

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan	v
Abstract	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
BAB II : TELAAH PUSTAKA	15
2.1 Telaah Pustaka.....	15
2.1.1 Resource Based View.....	15
2.1.2 Kinerja Perusahaan	16
2.1.3 Keunggulan Bersaing	17
2.1.4 Faktor Manajerial	18
2.1.5 Customer Relatinship Management	19
2.2 Pengembangan Model	20

2.2.1	Pengaruh Faktor Manajerial terhadap Keunggulan Bersaing...	20
2.2.2	Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Keunggulan Bersaing	21
2.2.3	Pengaruh Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Perusahaan	22
2.2.4	Pengaruh Faktor Manajerial terhadap Kinerja Perusahaan	23
2.2.5	Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Keunggulan Bersaing	24
2.3	Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Penelitian Teoritis	27
2.5	Definisi Operasional Variabel	27
2.5.1	Indikator Variabel Faktor Manajerial	28
2.5.2	Indikator Variabel Customer Relationship Management	29
2.5.3	Indikator Variabel Keunggulan Bersaing	30
2.5.4	Indikator Variabel Kinerja Perusahaan	31
BAB III : METODE PENELITIAN		33
3.1	Jenis dan Sumber Data	33
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4	Uji Reliabilitas dan Validitas	36
3.4.1	Uji Validitas	36
3.4.2	Uji Reliabilitas	36
3.5	Teknik Analisis Data	37
3.6	Uji Normalitas Data	42
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		43
4.1	Gambaran Umum Responden	43
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	

Dan Jenis Kelamin	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Perusahaan	
Beroperasi.....	44
4.2 Uji Instrumen Penelitian.....	45
4.2.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian	46
4.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	46
4.3 Uji Asumsi SEM	47
4.3.1 Normalitas Data.....	47
4.3.2 Evaluasi Outliers	49
4.4 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk	50
4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen.....	50
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Endogen	52
4.5 Uji Kelayakan Full Model.....	55
4.6 Uji Validitas dan Reliabilitas SEM	58
4.6.1 Uji Validitas SEM	58
4.6.2 Uji Reliabilitas SEM.....	59
4.7 Hasil Analisis SEM	60
4.7.1 Hasil Analisis Pengaruh	60
4.7.2 Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	62
4.8 Pembahasan.....	63
4.8.1 Pembahasan H1	64
4.8.2 Pembahasan H2	65
4.8.3 Pembahasan H3	65
4.8.4 Pembahasan H4	66
4.8.5 Pembahasan H5	67
BAB V : SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	69
5.1 Kesimpulan Hipotesis Penelitian	69

5.2	Kesimpulan Masalah Penelitian	70
5.2.1	Hubungan Antara Customer Relationship Management Terhadap Meningkatnya Kinerja Perusahaan.....	71
5.2.2	Hubungan Antara Faktor Manajerial Terhadap Meningkatnya Kinerja Perusahaan.....	71
5.2.3	Hubungan Antara Customer Relationship Management Terhadap Meningkatnya Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing	72
5.2.4	Hubungan Antara Faktor Manajerial Terhadap Meningkatnya Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing.....	73
5.3	Implikasi Teoritis	74
5.4	Implikasi Manajerial	75
5.5	Keterbatasan Penelitian	77
5.6	Agenda Penelitian Mendatang.....	77
	DAFTAR REFERENSI	78
	Daftar Riwayat Hidup	
	Lampiran-lampiran	

FEB UNDIP