

DAFTAR ISI

ABSTRAK	II
ABSTRACT	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	5
I.3 Tujuan Masalah	5
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian	6
I.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
II.1 Literatur Terkait	8
II.1.1 Supply Chain dan Supply Chain Management	8
II.1.2 Manajemen Pengadaan	10
II.1.3 Purchasing.....	12
II.1.4 <i>Supply Positioning Model</i>	13
II.1.5 Analytical Hierarchy Process.....	15
II.1.6 <i>Multidimensional Scaling</i>	16
II.1.7 <i>Supplier Buyer Relationship</i>	16
II.2 Alasan Pemilihan Teori	21
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	26
III.1 Sistematika Perancangan	27
III.1.1 Tahap Identifikasi	27
III.1.2 Tahap Pengumpulan Data	28
III.1.3 Tahap Pengolahan Data	29
III.1.4 Tahap Analisis dan Kesimpulan	29

III.2 Batasan dan Asumsi Penelitian	30
III.2.1 Batasan Penelitian.....	30
III.2.2 Asumsi Penelitian	30
III.3 Identifikasi Komponen Sistem Integrasi	30
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	31
IV.1 Pengumpulan Data	31
IV.1.1 Identifikasi Kriteria.....	31
IV.1.2 <i>Scoring Scale</i>	34
IV.2 Pengolahan Data	43
IV.2.1. Perhitungan AHP	43
IV.2.2. <i>Multidimensional Scaling (MDS)</i>	48
BAB V ANALISIS	52
V.1 Verifikasi dan Validasi	52
V.1.1 Verifikasi.....	52
V.1.2 Validasi	54
V.2 Analisis Hasil	54
V.2.1 Analisis AHP	54
V.2.2 Analisis <i>Supply Positioning Model</i>	56
V.2.3 Rekomendasi Strategi Pembelian Baru.....	62
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	63
VI.1 Kesimpulan	63
VI.2 Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	69