

Daftar Isi

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
Abstract	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Daftar Rumus	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
PENELITIAN	12
2.1 Telaah Pustaka	12
2.1.1 Manajemen Strategik	12
2.1.2 Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain</i>	

	<i>Management</i>).....	13
	2.1.3 Strategi Bisnis Terkait dengan Manajemen Rantai Pasokan (<i>Supply Chain Management</i>)	14
	2.1.4 Pembelian Strategik (<i>Strategic Purchasing</i>).....	16
	2.1.5 Pengembangan Pemasok (<i>Supplier Development</i>) ...	18
	2.1.6 Kinerja Pemasok	19
	2.1.7 Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok	21
	2.1.8 Penelitian Terdahulu	24
2.2	Pengembangan Hipotesis	27
	2.2.1 Pengaruh Pembelian Strategik (<i>Strategic Purchasing</i>) Terhadap Kinerja Pemasok	27
	2.2.2 Pengaruh Pengembangan Pemasok (<i>Supplier Development</i>) Terhadap Kinerja Pemasok.....	29
	2.2.3 Pengaruh Kinerja Pemasok Terhadap Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok	30
	2.2.4 Pengaruh Pembelian Strategik (<i>Strategic Purchasing</i>) Terhadap Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok.....	31
	2.2.5 Pengaruh Pengembangan Pemasok (<i>Supplier Development</i>) Terhadap Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok.....	33
2.3	Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian	34
	2.3.1 Variabel Pembelian Strategik.....	34

2.3.2	Variabel Pengembangan Pemasok	35
2.3.3	Variabel Kinerja Pemasok.....	36
2.3.4	Variabel Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok	38
2.4	Kerangka Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian dan Sumber Data	42
3.2	Populasi dan Sampel	43
3.3	Metode Pengumpulan Data	44
3.3.1	Kuesioner	44
3.3.2	Pengamatan Langsung.....	45
3.4	Teknik Analisis Data.....	45
3.4.1	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	45
	3.4.2 Uji Reliabilitas	47
3.4.3	Uji Validitas	47
3.4.4	Uji Normalitas	48
3.4.5	Uji Linearitas.....	49
3.4.6	Uji Determinasi (R^2)	49
3.4.6	Uji t.....	50
BAB IV ANALISIS DATA		51
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Data Deskriptif	51
4.1.1	Identitas Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.2	Identitas Responden Berdasarkan Lama Kerja	52

4.2 Proses dan Hasil Analisis Data	53
4.2.1 Nilai Indeks	53
4.2.1.1 Variabel Pembelian Strategik.....	54
4.2.1.2 Variabel Pengembangan Pemasok	57
4.2.1.3 Variabel Kinerja Pemasok	60
4.2.1.4 Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok .	64
4.2.2 Uji Reliabilitas Dan Validitas.....	66
4.2.2.1 Uji Reliabilitas	66
4.2.2.2 Uji Validitas	67
4.2.3 Uji Normalitas	68
4.2.4 Uji Linearitas.....	73
4.2.5 Uji Determinasi (Goodness of Fit, R^2)	76
4.2.6 Analisis Jalur (Path Analysis)	78
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	82
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1 (Pembelian Strategik Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pemasok)	82
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2 (Pengembangan Pemasok Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Pemasok)	82
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3 (Kinerja Pemasok Berpengaruh Positif Terhadap Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok).....	83
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4 (Pembelian Strategik Berpengaruh Positif Terhadap Kelangsungan Hubungan	

Dengan Pemasok).....	84
4.3.5 Pengujian Hipotesis 5 (Pengembangan Pemasok Berpengaruh Positif Terhadap Kelangsungan Hubungan Dengan Pemasok).....	85
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Implikasi Teoritis	88
5.3 Implikasi Kebijakan	89
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	90
5.5 Agenda Penelitian Mendatang	91
Daftar Referensi	xviii
Lampiran	