

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

BAB 7

SIMPULAN DAN SARAN

7.1 Simpulan

Beberapa simpulan dapat ditarik dari hasil estimasi dan pengujian hipotesis sebagai berikut:

- ❖ Keunikan sumberdaya secara signifikan berpengaruh langsung pada kepercayaan dan komunikasi (Hipotesis 4 dan hipotesis 6 diterima).
- ❖ Kesamaan keunikan sumberdaya secara signifikan berpengaruh langsung pada kepercayaan, komitmen dan komunikasi (Hipotesis 7, hipotesis 8 dan hiotesis 9 diterima).
- ❖ Kesamaan budaya secara signifikan berpengaruh langsung pada kepercayaan dan komitmen (Hipotesis 10 dan hipotesis 11 diterima).
- ❖ Keunikan sumberdaya secara signifikan berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 1 diterima).
- ❖ Kesamaan keunikan sumberdaya tidak berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 2 ditolak).
- ❖ Kesamaan budaya tidak berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 3 ditolak).
- ❖ Keunikan sumberdaya tidak berpengaruh langsung pada komitmen (Hipotesis 5 ditolak).

- ❖ Kesamaan budaya tidak berpengaruh langsung pada komunikasi (Hipotesis 12 ditolak).
- ❖ Kepercayaan secara signifikan berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 13 diterima).
- ❖ Komitmen tidak berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 14 ditolak).
- ❖ Komunikasi secara signifikan berpengaruh langsung pada performansi aliansi (Hipotesis 15 diterima).
- ❖ Keunikan sumberdaya yang dimediasi oleh kepercayaan dan komunikasi secara signifikan berpengaruh tidak langsung pada performansi aliansi.
- ❖ Kesimetrisan keunikan sumberdaya yang dimediasi oleh kepercayaan dan komunikasi secara signifikan berpengaruh tidak langsung pada performansi aliansi.
- ❖ Kesimetrisan budaya yang dimediasi oleh kepercayaan secara signifikan berpengaruh tidak langsung pada performansi aliansi.
- ❖ Bahwa kepercayaan dan komunikasi secara signifikan berpengaruh langsung pada performansi aliansi.

7.2 Saran

7.2.1 Bagi perusahaan yang akan beraliansi

- ❖ Perusahaan yang akan beraliansi perlu mengidentifikasi jenis dan tingkat keunikan dari sumberdaya yang akan dibawa oleh perusahaan dan partner ke dalam aliansi.
- ❖ Perusahaan yang akan beraliansi perlu memperhatikan kesimetrisan tingkat keunikan sumberdaya dan kesimetrisan budaya karena kedua variabel ini secara signifikan berpengaruh tidak langsung pada performansi.
- ❖ Perusahaan yang akan beraliansi tidak perlu takut apabila ketiga faktor di atas tidak maksimal. Ketiga faktor di atas bersifat dinamis dan dapat dibangun.

7.2.2 Bagi perusahaan yang sedang beraliansi

- ❖ Perusahaan perlu meningkatkan keunikan dari sumberdaya yang dikontribusikan jika terjadi perubahan keunggulan bersaing. Jika keunikan sumberdaya semakin meningkat maka performansi aliansi semakin meningkat. Perubahan keunggulan bersaing mengakibatkan tingkat keunikan dari satu atau beberapa sumberdaya menurun sehingga harus ditingkatkan. Proses ini mempertahankan dan meningkatkan kesimetrisan keunikan sumberdaya. Keunikan dan kesimetrisan keunikan sumberdaya memiliki pengaruh pada performansi.

- ❖ Dari hasil penelitian, kepercayaan dan komunikasi dipengaruhi secara langsung oleh aspek struktural. Dalam perhitungan kausalitas terdapat faktor *error* yaitu D1 dan D3. Hal ini menunjukkan tingkat kepercayaan dan komunikasi tidak hanya dipengaruhi oleh aspek struktural saja tetapi juga oleh beberapa faktor lain yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini. Beberapa faktor tersebut kemungkinan merupakan inisiatif atau keinginan dari tiap perusahaan. Tiap perusahaan dalam sebuah aliansi diharapkan memiliki keinginan untuk membangun kepercayaan dan komunikasi karena 2 faktor ini memiliki pengaruh langsung yang signifikan pada performansi.

