

## DAFTAR ISI

Lembar Judul .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel .....	viii
Daftar Gambar .....	ix
Daftar Lampiran .....	x
Abstrak .....	xi
Abstract .....	xii
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	12
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	13
1.4. Tujuan Penelitian .....	14
1.5. Manfaat Penelitian .....	14
1.6. Ruang Lingkup Penelitian .....	15
1.7. Sistematika Penelitian .....	15
 BAB II LANDASAN TEORI .....	 17
2.1. Pengertian Pemasaran Holistik .....	17
2.2. Pemasaran Internal ( <i>Internal Marketing</i> ) .....	20
2.3. Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing</i> ) .....	32
2.4. Pemasaran Relasional ( <i>Relationship Marketing</i> ) .....	52
2.5. Performa Pemasaran ( <i>Performance Marketing</i> ) .....	70
2.6. Kajian Penelitian Terdahulu .....	82
2.7. Kerangka Penelitian .....	86

BAB III METODE PENELITIAN .....	88
3.1. Desain Penelitian .....	88
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	89
3.3. Instrumen Penelitian .....	89
3.4. Narasumber Penelitian .....	90
3.5. Daftar Pertanyaan .....	92
3.6. Triangulasi Data .....	96
3.7. Metode Analisis Data .....	97
3.8. Profil PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir .....	100
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	 104
4.1. Tahapan Analisis Data .....	104
4.2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Internal ( <i>Internal Marketing</i> ).....	105
4.3. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Terpadu ( <i>Integrated Marketing</i> ).....	 116
4.4. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Relasional ( <i>Relationship Marketing</i> ).....	 134
4.5. Pelaksanaan Strategi Performa Pemasaran ( <i>Performance Marketing</i> ) .....	 154
4.6. Implementasi Analisis Triangulasi .....	173
4.7. Ringkasan Analisa dan Pembahasan .....	177
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	 182
5.1. Kesimpulan .....	182
5.2. Implikasi Manajerial .....	184
5.3. Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....	191
 DAFTAR PUSTAKA .....	 193
LAMPIRAN .....	198