

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI .....	ii
PERSETUJUAN TESIS .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
DAFTAR SINGKATAN .....	xvi
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	1
I.2 Riset <i>Gap</i> .....	18
I.3 Masalah Penelitian .....	20
I.3 Tujuan Penelitian .....	22
I.4 Kegunaan Penelitian .....	23
BAB II      TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....	24
II.1 Telaah Pustaka .....	24
II.1.1 Keunggulan Bersaing .....	25
II.1.2 Strategi E-Bisnis .....	44
II.1.3 Manajemen Rantai Suplai Terintegrasi .....	68
II.1.4 Manajemen Hubungan Pelanggan Terintegrasi .....	83
II.1.5. Aset Stratejik SI/TI .....	100

II.2	Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis .....	124
II.2.1	Hubungan Strategi E-Bisnis dan Keunggulan Bersaing ...	124
II.2.2	Hubungan Manajemen Rantai Suplai Terintegrasi dan Strategi E-Bisnis .....	125
II.2.3	Hubungan Manajemen Hubungan Pelanggan Terintegrasi dan Strategi E-Bisnis .....	126
II.2.4	Hubungan Aset Strategik dan Strategi E-Bisnis .....	127
II.3	Penelitian Terdahulu .....	128
II.4	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	130
II.5	Dimensional Variabel .....	133
II.5.1	Dimensi Manajemen Rantai Suplai Terintegrasi .....	133
II.5.2	Dimensi Manajemen Hubungan Pelanggan Terintegrasi .	134
II.5.3	Dimensi Aset Strategik SI/TI .....	136
II.5.4	Dimensi Strategi E-Bisnis .....	136
II.5.5	Indikator Keunggulan Bersaing .....	138
II.6	Definisi Operasional .....	141
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>145</b>
III.1	Desain dan Obyek Penelitian .....	145
III.2	Jenis dan Sumber Data .....	147
III.3	Populasi dan Sampel .....	148
III.4	Metode Pengumpulan Data .....	149
III.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	151
III.6	Teknik Analisis .....	152
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS .....</b>	<b>165</b>
IV.1	Statistik Deskriptif .....	166
IV.1.1	Manajemen Rantai Suplai Terintegrasi .....	167
IV.1.2	Manajemen Hubungan Pelanggan Terintegrasi .....	168
IV.1.3	Aset Strategik SI/TI .....	169
IV.1.4	Strategi E-Bisnis .....	169

IV.1.5 Keunggulan Bersaing .....	170
IV.2 Statistik Inferensial .....	171
IV.2.1 Memilih Matriks Input dan Metode Estimasi .....	172
IV.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori .....	173
IV.2.3 Analisis Jalur .....	180
IV.2.4 Pengujian Asumsi SEM .....	183
IV.2.4.1 Evaluasi <i>Outliers</i> .....	183
IV.2.4.2 Evaluasi <i>Multicollinearty</i> dan <i>Singularity</i> .....	186
IV.2.4.3 Evaluasi Nilai Residual .....	187
IV.2.4.4 Uji Reliabilitas dan Validitas .....	189
IV.2.4.5 Evaluasi Normalitas Distribusi Data .....	193
IV.3 Pengujian Hipotesis .....	194
IV.4 Analisis Pengaruh .....	196
IV.5 Pembahasan Hasil .....	198
BAB IV KESIMPULAN DAN IMPLIKASI .....	203
V.1 Ringkasan Penelitian .....	203
V.2 Kesimpulan atas Hipotesis .....	204
V.3 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	206
V.4 Implikasi Teoritis .....	209
V.5 Implikasi Manajerial .....	214
V.6 Implikasi Metodologi .....	219
V.7 Keterbatasan Penelitian .....	221
V.8 Agenda Penelitian Mendatang .....	221
DAFTAR PUSTAKA .....	223