

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh customer relationship manajemen dan marketing capability sebagai upaya dalam meningkatkan inovasi melalui kinerja pemasaran sebagai variabel intervening pada analisis pengaruh inovasi produk untuk meningkatkan kinerja pemasaran studi kasus ukm batik di wilayah jawa tengah. Pengambilan sampel menggunakan metode sensus, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan jumlah populasi dijadikan sampel, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok sebagai sumber data sehingga dapat digunakan sebagai sampel. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah para Karyawan Batik di Jawa Tengah dengan jumlah 100 responden. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data dalam penelitian yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah analisis regresi berganda dengan program olah data SPSS 23.

Kata kunci : CRM, Marketing Capability, Inovasi, Marketing performance

ABSTRACT

This study aims to analyze customer relations, management, and marketing capabilities as an effort to improve marketing performance as an intervening variable in product development analysis to improve marketing performance of batik case studies in Central Java. Sampling uses the census method, which is a sampling technique based on the number of samples taken, whoever gets a meeting with the researcher and is chosen as a source of data so that it can be used as a sample. In this study the sample used was Batik Employees in Central Java with 100 respondents. The research instrument consisted of a questionnaire that had been approved for validity and reliability. Data analysis techniques in the study used to answer the hypothesis is multiple regression analysis with SPSS 23 data processing program.

Keywords: CRM, Marketing Capability, Innovation, Marketing Performance