

**PENGARUH KOMUNIKASI & KOMITMEN TERHADAP  
KUALITAS STRATEGI ALIANSI PADA BISNIS COUNTER  
HAND PHONE (HP) DI YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

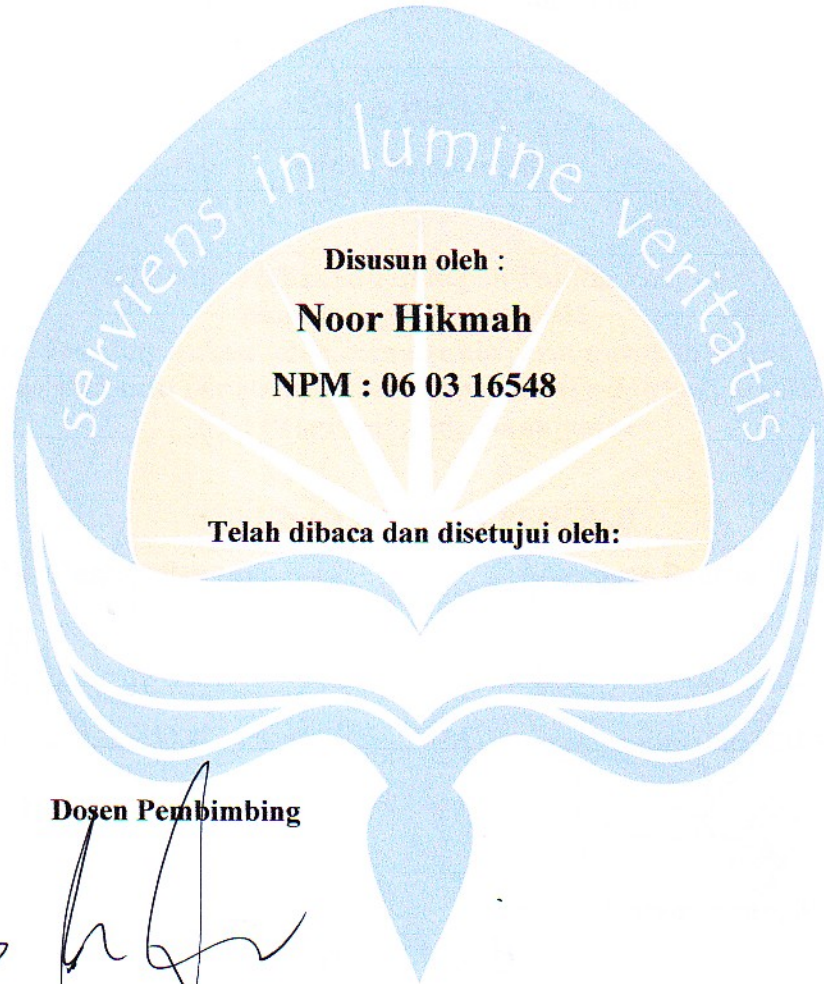
**Noor Hikmah**

**NPM : 06 03 16548**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
JUNI 2011**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMUNIKASI & KOMITMEN TERHADAP  
KUALITAS STRATEGI ALIANSI PADA BISNIS COUNTER  
HAND PHONE (HP) Di YOGYAKARTA**



**Disusun oleh :**

**Noor Hikmah**

**NPM : 06 03 16548**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Dosen Pembimbing**

A handwritten signature in black ink, appearing to be "E. Kusumadmo", is written over the text "Dosen Pembimbing". The signature is fluid and cursive.

