

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Sertifikasi	ii
Pengesahan Tesis	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Abstract	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pembatasan dan Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka dan Identifikasi Kebijakan Empirik	13
2.1.1 <i>Customer Relationship Management</i>	13
2.1.2 Implementasi Strategi Diferensiasi	21
2.1.3 Keunggulan Kompetitif	28
2.1.4 Kinerja Pasar	34
2.2 Kerangka Pikir Teoritis dan Pengembangan Model	36
2.3 Dimensionalisasi Variabel	37
2.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	39
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data	41
3.2 Populasi dan Sampel	42

	3.3. Metode Pengumpulan Data	45
	3.4. Metode Analisis	46
BAB IV	ANALISIS DATA	
	4.1. Pendahuluan	58
	4.2. Analisis Deskriptif	59
	4.3. Analisis Inferensial	64
	4.4. Pengujian Hipotesis	85
	4.5. Analisis Pengaruh	85
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	
	5.1. Kesimpulan Hipotesis	88
	5.2. Kesimpulan Masalah Penelitian	90
	5.3. Implikasi Teoritis	94
	5.4. Implikasi Manajerial	96
	5.5. Keterbatasan Penelitian dan Agenda Penelitian Mendatang	98
DAFTAR PUSTAKA		