

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
LEMBAR SERTIFIKASI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
.....	
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka.....	12

2.1.1 <i>Resourced Based Theory</i>	12
2.1.2 Penelitian Rujukan	13
2.2 Konsep Dasar	16
2.2.1 <i>Export Performance</i>	16
2.2.2 <i>Export Marketing Strategy</i>	18
2.2.3 <i>3 PL Support</i>	19
2.2.4 <i>E-commerce Adoption</i>	22
2.2.5 <i>Export Market Orientation</i>	24
2.2.6 <i>Export Marketing Strategy dan Export Performance</i>	26
2.2.7 <i>3 PL Performance dan Export Performance</i>	30
2.2.8 <i>E-Commerce Adoption dan Export Performance</i>	32
2.2.9 <i>Export Marketing Strategy dan Export Performance</i>	35
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	37
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	37
2.4.1 Variabel <i>3 PL Performance</i>	37
2.4.2 Variabel <i>Export Marketing Orientation</i>	38
2.4.3 Variabel <i>E-Commerce Adoption</i>	39
2.4.4 Variabel <i>Export Marketing Strategy</i>	39
2.4.5 Variabel <i>Export Performance</i>	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	49

3.3 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	50
3.5 Teknik Analisis	51

BAB IV ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS

4.1 Deskripsi Responden.....	58
4.1.1 Perusahaan Menurut lama Beroperasi	59
4.1.2 Perusahaan Menurut Lama Kegiatan Ekspor.....	59
4.1.3 Perusahaan Menurut Produk yang Dihasilkan.....	60
4.2 Deskripsi Individual Responden	60
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasar Jenis Kelamin	60
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasar Usia.....	61
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasar Pendidikan	62
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasar Posisi di Perusahaan	62
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasar <i>Background</i> Keluarga	63
4.3 Analisis Data Penelitian	63
4.3.1 Statistik Deskriptif-Karakteristik Responden	63
4.3.1.1 <i>3-Party Logistic Support</i>	64
4.3.1.2 <i>Export Market Orientation</i>	65
4.3.1.3 <i>E-commerce Adoption</i>	66
4.3.1.4 <i>Export Marketing Strategy</i>	67
4.3.1.5 <i>Export Performance</i>	68
4.3.2 Hasil Pengujian SEM.....	69

4.3.3 Analisis Asumsi-asumsi dalam SEM	69
4.3.3.1 Uji Normalitas Data.....	69
4.3.3.2 Evaluasi atas Outlier.....	71
4.3.3.3 Pengujian Asumsi Multikolinearitas dan Singularitas.....	75
4.3.3.4 Pengujian Linearitas	75
4.3.4 Analisis Faktor Konfirmatori	77
4.3.5 Uji Full Model Penelitian.....	86
4.3.6 Analisis <i>Squared Multiple Correlation</i>	88
4.3.7 Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	89
4.3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
4.4 Pengujian Hipotesis.....	93
4.4.1 Pengujian Hipotesis 1	93
4.4.2 Pengujian Hipotesis 2	94
4.4.3 Pengujian Hipotesis 3	94
4.4.4 Pengujian Hipotesis 4	94
4.5 Pembahasan.....	95

BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Ringkasan Penelitian.....	100
5.2 Kesimpulan Pengujian Hipotesis Penelitian	102
5.2.1 Hubungan antara <i>Export Marketing Strategy</i> dengan <i>Export Performance</i>	102
5.2.2 Hubungan Antara 3PL-Support dengan <i>Export Marketing</i>	104
5.2.3 Hubungan antara <i>E-commerce Adoption</i> dengan <i>Export Performance</i>	105

5.2.4 Hubungan antara <i>Export Market Orientation</i> dengan <i>Export Marketing Strategy</i>	106
5.3 Kesimpulan atas Masalah Penelitian.....	107
5.4 Implikasi.....	109
5.4.1 Implikasi Teoritis	109
5.4.2 Implikasi Manajerial	111
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	113
5.6 Agenda Penelitian Mendatang.....	113
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN	