



Daftar Isi

Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Abstrak	viii
Abstract	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Lingkup Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II. LANDASAN TEORI	9
2.1. Strategi Aliansi	9
2.2. Pengukuran Kinerja Aliansi	14
2.3. Teori Pendukung	23
2.3.1. Teori Berbasis Sumber Daya	23
2.3.2. Teori Sinergi (Theory of Synergy)	25
2.3. Kajian Penelitian Sebelumnya	27
2.4. Rerangka Penelitian	28
BAB III. METODE PENELITIAN	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian	29
3.3. Instrumen Penelitian	29
3.3.1. Informan Penelitian	29
3.3.2. Pengumpulan data	31
3.3.3. Metode Analisis Data	32
3.5. Profil Perusahaan	36
3.5.1. PT DMI	36
3.5.3. Profil Konsumen	38
3.5.4. Profil Industri	39
3.5.5. Partner Lokal	42
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Deskripsi Data	45
4.2. Pembahasan	51
4.2.1. Analisis Kinerja Aliansi dari Aspek Keuangan (<i>Financially Fit</i>)	51
4.2.2. Analisis Kinerja Aliansi dari Aspek Strategi (<i>Strategic Fit</i>)	54
4.2.3. Analisis Kinerja Aliansi dari Aspek Operasional (<i>Operasional Fit</i>)	60
4.2.4. Analisis Kinerja Aliansi dari aspek Relasi (<i>Relationship Fit</i>)	64
BAB V. SIMPULAN	73
5.1. Simpulan	73
5.2. Implikasi	74
Daftar Pustaka	77



Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Matrik Performa Aliansi, Siebel Systems.....	16
Tabel 2. 2 Ringkasan Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 3. 1 Daftar Informan	30
Tabel 4. 1 Daftar Konsumen Loyal Tahun 2011-2015	60
Tabel 4. 2 Distribusi Area Tahun 2011-2015	64
Tabel 4. 3 Kode Axial dan Kode Terbuka	70



Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Gap Analysis	9
Gambar 2. 2 Bentuk Organisasi dalam Rangkaian Integrasi	10
Gambar 2. 3 Rerangka Penelitian	28
Gambar 3. 1 Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	33
Gambar 3. 2 Kategori Pelanggan PT DMI.....	37
Gambar 3. 3 Segmen Pasar Rumah Sakit dan Bidang Aplikasi	38
Gambar 3. 4 Komposisi Impor Alat Kesehatan Indonesia	41
Gambar 3. 5 Struktur Pasar Alat Medis di Indonesia	41
Gambar 3. 6 Otoritas Wilayah Distributor.....	42
Gambar 3. 1 Komponen-Komponen Analisis Data Model Interaktif.....	33
Gambar 3. 2 Kategori Pelanggan PT DMI.....	37
Gambar 3. 3 Segmen Pasar Rumah Sakit dan Bidang Aplikasi	38
Gambar 3. 4 Komposisi Impor Alat Kesehatan Indonesia	41
Gambar 3. 5 Struktur Pasar Alat Medis di Indonesia	41
Gambar 3. 6 Otoritas Wilayah Distributor.....	42