

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK (VERSI INDONESIA)	v
ABSTRAK (ENGLISH VERSION)	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG PENELITIAN	1
1.2. RUMUSAN MASALAH	8
1.3. TUJUAN PENELITIAN	10
1.4. MANFAAT PENELITIAN	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
1.5. SISTEMATIKA PENELITIAN.....	12
BAB 2	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. KONSEP VARIABEL.....	14
2.1.1. <i>Relationship quality</i>	14
2.1.2. <i>Information Sharing</i>	20
2.1.3. <i>Supplier loyalty</i>	21
2.1.4. <i>Supplier Communication</i>	24
2.1.5. <i>Supplier quality</i>	26
2.2. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	28
2.2.1. Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Information Sharing</i>	28
2.2.2. Pengaruh <i>Commitment</i> terhadap <i>Information Sharing</i>	29
2.2.3. Pengaruh <i>Satisfaction with Organization</i> terhadap <i>Information Sharing</i>	30
2.2.4. Pengaruh <i>Satisfaction with Price</i> terhadap <i>Information Sharing</i>	30
2.2.5. Pengaruh <i>Satisfaction with Communication</i> terhadap <i>Information</i> <i>Sharing</i>	32

2.2.6. Pengaruh <i>Information Sharing</i> terhadap <i>Supplier Loyalty</i>	32
2.2.7. Pengaruh <i>Information Sharing</i> terhadap <i>Supplier Communication</i>	33
2.2.8. Pengaruh <i>Information Sharing</i> terhadap <i>Supplier Quality</i>	34
BAB 3	37
METODE PENELITIAN	37
3.1. Obyek Penelitian	37
3.2. Unit Analisis.....	38
3.3. Tipe penelitian.....	39
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5. Populasi dan Sampel	42
3.5.1. Penentuan jumlah sampel.....	42
3.5.2. Metode Penarikan Sampel	43
3.6. Metode Pengumpulan Data	44
3.6.1. Skala pengukuran <i>Trust/Kepercayaan</i>	46
3.6.2. Skala pengukuran <i>Commitment/Komitmen</i>	47
3.6.3. Skala pengukuran <i>Satisfaction with Price/Kepuasan atas Harga</i>	47
3.6.4. Skala pengukuran <i>Satisfaction with organization Support /Kepuasan atas Dukungan Organisasi</i>	48
3.6.5. Skala pengukuran <i>Satisfaction with communication /Kepuasan terhadap komunikasi</i>	49
3.6.6. Skala pengukuran <i>Information Sharing /Berbagi Informasi</i>	50
3.6.7. Skala pengukuran <i>Supplier Loyalty /Kesetiaan Pemasok</i>	51
3.6.8. Skala pengukuran <i>Supplier Communication /Komunikasi Pemasok</i> ..	52
3.6.9. Skala pengukuran <i>Supplier Quality /Kualitas Pemasok</i>	53
3.7. metode analisis data	53
3.7.1 <i>Outer Model</i>	54
3.7.2 <i>Inner Model</i>	54
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	57
3.8.1 Uji Validitas.....	58
3.8.2 Uji Reliabilitas	60
3.8.3 Uji Mediasi.....	60
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61

4.1 Profil Responden.....	61
4.1.1 Posisi/Jabatan Responden	61
4.1.2 Bidang Industri Responden.....	62
4.1.3. Lama Bekerja Responden di Perusahaan.....	63
4.1.4 Ukuran Perusahaan	64
4.2 ANALISIS DATA PENELITIAN	65
4.2.1. Analisis Deskriptif Variabel <i>Trust</i> (TR)	66
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel <i>Commitment</i> (CM).....	67
4.2.3. Analisis Deskriptif Variabel <i>Satisfaction with Price</i> (SP).....	68
4.2.4. Analisis Deskriptif Variabel <i>Satisfaction with Communication</i> (SC) .	68
4.2.5. Analisis Deskriptif Variabel <i>Satisfaction with Organization</i> (SO)	69
4.2.6. Analisis Deskriptif Variabel <i>Information Sharing</i> (IS)	70
4.2.7. Analisis Deskriptif Variabel <i>Supplier Loyalty</i> (SL)	71
4.2.8. Analisis Deskriptif Variabel <i>Supplier Communication</i> (SC).....	72
4.2.9. Analisis Deskriptif Variabel <i>Supplier Quality</i> (SQ).....	73
4.3. ANALISIS INFERENSIAL.....	74
4.3.1. Outer Model	74
4.3.2. Inner Model.....	85
4.4. Uji Hipotesis	90
4.4.1. <i>Trust</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>information sharing</i> (H1)	92
4.4.2. <i>Commitment</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>information sharing</i> H2)	92
4.4.3. Pengaruh <i>Satisfaction with organization</i> terhadap <i>information sharing</i> (H3)	92
4.4.4. Pengaruh <i>Satisfaction with price</i> terhadap <i>information sharing</i> (H4)	93
4.4.5. Pengaruh <i>Satisfaction with communication</i> terhadap <i>information</i> <i>sharing</i> (H5)	93
4.4.6. Pengaruh <i>Information sharing</i> terhadap <i>supplier loyalty</i> (H6)	94
4.4.7. Pengaruh <i>Information sharing</i> terhadap <i>supplier communication</i> (H7)	94
4.4.8. Pengaruh <i>Information sharing</i> terhadap <i>supplier quality</i> (H8)	94
4.5. Hasil Analisis IPMA	95
BAB 5	99

KESIMPULAN DAN SARAN	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Implikasi	100
5.2.1. Implikasi Teoritis	100
5.2.2. Implikasi Manajerial	101
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Berikutnya	102
DAFTAR PUSTAKA	104



DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Rangkuman Hipotesis	40
Tabel 3.1: Definisi Konseptual variabel Penelitian	44
Tabel 3.2: Penentuan ukuran sampel minimum	45
Tabel 3.3: Skala Likert	47
Tabel 3.4: Item skala pengukuran Trust/Kepercayaan	48
Tabel 3.5: Item skala pengukuran commitment/komitmen	49
Tabel 3.6: Item Skala pengukuran satisfaction with price/kepuasan atas harga ..	49
Tabel 3.7: Item Skala pengukuran satisfaction with organization support/kepuasan atas dukungan organisasi	50
Tabel 3.8: Item Skala pengukuran satisfaction with communication/kepuasan atas komunikasi	51
Tabel 3.9: Item Skala pengukuran information sharing/berbagi informasi	52
Tabel 4.1 Tabel klasifikasi responden berdasarkan posisi/jabatan	57
Tabel 4.2 Tabel klasifikasi bidang industri Perusahaan tempat responden bekerja	58
Tabel 4.3 Tabel klasifikasi responden berdasarkan lama bekerja	59
Tabel 4.4 Tabel klasifikasi responden berdasarkan ukuran perusahaan tempat responden bekerja	60
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Trust (TR)	64
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Commitment (CM)	65
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Satisfaction with Price (SP)	65
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Satisfaction with Communication (SC)....	66
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Satisfaction with Organization (SO).....	66
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Information Sharing (IS)	67
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Supplier Loyalty (SL)	68
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Supplier Communication (SCM)	69

Tabel 4.15 Hasil Outer Loadings Lower Order Constructs	73
Tabel 4.16 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability LOC	74
Tabel 4.17 Hasil AVE	77
Tabel 4.18. Hasil Outer Loadings Second/Higher Order Constructs.....	79
Tabel 4.19 Hasil Cronbach's Alpha dan Composite Reliability HOC	80
Tabel 4.20 Hasil Nilai AVE HOC	80
Tabel 4.21 Hasil Discriminant Validity HOC (Nilai HTMT)	81
Tabel 4.22 Nilai HTMT setelah bootstrapping	81
Tabel 4.23 Nilai VIF Inner Model	84
Tabel 4.24 Nilai R-square	85
Tabel 4.25 Tabel hasil F-Square	86
Tabel 4.26 Nilai Q-Square Predict	88
Tabel 4.27 Hasil significant of Path Coefficient	89
Tabel 4.28 Hasil analisis Importance Performance Map dan Strategi Perusahaan	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Penelitian	39
Gambar 4.1: Hasil Analisis Outer Model untuk Lower Order Constructs	71
Gambar 4.2: Visualisasi Outer Model untuk Higher Order Constructs	73
Gambar 4.3: Hasil pemetaan Importance Performance	94

