

## 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
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	13
<b>BAB II : TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
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
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>		<b>33</b>
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
<b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>		<b>43</b>
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
<b>BAB V : SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....</b>	<b>69</b>
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
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>78</b>
<b>Daftar Riwayat Hidup</b>		
<b>Lampiran-lampiran</b>		