

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Rumusan Masalah .....	9
1.3.Tujuan Penelitian.....	10
1.4.Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	11

2.1. CRM Capability .....	11
2.2. Brand Management Capability .....	17
2.3. Marketing Communication Strategy .....	21
2.4. Marketing Performance .....	23
2.5 CRM Capability dan Marketing Communication Strategy .....	25
2.6 Brand Management Capabilty dan Marketing Communication Strategy .....	27
2.7 CRM Capability dan Marketing Performance.....	28
2.8 Brand Management Capability dan Marketing Performance.....	29
2.9 Marketing Communication Strategy dan Marketing Performance .....	30
2.10. Peran Mediasi Marketing Communication Strategy .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	33
3.2 Populasi dan Sampel .....	33
3.3 Sumber Data dan Jenis Data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	35
3.5 Variabel dan Indikator.....	37
3.6 Teknis Analisis .....	38
3.6.1. Uji Validitas .....	38
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	38
3.6.3. Uji Asumsi Klasik .....	39
a. Uji Normalitas .....	39
b. Uji Multikolenearitas.....	40

c. Uji Heteroskedasitas .....	41
3.6.4. Uji Hipotesis.....	42
a. Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
c. Uji t .....	43
d. Uji f.....	44
e. Sobel Test .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	45
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	47
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	52
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.5 Pengujian Hipotesis .....	56
4.6 Diskusi.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi Manajerial.....	66
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	67
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

1.1.1 Tabel Reserch Gap .....	6
3.5.1. Variabel dan Indikator.....	37
4.1.1. Karakteristik Responden .....	46
4.2.1. Nilai Indeks Jawaban Responden Variabel Kapabilitas CRM.....	48
4.2.2. Nilai Indeks Jawaban Responden Variabel Kapabilitas BMC.....	49
4.2.3. Nilai Indeks Jawaban Responden Variabel MCS .....	50
4.2.4. Nilai Indeks Variabel Marketing Performance .....	51
4.4.1. One Sample Kolmogorov Smirnov Test .....	54
4.4.2. Hasil Uji Multikolinieritas .....	54
4.4.3. Hasil Pengujian Gletser .....	55
4.5.1 Hasil Uji Koefisien Model Persamaan Regresi.....	56
4.5.2 Model Summary Persamaan Regresi .....	57
4.5.3. Hasil Uji T.....	58
4.5.4. Annova Model Persamaan Regresi .....	59
4.5.5. Sobel Test.....	61

## DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Empirik .....	32
--------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	78
Lampiran 2 Hasil Kuesioner Responden.....	81
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	91
Lampiran 4 Uji Normalitas .....	95
Lampiran 5 Uji Multikolinearitas.....	95
Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas .....	96
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	96
Lampiran 8 Koefisien Determinasi .....	97
Lampiran 9 Uji t.....	97
Lampiran 10 Uji F.....	98
Lampiran 11 Sobel Test .....	99