

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian.....	14
1.6 Lingkup Penelitian	15
1.7 Sistematika Penelitian	15
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI.....	17
2.1 <i>Marketing Concept</i>	17
2.2 <i>Holistic Marketing</i>	19
2.3 <i>Integrated Marketing</i>	20
2.4 <i>Internal Marketing</i>	25
2.5 <i>Performance Marketing</i>	28
2.6 <i>Relationship Marketing</i>	29
2.7 Penelitian Terdahulu.....	32
2.8 Kerangka Penelitian	35
BAB III	36
METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36

3.2	Metode Pengambilan Data	37
3.3	Metode Analisis Data	39
3.4	Teknik Uji Keabsahan Data	43
3.5	Profil PT ASDP Indonesia Ferry (Persero)	44
3.5.1	Visi dan Misi PT ASDP Indonesia Ferry (Persero)	46
3.5.2	Layanan Ferry <i>Express</i> Merak Bakauheni	47
BAB IV		51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Analisis Hasil Wawancara dan Pembahasan	52
4.1.1	Narasumber Wawancara	52
4.2	Analisis Data Wawancara.....	53
4.3	Analisis Penerapan <i>Holistic Marketing</i>	66
4.3.1	Dimensi <i>Integrated Marketing</i>	67
4.3.2	Dimensi <i>Internal Marketing</i>	72
4.3.3	Dimensi <i>Performance Marketing</i>	76
4.3.4	Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	78
BAB V.....		83
SIMPULAN DAN SARAN		83
5.1	Simpulan.....	83
5.2	Implikasi Manajerial.....	85
5.3	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		88
LAMPIRAN – LAMPIRAN		90