

## DAFTAR ISI

|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL .....                                       | i         |
| SERTIFIKASI.....  | ii        |
| PENGESAHAN TESIS.....                                     | iii       |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                     | iv        |
| ABSTRAK .....   | v         |
| KATA PENGANTAR.....                                       | vi        |
| DAFTAR ISI.....   | viii      |
| DAFTAR TABEL .....  | x         |
| DAFTAR GAMBAR.....  | xi        |
| <br>  |           |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>  |
| 1.1    Latar Belakang.....                                | 1         |
| 1.2    Rumusan Masalah .....                              | 9         |
| 1.3    Pertanyaan Penelitian.....                         | 10        |
| 1.4    Tujuan Penelitian .....                            | 12        |
| <br>  |           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                      | <b>13</b> |
| 2.1    Landasan Teori.....                                | 13        |
| 2.1.1    Kinerja Perusahaan .....                         | 13        |
| 2.1.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ..... | 17        |
| 2.1.3    Aspek Kunci CRM .....                            | 21        |
| 2.1.4    Digitalisasi.....                                | 39        |
| 2.2    Penelitian Terdahulu Top of Form.....              | 42        |
| 2.3    Kerangka Pemikiran .....                           | 47        |
| <br>  |           |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                     | <b>48</b> |
| 3.1    Jenis Penelitian .....                             | 48        |
| 3.2    Sumber Data Top of Form .....                      | 48        |
| 3.3    Metode Pengumpulan Data .....                      | 50        |

|  |   |            |
|--|---|------------|
| 3.4  | Tingkat Kepercayaan Data Penelitian .....   | 51         |
| 3.5  | Mengategorikan Data .....   | 55         |
| 3.6  | Informan Penelitian.....  | 56         |
| 3.7  | Tempat dan Waktu Penelitian .....   | 60         |
| <br>   |   |            |
| <b>BAB IV TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN .....</b> |   | <b>62</b>  |
| 4.1  | Temuan Data .....   | 62         |
| 4.1.1  | Gambaran Umum .....   | 62         |
| 4.2  | Transformasi Digital CRM di Telkomsel .....   | 78         |
| 4.2.1  | Relevansi dengan Telkomsel Branch Pekalongan.....   | 81         |
| 4.2.2  | Strategi Penyesuaian untuk Branch Pekalongan .....  | 83         |
| 4.2.3  | Visualisasi Dampak Digitalisasi terhadap Kinerja .....  | 84         |
| 4.2.4  | Strategi Dan Implementasi Customer Relationship<br>Management (CRM) Dalam Meningkatkan Kinerja PT<br>Telekomunikasi Selular Branch Pekalongan ..... | 87         |
| 4.2.5  | Strategi Dan Implementasi Digitalisasi Dalam Meningkatkan<br>Kinerja PT Telekomunikasi Selular Branch Pekalongan.....                               | 99         |
| 4.2.6  | Tantangan dalam Implementasi Digitalisasi Dalam<br>Meningkatkan Kinerja PT Telekomunikasi Selular Branch<br>Pekalongan.....                         | 104        |
| 4.3  | Pembahasan.....   | 108        |
| <br>   |   |            |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>         |   | <b>117</b> |
| 5.1  | Kesimpulan .....  | 117        |
| 5.2  | Implikasi Manajerial dan Teoritis .....   | 119        |
| 5.2.1  | Implikasi Manajerial .....  | 119        |
| 5.2.2  | Implikasi Teoritis .....  | 120        |
| 5.3  | Keterbatasan Penelitian .....   | 120        |
| <br>   |   |            |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                     |   | <b>122</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                           |   | <b>127</b> |