

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN ORISINILITAS	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar belakang penelitian	4
1.3 Perumusan Masalah	14
1.4 Pertanyaan penelitian	15
1.5 Tujuan penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.7 Batasan Masalah	16
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Teori dan Penelitian Terlebih Dahulu	18
2.1.1 Manajemen Operasi	18
2.1.2 <i>Supply Chain Management</i>	19
2.1.3 <i>Value Chain</i>	23
2.1.4 Primary Activities	25
2.1.5 <i>Support Activities</i>	26

2.1.6	Kepuasan konsumen.....	27
2.1.7	Dimensi Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.8	Keunggulan bersaing.....	29
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.2	Kerangka Pemikiran.....	45
2.4	Hipotesis Penelitian.....	46
2.4.1	Hubungan value chain dengan dengan keunggulan bersaing.....	46
2.4.2	Hubungan keunggulan bersaing dengan kepuasan konsumen.....	47
BAB III	METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Jenis Penelitian.....	48
3.2	Alat pengumpulan data.....	49
3.2.1	Operationa Variabel.....	50
3.2.2	Skala Pengukuran.....	53
3.3	Tahapan Penelitian.....	54
3.4	Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1	Populasi.....	56
3.4.2	Sampel.....	56
3.5	Pengumpulan Data.....	58
3.5.1	Sumber Data.....	58
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	59
3.6.1	Validitas.....	59
3.6.2	Realibitas.....	62
3.7	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	63
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	63
3.7.2	Teknik Analisis Data <i>Partial Lest Square</i> (PLS).....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Profil Responden Penelitian	71
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian	78
4.2.1 Analisis Deskriptif <i>Value Chain</i>.....	78
4.2.2 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen	82
4.2.3 Analisis Deskriptif Keunggulan Bersaing.....	84
4.3 Analisis Data dan Interpretasi	87
4.3.1. Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	87
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	93
4.3.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	94
4.2.3 Goodness ogf Fit.....	95
4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	96
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	105
5.1. Kesimpulan	105
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Aspek Praktis	105
5.2.2 Aspek Teoritis	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	111