7 Uji Efek Mediasi .....	83
4.8 Uji Hipotesis .....	84
4.8.1 H1: Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan Bersaing.....	85
4.8.2 H2: Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pemasok terhadap Keunggulan Bersaing.....	86
4.8.3 H3: Pengaruh Kapabilitas Manajemen Pemasok terhadap Inovasi Produk .....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>88</b>
5.1 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	88
5.2 Implikasi Teoritis .....	89
5.3 Implikasi Manajerial .....	91
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	93
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>101</b>