

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-nya dalam penulisan tugas akhir, Selain itu tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) TERHADAP KINERJA ORGANISASI DENGAN TURBULENSI TEKNOLOGI SEBAGAI VARIABEL MODERASI. Melalui penelitian ini dapat diselesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Universitas Pelita Harapan. Ucapan banyak terima kasih juga peneliti ucapkan kepada Ibu Dr. Sabrina Oktaria Sihombing S.E.,M.Bus. selaku dosen pembimbing peneliti yang telah selalu sabar menghadapi peneliti dan memberikan sungguh banyak masukan, ide, kritik dan juga waktu dalam guna menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi peneliti. Dukungan moral dan materi juga banyak didapatkan oleh peneliti dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi ini. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph.D. selaku Dekan Ekonomi di Universitas Pelita Harapan.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.p., M.M. selaku ketua program studi Manajemen di Universitas Pelita Harapan.
3. Bapak Dr. Moses L.P. Hutabarat, S.kom., S.E., M.M. selaku dosen

pembimbing peneliti di Universitas Pelita Harapan.

4. Seluruh dosen, staf tata usaha, dan staf pengajar di Universitas Pelita Harapan yang berkontribusi dalam memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, dan saran yang sungguh bermanfaat bagi peneliti selama menyelesaikan studi di Universitas Pelita Harapan.
5. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang tidak berhenti mendukung, mendoakan, dan memberi motivasi kepada peneliti selama menyelesaikan program studi dan skripsi di Universitas Pelita Harapan.
6. Seluruh teman-teman yang selalu setia menemani dan mengisi hari-hari peneliti dalam masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang berkontribusi dan telah membantu peneliti selama masa perkuliahan dan penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti pun menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti menyadari bahwa masih sungguh banyak kekurangan dalam skripsi ini. Sehingga peneliti sangat terbuka dalam menerima segala bentuk kritik, saran dan masukan yang bersifat objektif dan membangun sehingga dapat bermanfaat dalam rangka memberikan wawasan yang lebih luas untuk peneliti. Atas ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih atas perhatiannya.

Jakarta , 3 Mei 2021

Budi Satria Negara

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Batasan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Sistematika Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Customer Relationship Management (CRM).....	10
2.1.1. Pengertian CRM	10
2.1.2. Dimensi Customer Relationship Management	11
2.2. Kinerja Organisasi	13
2.2.1. Pengertian kinerja organisasi	13
2.2.2. Indikator Kinerja Organisasi.....	14
2.3. Turbulensi teknologi.....	15
2.4. Hubungan Antara Variabel(Pengembangan Hipotesis).....	16
2.4.1. Pengaruh CRM terhadap Kinerja Organisasi.....	16
2.4.2. Pengaruh <i>Customer Centric Management</i> Terhadap Kinerja Organisasi	18
2.4.3. Pengaruh CRM Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi	20

2.4.4. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	21
2.4.5. Turbulensi teknologi Dapat Memoderasi Hubungan Antara CRM dan Kinerja Organisasi	22
2.4.6. Turbulensi Teknologi Memoderasi Hubungan Antara Customer-Centric Manajemen Dan Kinerja Organisasi	24
2.4.7. Turbulensi Teknologi Memoderasi Hubungan Antara Organisasi CRM Dan Kinerja Organisasi.....	25
2.4.8. Turbulensi Teknologi Memoderasi Hubungan Antara CRM Operasional Dan Kinerja Organisasi	27
2.4.9. Turbulensi Teknologi terhadap Kinerja Organisasi.....	28
2.5. Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Jenis Penelitian	34
3.3. Unit Analisis	38
3.4. Pengukuran Variabel	39
3.5. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional	39
3.6. Skala Pengukuran	42
3.7. Metode pengumpulan data	43
3.8. Etika Pengumpulan Data	45
3.9. Teknik Pembuatan Kuesioner	46
3.10. Desain Sampel	47
3.11. Teknik Analisis Data	48
3.11.1. Uji Validitas	49
3.11.2. Uji Reliabilitas	51
3.11.3 Uji Multikolinieritas.....	51
3.11.4 Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Profil Responden	57
4.2 Hasil Penelitian.....	58
4.2.1 Hasil Uji Reliabilitas	59
4.2.2 Uji Validitas	60
4.2.4 VIF Actual Test	63

4.3. Ringkasan Hasil Uji Outer Model (Model Pengukuran)	64
4.4. Hasil Struktural Model (Inner model)	66
4.5. Pembahasan	70
4.5.1. Pengaruh CRM terhadap Kinerja Organisasi.....	70
4.5.2. Pengaruh <i>Customer Centric Management</i> Terhadap Kinerja Organisasi	71
4.5.3. Pengaruh CRM Organisasi Terhadap Kinerja Organisasi	72
4.5.4. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	73
4.5.5. Turbulensi teknologi Dapat Memoderasi Hubungan Antara CRM dan Kinerja Organisasi	74
4.5.6. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	75
4.5.7. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	76
4.5.8. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	76
4.5.9. Pengaruh Operasional CRM Terhadap Kinerja Organisasi	77
BAB V KESIMPULAN	79
5.1. Kesimpulan.....	79
5.1.1. Kesimpulan Penelitian.....	79
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3. Implikasi Teoritis	80
5.4. Implikasi Manajerial.....	81
5.5. Saran Penelitian Mendatang	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Research Gap</i>	6
Tabel 3.1. Paradigma Penelitian.....	33
Tabel 3.2. Perbandingan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	35
Tabel 3.3. Jenis Penelitian.....	37
Tabel 3.4. Unit Analisis	38
Tabel 3.5. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.....	40
Tabel 3.6. Jenis Pengukuran Skala.....	42
Tabel 3.7. Keuntungan Pertanyaan Terbuka dan Tertutup	46
Tabel 3.8. Tiga Jenis Sampling Non-probabilitas.....	47
Tabel 3.9 Cross loading test results Pre-test	49
Tabel 3.10. AVE Tabel Pre test	50
Tabel 3.11 Hasil Reliabilitas	51
Table 3.12. PLS-SEM Tabel	53
Tabel 3.14 Kriteria Penilaian PLS uji Outer Model.....	55
Tabel 3.15 Kriteria Penilaian PLS uji Inner Model / Uji Hipotesis.....	56
Tabel 4.1 Profil Responden.....	58
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas	60
Tabel 4.3 Cross loading test results.....	61
Tabel 4.4 AVE Tabel	62
Tabel 4.5. Discriminant Validity.....	62
Tabel 4.6 VIF Tabel	63
Tabel 4.7. Hasil Outer model	65

Tabel 4.8. Hasil Structural Model67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Kredit Perbankan 2020	4
Gambar 4.1. Path model.....	67

