

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	19
1.3. Batasan Penelitian.....	20
1.4. Tujuan Penelitian.....	21
1.5. Manfaat Penelitian.....	21
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Telaah Pustaka.....	23
2.1.1 <i>Resource Base Theory / Resource Base View</i>	23

2.1.2 Kinerja Perusahaan	25
2.1.3 Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	27
2.1.4 Teknologi Informasi.....	30
2.1.5 <i>Customer Relationship Management</i>	34
2.2. Pengaruh antar Variable dan Hipotesis	38
2.2.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	38
2.2.2 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perusahaan.....	39
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	40
2.2.4 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja Perusahaan....	42
2.2.5 Pengaruh Keunggulan Bersaing Berkelanjutan terhadap Kinerja Perusahaan.....	44
2.3. Penelitian Terdahulu.....	45
2.4. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	50
2.5. Perumusan Hipotesis	51
2.6 Indikator variabel dan Definisi Operasional.....	52
2.6.1 Indikator variabel Teknologi Informasi.....	52
2.6.2 Indikator variabel <i>Customer Relationship Management</i>	53

2.6.3 Indikator variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	54
2.6.4 Indikator Kinerja Perusahaan.....	55
2.6.5 Definisi Operasional Variabel.....	56

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	59
3.2 Lokasi dan Subyek Penelitian.....	60
3.2.1 Lokasi / Tempat Penelitian.....	60
3.2.2 Populasi	60
3.2.3 Sampel.....	61
3.3. Teknik Pengumpulan Data	62
3.3.1 Observasi.....	62
3.3.2 Wawancara.....	63
3.3.3 Kuesioner / Angket.....	63
3.3.4 Studi Dokumenter.....	64
3.4. Instrument Penelitian.....	64
3.5. Analisis Data	66
3.5.1. Statistik Deskriptif.....	66
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	68
3.5.3 Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	71

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Responden.....	73
4.2 Statistik Deskriptif.....	76
4.2.1 Tanggapan Responden mengenai variabel Teknologi Informasi	78
4.2.2 Tanggapan Responden mengenai variabel <i>Customer Relationship Management</i>	80
4.2.3 Tanggapan Responden mengenai variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	82
4.2.4 Tanggapan Responden mengenai variabel Kinerja Perusahaan	84
4.3 Uji Realibilitas Data.....	86
4.4 Uji Validitas Data.....	88
4.5 Analisis Data.....	91
4.5.1 Menilai <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i>	91
4.5.1.1 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> variabel Teknologi Informasi	92
4.5.1.2 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> variabel <i>Customer Relationship Management</i>	94
4.5.1.3 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> variabel Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	96

4.5.1.4 <i>Outer Model</i> atau <i>Measurement Model</i> variabel Kinerja	
Perusahaan	97
4.5.2 Mengevaluasi Nilai-nilai Korelasi antar Variabel	99
4.5.3 Mengevaluasi <i>Square of Average Variance Extracted</i>	100
4.5.4 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	101
4.5.6 penghitungan <i>Q-Squared Predictive Relevance</i>	104
4.6 Pengujian Hipotesis.....	106
4.6.1 Uji Hipotesis 1.....	107
4.6.2 Uji Hipotesis 2.....	107
4.6.3 Uji Hipotesis 3.....	107
4.6.4 Uji Hipotesis 4.....	108
4.6.5 Uji Hipotesis 5.....	108
4.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	109
4.7.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Keunggulan Bersaing	
Berkelanjutan	109
4.7.2 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perusahaan	112
4.7.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Keunggulan	
Bersaing Berkelanjutan	115
4.7.4 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja	
Perusahaan	117

4.7.5 Pengaruh Kunggulan Bersaing Berkelanjutan terhadap Kinerja Perusahaan	119
4.8 Hasil Analisis Mediasi.....	121
4.8.1 Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	125
4.8.2 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing Berkelanjutan	127
4.8.3 Pengaruh Total dari Penerapan Teknologi Informasi dan <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kinerja Perusahaan melalui Keunggulan Bersaing Berkelanjutan.....	129
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
5.1. Kesimpulan	132
5.1.1 Ringkasan Penelitian	132
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	133
5.2. Implikasi	135
5.1.1 Implikasi Teoritis	135
5.1.2 Implikasi Manajerial	137
5.3 Keterbatasan Penelitian	139
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	139
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	