**E. Kusumadmo, MM., Ph. D.**

**Tanggal 2 Mei 2011**

# SKRIPSI

## PENGARUH KOMUNIKASI & KOMITMEN TERHADAP KUALITAS STRATEGI ALIANSI PADA BISNIS COUNTER HAND PHONE (HP) DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Noor Hikmah

NPM : 06 03 16548

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji  
pada tanggal 7 Juni 2011  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima  
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi  
(S1) Program Studi Manajemen


### SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

  
E. Kusumadmo, MM., Ph. D

Anggota Panitia Penguji

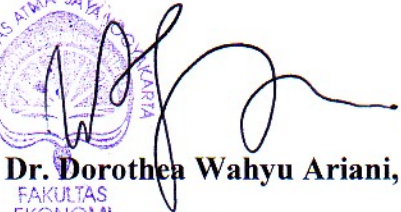
  
M. Parnawa putranta, MBA., Ph. D

  
Drs. D. Koeshartono, MM

Yogyakarta, 7 Juni 2011

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



  
Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH KOMUNIKASI & KOMITMEN  
TERHADAP KUALITAS STRATEGI ALIANSI PADA BISNIS  
COUNTER HAND PHONE (HP) DI YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Mei 2011

Yang menyatakan,



Noor Hikmah

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta hidayah-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Tugas akhir ini merupakan salah satu pemenuhan atas syarat perolehan gelar Sarjana Strata 1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Bapak E. Kusumadmo, MM., Ph. D., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pada penulis.
3. Abah dan Mama tercinta, yang telah berkenan memberikan dorongan doa, kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai. Gelar SE ini adalah persembahan dari nanda yang terbaik dan sebagai buah manis atas pengorbanan kalian.
4. Saudara-saudaraku (Ayi & Yanti) yang selalu memberikan motivasi kepadaku.

5. My Lovely, thanks banget atas kesabarannya selama ini.
6. Keluarga baru ku Cik Iin, Pak Riyo, Anya Odessa & Mbak tini yang selalu menyemangati ku hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
7. Teman-teman seperjuanganku angkatan 2006 dan para sahabat yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa Berkenan memberikan berkat kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

