

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Customer Relationship Management.</i>	11
2.1.2 <i>Marketing Capability</i>	14
2.1.3 Inovasi	16
2.1.4 Kinerja Pemasaran	18
2.2 Hubungan antar Variabel.....	21
2.2.1 Pengaruh CRM terhadap inovasi.	21
2.2.2 Pengaruh CRM terhadap Kinerja pemasaran.....	22
2.2.3 <i>Marketing Capability</i> terhadap inovasi.....	23
2.2.4 Inovasi Terhadap Kinerja Pemasaran	26
2.2.5 <i>Marketing Capability</i> Terhadap Kinerja Pemasaran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	30

3.3	Sumber dan Metode Pengumpulan Data	31
3.3.1	Data Primer	31
3.3.2	Data Sekunder	32
3.4	Definisi Operasional Variabel dan Indikator	33
3.5	Teknik Analisis Data	34
3.5.1	Uji Kualitas Data	35
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	36
3.5.3	Analisis Regresi Berganda	38
3.5.4	Uji Hipotesis	39
3.5.5	<i>Path Analysi</i>	40
3.5.6	Koefisien Determinasi	41
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Profil Responden	43
4.2	Hasil Penelitian	46
4.3	Pembahasan	64
BAB V	PENUTUP	70
5.1	Simpulan	70
5.2	Saran	71
5.3	Keterbatasan Penelitian	71
	DAFTAR PUSTAKA	72