7.2.3 Bagi peneliti selanjutnya

- ❖ Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian di Indonesia. Karena *joint venture* yang terdaftar di BEJ hanya 46 perusahaan, peneliti selanjutnya dapat menggunakan *joint venture* baik yang terdaftar maupun yang tidak terdaftar. Indikator performansi harus diubah dari indikator kuantitatif menjadi indikator kualitatif seperti *longevity*, *goal accomplishment* dan lain-lain. Kelemahan indikator kualitatif ini adalah validitas yang rendah.
- ❖ Jika penelitian ini dilakukan di Indonesia maka hasilnya mungkin berbeda dengan penelitian ini.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Anderson, James C., and James A. Narus. 1990. "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships." *Journal of Marketing* 54 (1): 42-58.
- Anderson, Erin, and Barton Weitz. 1992. "The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels." *Journal of Marketing Research* 29: 18-34.
- Anderson, J.C. and D.W. Gerbing. 1998. "Structural Equation Modeling in Practise : A Review and Recommendet Two Step Approach". *Psychological Bulletin*, 1993(3):411-423.
- Arbuckle, J. L. 1997. *Amos Users' Guide, Version 3.6*. Chicago: Smallwaters Corporation.
- Aulakh, Preet S., Masaaki Kotabe, and Arvind Sahay. 1996. "Trust and Performance in Cross Border Marketing Partnerships: A Behavioral Approach." *Journal of International Business Studies* 27 (5): 1005-1032.
- Badaracco, Joseph L. Jr. 1991. *The Knowledge Link: How Firms Compete Through Strategic Alliances*. Bostons: Havard Business School.
- Barney, Jay B. 1991. "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage." *Journal of Management* 17 (1): 99-120.
- Bentler, P. M., and Chou, C. P. 1993. Some New Covariance Structure Model In K.A. Bollen and J.S. long (Eds.), *Testing structural Equation Models*. California, London, New Delhi: Sage Publications Inc.

- Berenson, Mark L., and David M. Levine. 1998. *Business Statistics*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Bradach, Jeffrey L., and Robert G. Eccles. 1989. "Price, Authority, and Trust: From Ideal Types to Plural Forms." *American review of Sociology* 15: 97-118.
- Brigham, Eugene F., and Joel F. Houston. 2004. *Fundamentals of Financial Management*. Ohio: South-Western.
- Browne, M. W., and Cudeck, R. 1993. Alternative Ways of Assessing Model Fit In K.A. Bollen and J.S. long (Eds.), *Testing structural Equation Models*. California, London, New Delhi: Sage Publications Inc.
- Bucklin, Louis P., and Sanjit Sengupta. 1993. "Organizing Successful Co-Marketing Alliances." *Journal of Marketing* 57 (April): 32-46.
- Buzzell, R. D., and Bradley T. Gale. 1987. *The PIMS (Profit Impact of Marketing strategy) Principles*. New York: The Free Press.
- Cry, D. 1995. "Human Resource Management in Joint Ventures." *Organization Studies* 15(1):207-226.
- Cry, D, and J, Schneider, S, C. 1996. "Implications for learning: Human Resource Management in East-West Joint Ventures." *Organization Studies* 17(2):207-226.
- Cullen, John B., Jean L. Johnson, and Tomaki Sakano. 2000. "Success Through Commitment and Trust: The Soft Side of Strategic Alliance Management." *Journal of World Business* 35 (3): 223-240.

- Dierickx, Ingemar, and Karel Cool. 1989. "Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage." *Management Science* 35 (12): 1504-1513.
- Doz, Yves L., and Gary Hamel. 1998. *Alliance Advatage: the Art of Creating Value through Partnering*. Boston: Havard Business School Press.
- Dyer, Jeff H. and Harbir Singh. 1998. "The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Inter-Organizational Competitive Advan-tage." *The Academy of Management Review* 23 (4): 660-679.
- Dwyer, Robert F., Paul H. Schurr, and Sejo Oh. 1987. "Developing Buyer-Seller Relationships." *Journal of Marketing* 51 (April): 11-27.
- Evans, F.B. 1963. "Seling as a Dyadic Relationship: A New Approach." *American Behavioral Scientist* 6 (May): 76-79.
- Farrel, James L., and Russel J. Fuller. 1987. *Modern Investments and Security Analysis*. New York: McGraw-Hill inc.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fischer, Donald E., and Ronald J. Jordan. 1995. *Security Analysis and Portfolio Management*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Friedmann, Wolfgang G., and John-Pierre Benguin. 1971. *Joint International Business Ventures in Developing Countries*. New York: Columbia University Press.

- Gujarati, D. M. 1995. *Basic Econometrics* (First ed.). New York: McGrawHill Book Company.
- Gulati, Ranjay, Tarun Khanna, and Nitin Nohria. 1994. "Unilateral Commitments and The Importance of Process in Alliances." *Sloan Management Review* 35 (3): 61-69.
- Hair, J.F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W.C. (1995). *Multivariate Data Analysis* (Fourth ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Harrigan, Kathryn R. 1985. *Strategies for Joint Ventures*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Heide, Jan B., and George John. 1992. "Do Norms Matter in Marketing Relationships?" *Journal of Marketing* 56: 32-44.
- Heide, Jan B. 1994. "International Governance in Marketing Channels." *Journal of Marketing* 58 (1):71-85
- Hitt, Michael A., Tina M. Dacin, Edward Levitas, Jean-Luc Arregle, and Anca Bozra, 2000. "Partner Selection in Emerging and Developed Market Context: Resource-based and Organizational Learning Prospective." *Academy of Management Journal* 43 (3): 449-467.
- Hosmer, LaRue Tone. 1995. "Trust: The Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophical Ethics". *Academy of Management Review* 20 (2): 370-403.