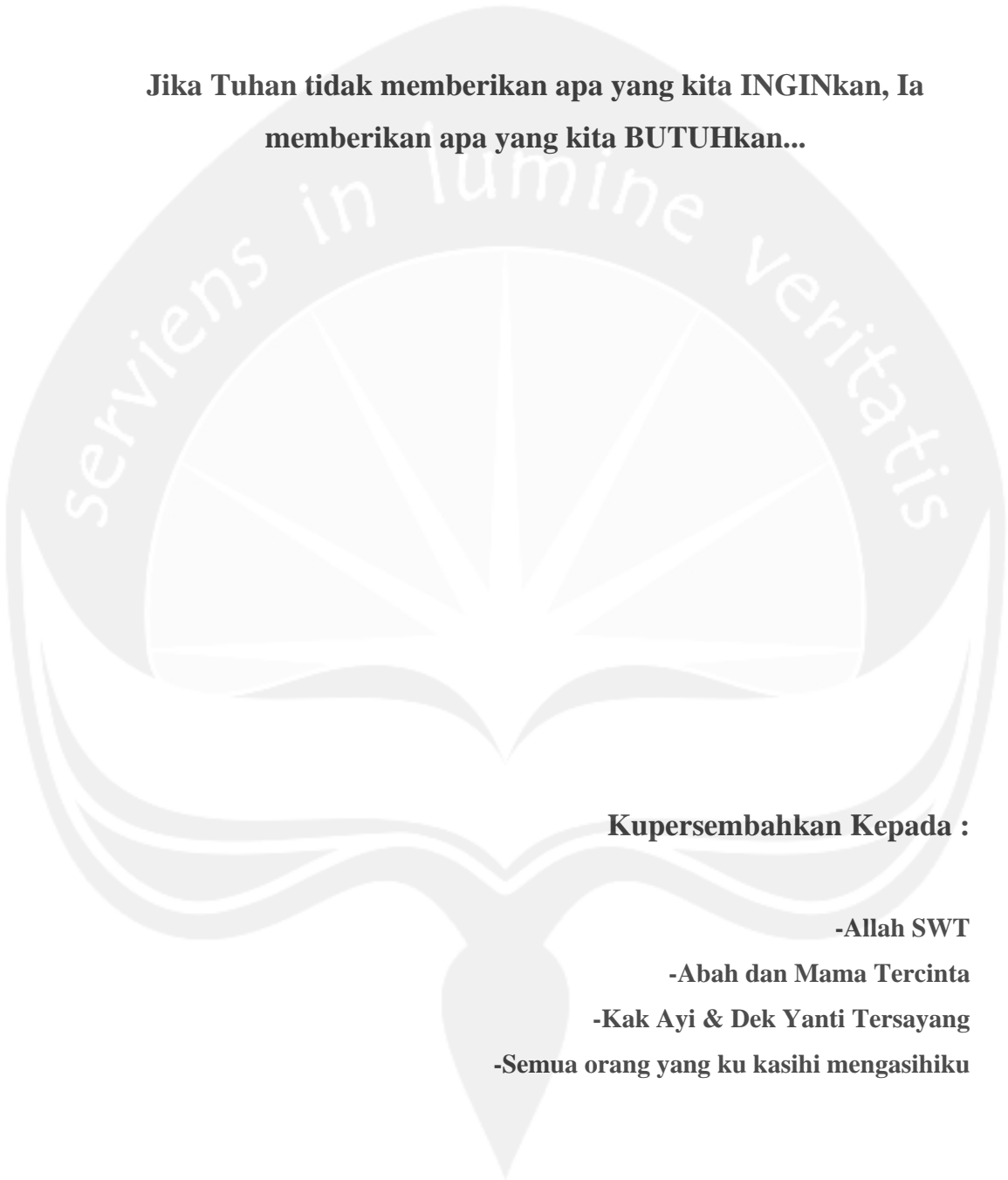
Yogyakarta, Mei 2011

Penulis

Noor Hikmah

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**Jika Tuhan tidak memberikan apa yang kita INGINkan, Ia  
memberikan apa yang kita BUTUHKan...**



**Kupersembahkan Kepada :**

- Allah SWT
- Abah dan Mama Tercinta
- Kak Ayi & Dek Yanti Tersayang
- Semua orang yang ku kasihi mengasihiku

## DAFTAR ISI

|   | Halaman  |
|---|----------|
| Halaman Judul .....                           | i        |
| Halaman Persetujuan Pembimbing .....          | ii       |
| Halaman Pengesahan Skripsi .....              | iii      |
| Halaman Pernyataan .....                      | iv       |
| Kata Pengantar .....                          | v        |
| Halaman Motto Dan Persembahan .....           | vii      |
| Daftar Isi .....                              | viii     |
| Daftar Tabel .....                            | x        |
| Daftar Gambar.....                            | xi       |
| Daftar Lampiran .....                         | xii      |
| Intisari .....                                | xiii     |
| <br>  |          |
| <b>BAB I Pendahuluan .....</b>                | <b>1</b> |
| I.1. Latar Belakang .....                     | 1        |
| I.2. Rumusan Masalah .....                    | 5        |
| I.3. Batasan Masalah .....                    | 5        |
| I.4. Tujuan Penelitian .....                  | 6        |
| I.5. Manfaat Penelitian .....                 | 6        |
| I.6. Sistematika Penulisan .....              | 7        |
| <br>  |          |
| <b>BAB II Landasan Teori .....</b>            | <b>9</b> |
| II.1. Definisi Strategi Aliansi .....         | 9        |
| II.2. Keuntungan Aliansi Strategis.....       | 14       |
| II.3. Penggunaan Aliansi Strategis.....       | 16       |
| II.4. Perencanaan Aliansi yang Berhasil ..... | 16       |
| II.5. Tipe Aliansi Strategis .....            | 18       |
| II.6. Komunikasi .....                        | 20       |
| II.7. Komitmen .....                          | 25       |

