

Efek Mediasi dan Moderasi dari Interactive Marketing Imperative pada Kapabilitas CRM dan Kinerja Perusahaan yang Berkelanjutan: Suatu Penelitian pada Industri Telekomunikasi Selular di Indonesia = Mediating and Moderating Effects of Interactive Marketing Imperatives between CRM Capabilities and Firm Performance Sustainability: A Study in Wireless Telecommunication Industry in Indonesia

Simanjuntak, Evi Rinawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504242&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini memeriksa hubungan antara kapabilitas CRM dengan performansi perusahaan, serta peran variable intervensi Interactive Marketing Imperative (IMI) sebagai mediator dan moderator, pada industri telekomunikasi selular di Indonesia. Pendekatan holistik terhadap kapabilitas CRM dilakukan dengan mengadopsi tiga dimensi kapabilitas, yaitu kapabilitas stratejik, operasional dan teknologi. Aspek sustainabilitas dalam penelitian ini diuji melalui jalur plowback yang berfungsi sebagai mekanisme pembaharuan kapabilitas CRM. Penelitian dilakukan terhadap para manajer di perusahaan telekomunikasi selular dengan metoda survey dan dianalisa dengan menggunakan metoda structural equation modeling. Temuan menunjukkan bahwa dimensi kapabilitas operasional merupakan unsur penentu keberhasilan CRM dalam membentuk kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Dayaguna kapabilitas teknologi menjadikan IMI sebagai wahana untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Efek moderasi dari IMI terbukti dalam menguatnya pengaruh kapabilitas CRM terhadap pembentukan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Pengujian lebih lanjut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan akan menentukan pembaharuan kapabilitas CRM di masa depan; akan tetapi dari ketiga dimensi kapabilitas CRM di atas, pembaharuan kapabilitas terlihat hanya pada dimensi stratejik dan teknologi, dan tidak terlihat pada dimensi operasional.

This research examined the relationship between CRM capabilities and firm performance sustainability and the role of intervening variables Interactive Marketing Imperative (IMI) as mediator and moderator in the context of wireless telecommunication industry in Indonesia. A holistic perspective toward CRM capabilities that covers strategic, operational and technological dimensions is used in this study. Sustainability aspect of firm performance is tested through a renewal mechanism of CRM capability driven by superior firm performance. The researcher conducted a survey on managers in wireless telecommunication firms and analyzed the data using structural equation modeling. Findings suggest that the only dimension of CRM capabilities that directly drive positive performance is the operational capability. Driven by CRM technological capability, mediating effect of IMI leverages firm performance sustainability. As a moderator, IMI shows an enhancement effect to CRM Capabilities on firm performance sustainability. When firms achieve a superior performance, intention to renew the CRM capabilities are evident in the strategic and technological dimension, while in the operational capability the renewal mechanism is not evident.