

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>INTISARI</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2. Rumusan Masalah</b> .....	4
<b>1.3. Tujuan Penelitian</b> .....	5
<b>1.4. Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	7
<b>2.1. Kemampuan Manajemen Hubungan Pelanggan</b> .....	7
2.2 Kemampuan manajemen merek .....	8
<b>2.3 Penjualan Adaptif</b> .....	10
<b>2.4 Kinerja Pemasaran</b> .....	11
<b>2.5 Pengaruh Kemampuan manajemen hubungan pelanggan terhadap         Penjualan adaptif</b> .....	12
<b>2.6 Pengaruh Kemampuan manajemen merek terhadap Penjualan         adaptif</b> .....	13

2.7 Pengaruh Kemampuan manajemen hubungan pelanggan terhadap kinerja pemasaran .....	13
2.8 Pengaruh Kemampuan manajemen merek terhadap kinerja pemasaran .....	14
2.9 Pengaruh Penjualan adaptif terhadap kinerja pemasaran.....	14
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	17
3.2. Populasi dan Sampel.....	17
3.3. Sumber Data.....	18
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	18
3.5. Variabel dan Indikator.....	19
3.6. Teknik Analisis.....	20
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	25
4.2 Statistik Deskriptif Variabel .....	27
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel CRM Capabilities .....	28
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Kemampuan manajemen merek .....	29
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Penjualan adaptif .....	30
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel Kinerja pemasaran .....	31
4.3. Uji Instrumen.....	32
4.3.1 Uji Validitas.....	32
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	33
4.4. Uji Asumsi Klasik .....	33
4.4.1. Uji Multikolinieritas .....	33
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	34

<b>4.5 Pengujian Hipotesis</b> .....	36
4.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
4.5.2 Koefisien Determinasi .....	39
<b>4.5.3 Uji F (Uji Model)</b> .....	40
4.5.4. Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	41
<b>4.6 Pembahasan</b> .....	45
4.6.1 Pengaruh Kemampuan manajemen hubungan pelanggan terhadap Penjualan adaptif .....	45
<b>4.6.2 Pengaruh Kemampuan manajemen merek terhadap Penjualan         adaptif</b> .....	46
<b>4.6.3 Pengaruh kemampuan manajemen hubungan pelanggan         terhadap Kinerja pemasaran</b> .....	47
<b>4.6.4 Pengaruh kemampuan manajemen merek terhadap kinerja         pemasaran</b> .....	48
<b>4.6.5 Pengaruh penjualan adaptif terhadap kinerja pemasaran</b> .....	49
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	51
<b>5.1 Simpulan</b> .....	51
<b>5.2 Implikasi Manajerial</b> .....	53
<b>5.3 Keterbatasan Penelitian</b> .....	54
5.4 Agenda untuk penelitian mendatang .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	55
<b>LAMPIRAN</b> .....	60

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM binaan Jawa Tengah.....	3
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator .....	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	28
Tabel 4.2 Nilai indeks jawaban responden variabel Kemampuan CRM .....	31
Tabel 4.3 Nilai indeks jawaban responden variabel kemampuan merek.....	32
Tabel 4.4 Nilai indeks jawaban responden variabel penjualan adaptif .....	33
Tabel 4.5 Nilai indeks jawaban responden variabel Kinerja pemasaran .....	34
Tabel 4.6 hasil pengujian validitas .....	35
Tabel 4.7 hasil pengujian realibilitas .....	36
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.9 uji heteroskedastisitas .....	38
Tabel 10 uji normalitas .....	39
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4.12 uji determinasi .....	43
Tabel 4.13 uji f .....	44
Tabel 4.14 uji T .....	45
Tabel 4.15 Estimasi Parameter Untuk Jalur Efek Tidak Langsung (Sobel Test).....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Empirik Penelitian .....	17
--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran1 Kuesioner Penelitian.....	64
Lampiran 2 tabulasi data .....	70
Lampiran 3 Hasil olah data SPSS.....	74