- Hulland, J., Chow, Y. H., and Lam, S. 1996. "Use of Causal Models in Marketing Research: A Review." *International Journal of Research in Marketing* 13:181-197.
- Johnson, Jean L., John B. Cullen, Tomoaki Sakano, and Hideyuki Takenouchi. 1996. "Setting Stage for Trust and Strategic Integration in Japanese-US. Cooperative Alliances." *Journal of International Business Studies* 27 (5): 981-1004
- Johnson, Richard A., and D. W. Wichern. 2002. *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Joreskog, K. G., and D. Sorbom (1988), *LISREL VII: Analysis of Linear Structure Relationship by The Method of Maximum Likelihood*. Mooresville: Scientific Software.
- Killing, J. Peter. 1983. *Strategies for Joint Venture Success*. London: Croom Helm.
- Koza, Mitchell P., and Arie Y. Lewin 1998. "The Co-Evolution of Strategic Alliances". *Organizational Science* 9 (3): 255-264.
- Leithold, Louis. 1991. *The Calculus with Analytic Geometry*. London: Harper & Row.
- Madhok, Anoop. 1995. "Revisiting Multinational Firms' Tolerance for Joint Ventures: A Trust-Based Approach." *Journal of International Business Studies* 26 (1): 117-138.
- Madhok and Stephen B. Tallman. 1998. "Resources, Transactions, and Rents: Managing Value Through Interfirm Collaborative Relationships." *Organizational Science* 9 (3): 326-339.

- Maholtra, N. K. 1996. *Marketing Research*. London: Prentice Hall International Inc.
- Mohr, Jakki, and John R. Nevin. 1990. "Communication Strategies in Marketing Channels: A Theoretical Perspective." *Journal of Marketing* 50 (October): 36-51.
- Mohr, Jakki, and Robert Speakman. 1994. "Characteristic of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques." *Strategic Management Journal* 15 (2): 135-152.
- Mohr, Jakki, Robert J. Fisher, and John R. Nevin. 1996. "Collaborative Communication in Interfirm Relationships: Moderating Effects of Integration and Control." *Journal of Marketing* 60 (July): 103-115.
- Morgan, Robert M., and Shelby D. Hunt. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing* 58 (3): 20-38.
- Oliver, Christine. 1990. "Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions." *Academy of Management Review* 15:241-265.
- Parke, Arvind. 1991. "Interfirm Diversity, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Alliances." *Journal of International Business Studies* 20:579-601.
- Parkhe, A., and Ungson 1997. "Interfirm Diversity, Organizational Learning, and Longevity in Global Strategic Joint Ventures." *Journal of International Business Studies* 10:59-77.
- Robins, Stephen P. 2003. *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

- Sakar, Mitrabarun, S., Tamer Cavusgil and Cuneyt Evirgen. 1997. "The Commitment-Trust Framework in International Collaborative Ventures." *Cooperative Strategies: North American Perspectives* (1) 255-285.
- Sarkar, Mitrabarun, S., Raj Echambadi, and Jeffrey Harrison. 2001. "Alliance Entrepreneurship and Firm Market Performance." *Strategic Management Journal* 22 (6/7): 701-711.
- Smith, J. Brook, and Donald W. Barclay. 1997. "The Effect of Organizational Differences and Trust on the Effectiveness of Selling Partner Relationships." *Journal of Marketing* 61 (1): 3-21.
- Spiegel, Murray R., and Hans J. Wespakrik. 1984. *Theory and Problems of Vector Analysis*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Stump, Rodney, and Jan B. Heide. 1996. "Controlling Supplier Opportunism in Industrial Relationships." *Journal of Marketing Research* 33 (November): 431-441.
- Tabachnick, B. G., and L. S. Fidell. 1996. *Using Multivariate Statistics* (Third ed.). New York: Harpoer Collings College Publishers.
- Tanaka, J. S., and Huba. 1993. Multifaceted Conceptions of Fit in structural Equation Modeling In K. A. Bollen and J. S. Long (Eds.), *Testing Structural Equation Models*. California, London, New Delhi: Sage Publications Ltd.
- Webster, Allen L. 1998. *Applied Statistics for Business and Economics*. New York: McGrawHill Book Company.

Wilson, David T. 1995. "An Integrated Model of Buyer-Seller Relationships."
Journal of the Academy of Marketing Science 23 (4): 335-345.