

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	8
1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	9
1.5.1 Lokasi Penelitian	9
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Innovation Capability.....	10
2.1.1.1 Pengertian Innovation Capability.....	10
2.1.1.2 Indikaator Innovation Capability	11
2.1.2 Value Co-Creation	13

2.1.2.1	Pengertian Value Co-Creation	13
2.1.2.2	Indikator Value Co-Creation.....	14
2.1.3	Positional Advantage	16
2.1.2.1	Pengertian Positional Advantage	16
2.1.2.2	Dimensi Positional Advantage.....	17
2.1.4	Service Advantage	19
2.1.2.1	Pengertian Service Advantage.....	19
2.1.2.2	Indikator Service Advantage	20
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.3	Kerangka Pemikiran.....	23
2.3.1	Kerangka Konsep Penelitian	23
2.3.2	Hipotesis.....	27
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		28
3.1	Objek Penelitian.....	28
3.2	Metode Penelitian	28
3.2.1	Operasional Variabel.....	29
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.2.1	Jenis Data dan Sumber	31
3.2.2.2	Populasi Sasaran	31
3.2.2.3	Penentuan Sampel.....	31
3.2.2.4	Teknik Sampling.....	32
3.2.3	Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3	Model Penelitian	33
3.4	Teknik Analisis Data.....	34
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	34
3.4.2	Pengembangan Path Diagram	35
3.4.3	Konversi Path Dalam Persamaan	37
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Estimasi Model	38
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi	38

3.4.6	Asumsi SEM	39
3.4.7	Evaluasi Kinerja Goodness-of-Fit.....	40
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas.....	42
3.4.9	Evaluasi atas Regression Weight	43
3.4.10	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Hasil Penelitian	45
1.1.1	Analisis Deskriptif Responden.....	45
4.1.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.1.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
4.1.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.1.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	48
1.1.2	Analisis Deskriptif Variabel	49
1.1.2.1	Frekuensi Jawaban Variabel Innovation Capability.....	51
1.1.2.2	Frekuensi Jawaban Variabel Value Co-Creation	53
1.1.2.3	Frekuensi Jawaban Variabel Positional Advantage.....	56
1.1.2.4	Frekuensi Jawaban Variabel Service Advantage.....	60
1.1.3	Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	62
1.1.3.1	Uji Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis)...	63
1.1.3.2	Evaluasi Atas Asumsi-asumsi SEM	67
1.1.3.3	Evaluasi Kinerja Goodness-of-Fit	71
1.1.3.4	Uji Validitas dan Reabilitas	73
1.1.3.5	Pengujian Hipotesis	77
1.1.3.6	Interpretasi dan Modifikasi Model	80
1.1.3.7	Pengujian Mediasi Variabel.....	81
4.2	Pembahasan	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		86
5.1	Simpulan	86
5.2	Saran	87

5.2.1	Saran Bagi Praktisi	87
5.2.2	Saran Bagi Akademisi	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		93
RIWAYAT HIDUP		118