

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>12</b>
1.4.1 Kegunaan secara teoritis .....	12
1.4.2 Kegunaan secara Praktis .....	12
<b>1.5 Sistematika Penulisan .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>14</b>
2.1.1 Resource Based View .....	14
2.1.2 Kinerja Bisnis .....	15
2.1.3 Strategi Hubungan Karyawan .....	17
2.1.4 <i>Partnership</i> (Kemitraan).....	19
2.1.5 Keunggulan bersaing ( <i>Competitive Advantage</i> ).....	21
2.1.6 Kompetensi .....	23
2.1.7 Kapabilitas .....	25

2.2	Penelitian Terdahulu .....	27
2.3	Kerangka Pemikiran Teoretis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>30</b>
3.1	Pendekatan Penelitian .....	30
3.2	Lokasi Penelitian .....	31
3.3	Teknik Penentuan Informan.....	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5	Teknik Analisis Data.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	39
4.1.1	Profil Obyek Penelitian.....	39
4.1.2	Profil Informan Penelitian.....	40
4.2	Proses Penelitian.....	42
4.3	Hasil Analisis Data .....	43
4.3.1	Kompetensi yang perlu dimiliki <i>Partner sales agency</i> .....	44
4.3.2	Kapabilitas yang perlu dimiliki <i>Partner sales agency</i> .....	50
4.3.3	<i>Partnership Sales Agency</i> untuk meningkatkan kinerja bisnis ....	52
4.3.4	Strategi Keunggulan Bersaing yang dapat diterapkan <i>partner sales agency</i> .....	59
4.3.5	Kinerja Bisnis IndiHome Witel Semarang .....	64
4.4	Usulan Perbaikan .....	68
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	70
4.5.1	Kompetensi yang perlu dimiliki <i>partner sales agency</i> .....	70
4.5.2	Kapabilitas yang perlu dimiliki <i>partner sales agency</i> .....	73
4.5.3	Kriteria dan proses pemilihan <i>partner sales agency</i> yang dapat diterapkan perusahaan .....	74
4.5.4	Keunggulan bersaing yang perlu dimiliki <i>partner sales agency</i> ...	76
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>79</b>
5.1	Kesimpulan .....	79

<b>5.2</b>	<b>Implikasi Manajerial .....</b>	<b>81</b>
<b>5.3</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>82</b>
<b>5.4</b>	<b>Agenda Penelitian Mendatang .....</b>	<b>83</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>