

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Teknologi Informasi dan *Customer Relationship Management* (CRM) terhadap Kinerja Perusahaan dengan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan sebagai *variable intervening*. Obyek penelitian ini adalah bengkel-bengkel jaringan resmi Toyota yang ada di Jawa Tengah dan Jogja, Indonesia.

Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan sampel keseluruhan populasi di dalam pengumpulan data. Data diperoleh dengan melakukan survey terhadap 30 Kepala Bengkel dan Asisten Kepala Bengkel jaringan resmi Toyota di Jawa Tengah dan Jogja, Indonesia. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Model* (SEM). Adapun jenis SEM dalam penelitian ini adalah *variance based SEM* atau *Partial Least Square* (PLS) SEM dengan menggunakan aplikasi program SmartPLS (*Partial Least Square*) 2.0 M3.

Dari hasil perhitungan R^2 diketahui bahwa variable Teknologi Informasi, *Customer Relationship Management*, dan Keunggulan Bersaing Berkelanjutan mampu menjelaskan variable Kinerja Perusahaan sebesar 57,87%, sedangkan 42,13% dijelaskan oleh factor di luar model. Dengan demikian, mengindikasikan bahwa model yang dihasilkan baik dan memiliki tingkat keeratan korelasi hubungan yang kuat (substansial).

Kata Kunci: Teknologi Informasi, *Customer Relationship Management*, Keunggulan Bersaing Berkelanjutan, Kinerja Perusahaan, *Structural Equation Model* (SEM), SmartPLS (*Partial Least Square*)