

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
PENGARUH INVESTASI SPESIFIK TERHADAP KINERJA ALIANSI HORIZONTAL DENGAN KOMUNIKASI SEBAGAI PEMODERASI.....	ix
PENGARUH INVESTASI SPESIFIK TERHADAP KINERJA ALIANSI HORIZONTAL DENGAN KOMUNIKASI SEBAGAI PEMODERASI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II DASAR TEORI.....	10
2.1. Teori Strategi Aliansi.....	10
2.2. Agensi Pemasaran.....	20
2.3. Perilaku Kooperatif.....	24
2.4. Perumusan Hipotesis.....	28
2.4.1. Pengaruh investasi spesifik terhadap kinerja aliansi.....	28

2.4.2. Peran komunikasi pada pengaruh investasi spesifik terhadap kinerja aliansi	29
2.5. Model penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
2.1. Strategi penelitian.....	33
2.2. Definisi Operasional dan pengukuran variabel.....	34
2.2.1. Investasi Spesifik.....	34
2.2.2. Komunikasi.....	35
2.2.3. Kinerja Aliansi.....	36
2.3. Desain Pengambilan sampel.....	36
2.3.1. Metode pengambilan sampel.....	36
2.3.2. Populasi dan sampel.....	37
2.3.3. Ukuran sampel.....	38
2.4. Objek penelitian.....	39
2.5. Metode pengumpulan data.....	39
2.6. Instrumen Penelitian.....	40
2.7. Pengujian Instrumen.....	41
2.7.1. Uji Validitas.....	41
2.7.2. Uji Realibilitas.....	42
2.7.3. Statistik Deskriptif.....	43
2.8. Metode Analisis Data.....	44
2.8.1. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	44
2.8.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Hasil Pengumpulan Data.....	48
4.2. Profil Responden.....	50
4.2.1. Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	51

4.2.2. Data responden berdasarkan usia.....	51
4.2.3. Data responden berdasarkan posisi pekerjaan.....	52
4.2.4. Data responden berdasarkan durasi kerja dengan agensi pemasaran.....	53
4.3. Hasil Uji Instrumen.....	54
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	54
4.3.2. Hasil Uji Realibilitas.....	58
4.3.3. Statistik Deskriptif.....	59
4.4. Pengujian Hipotesis.....	61
4.4.1. Pengujian Hipotesis 1.....	61
4.4.2. Pengujian Hipotesis 2.....	63
4.5. Pembahasan.....	67
BAB V PENUTUP.....	72
5.1. Simpulan.....	72
5.2. Implikasi.....	73
5.2.1. Implikasi Praktis.....	73
5.2.2. Implikasi Teoritis.....	74
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Item Pengukuran Variabel Investasi Spesifik.....	34
Tabel 3.2 Item Pengukuran Variabel Komunikasi.....	35
Tabel 3.3 Item Pengukuran Variabel Kinerja Aliansi.....	36
Tabel 4.1 Hasil Distribusi Kuesioner Penelitian.....	50
Tabel 4.2 Data responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4.3 Data responden berdasarkan usia.....	51
Tabel 4.4 Data responden berdasarkanposisi pekerjaan.....	52
Tabel 4.5 Data responden berdasarkan durasi kerja sama dengan agensi pemasaran	53
Tabel 4.6 Hasil uji validitas KMO dan Bartlett's Test.....	55
Tabel 4.7 Hasil uji validitas Anti-image Matrices.....	56
Tabel 4.8 Hasil uji validitas Corrected Item-Total Correration.....	57
Tabel 4.9 Hasil uji realibilitas.....	58
Tabel 4.10 Hasil Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.11 Hasil Statistik Deskriptif.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi atau Adjusted R^2 H1.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (t) H1.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi atau Adjusted R^2 H2.....	63
Tabel 4.15 Perbandingan Hasil Uji Koefisien Determinasi atau Adjusted R^2 pada H1 dan H2.....	64
Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (t) H2.....	65
Tabel 4.17 Perbandingan Hasil Uji Regresi pada H1 dan H2.....	66
Tabel 4.18 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Dampak Investasi Spesifik terhadap Kinerja Aliansi dengan Komunikasi sebagai Pemoderasi.....	71