|   |           |
|---|-----------|
| II.8. Komunikasi dan Kualitas Strategi Aliansi .....                              | 28        |
| II.9. Komitmen dan Kualitas Strategi Aliansi .....                                | 31        |
| II.10. Penelitian Terdahulu.....  | 32        |
| II.11. Kerangka Pemikiran Penelitian .....  | 35        |
| II.12. Hipotesis.....   | 35        |
| <b>BAB III Metode Penelitian .....</b>  | <b>37</b> |
| III.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....  | 37        |
| III.2. Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel .....                               | 37        |
| III.3. Metode Pengumpulan Data .....  | 40        |
| III.4. Metode Pengukuran Data .....   | 41        |
| III.5. Metode Pengujian Intrumen .....  | 42        |
| III.6. Metode Analisis Data .....   | 43        |
| <b>BAB IV Analisis Data .....</b>   | <b>46</b> |
| IV.1. Penjelasan Penelitian .....   | 46        |
| IV.2. Pengujian Intrumen .....  | 46        |
| IV.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden .....                            | 48        |
| IV.4. Pengaruh Komunikasi dan Komitmen Terhadap Kualitas Strategi<br>Aliansi..... | 52        |
| IV.5. Pembahasan.....   | 56        |
| IV.6. Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu .....                                 | 60        |
| <b>BAB V Penutup .....</b>  | <b>62</b> |
| V.1. Kesimpulan .....   | 62        |
| V.2. Implikasi Manajerial .....   | 63        |
| V.3. Saran.....   | 65        |
| V.4. Keterbatasan Penelitian .....  | 66        |
| <b>Daftar Pustaka .....</b>   | <b>68</b> |

## DAFTAR TABEL

|  | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....   | 32      |
| Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....  | 47      |
| Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....   | 48      |
| Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden.....                                      | 49      |
| Tabel 4.10. Pengaruh Komunikasi & Komitmen terhadap Kualitas Strategi<br>Aliansi ..... | 53      |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 2.1. Indikator Variabel Kesuksesan Aliansi .....             | 16      |
| Gambar 2.2. Variabel Kualitas Strategi Aliansi & Indikatornya ..... | 20      |
| Gambar 2.3. Variabel Komunikasi & Indikatornya .....                | 24      |
| Gambar 2.4. Variabel Komitmen & Indikatornya .....                  | 28      |
| Gambar 2.5. Kerangka Pemikiran Penelitian .....                     | 35      |

## DAFTAR LAMPIRAN

|          |     |                              |
|----------|-----|------------------------------|
| Lampiran | I   | Kuesioner                    |
| Lampiran | II  | Validitas dan Reliabilitas   |
| Lampiran | III | Data Demografi Responden     |
| Lampiran | IV  | Analisis Regresi             |
| Lampiran | V   | Data Jawaban Responden       |
| Lampiran | VI  | Tabel Distribusi R, T, dan F |

# **PENGARUH KOMUNIKASI & KOMITMEN TERHADAP KUALITAS STRATEGI ALIANSI PADA BISNIS COUNTER HAND PHONE (HP) DI YOGYAKARTA**

**Disusun oleh :  
Noor Hikmah  
NPM : 06 03 16548**

**Pembimbing  
E. Kusumadmo, MM., Ph. D.**

## **Abstrak**

Penelitian-penelitian mengenai kualitas strategi aliansi pembeli-pemasok dengan menginvestigasi sifat dasar hubungan pembeli-penjual dari perspektif atau sudut penjual dan kurang menekankan pada perspektif atau sudut pembeli seperti ketepatan, kualitas dan efektivitas dalam pembelian (Julie J. Gentry, 1996), sehingga kepentingan pembeli kurang mendapat perhatian.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunikasi dan komitmen terhadap strategi aliansi pada bisnis counter hand phone (HP) di Yogyakarta. Sampel penelitian adalah industri kecil menengah Bisnis Counter HP di Yogyakarta. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Product Moment of Correlation* dan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach's*. Pada bagian kedua terdiri dari analisis Persentase dan analisis Regresi untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas strategi aliansi, dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas strategi aliansi

**Kata kunci :** Komunikasi, Komitmen, Kualitas Strategi Aliansi,