

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	13
1.6 Lingkup Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Profil Perusahaan PT Pegadaian.....	15
2.2 Kinerja Perusahaan	18
2.3 Orientasi Pasar	22
2.3.1 Orientasi Pelanggan.....	24
2.3.2 Orientasi Pesaing	25
2.3.3 Koordinasi Antar Fungsi	27
2.4 Inovasi	29
2.5 Etika Pemasaran	30
2.6 Sintesa Pustaka	31
2.7 Kerangka Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.3 Pertanyaan wawancara.....	40
3.3.1 Pertanyaan Wawancara Indikator Orientasi Pelanggan.....	40
3.3.2 Pertanyaan Wawancara Indikator Orientasi Pesaing.....	41
3.3.3 Pertanyaan Wawancara Indikator Koordinasi Antar Fungsi	41
3.3.4 Pertanyaan Wawancara Indikator Inovasi	42

3.3.5	Pertanyaan Wawancara Indikator Etika Pemasaran	42
3.4	Narasumber Penelitian	42
3.5	Metode Analisis Data	44
3.5.1	Kondensasi Data	45
3.5.2	Penyajian Data	45
3.5.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi	46
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Tahapan Analisis Data	48
4.2	Orientasi Pelanggan	50
4.2.1	Kondensasi Data Orientasi Pelanggan	51
4.2.2	Penyajian Data Orientasi Pelanggan	52
4.2.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Orientasi Pelanggan	54
4.3	Orientasi Pesaing	67
4.3.1	Kondensasi Data Orientasi Pesaing	68
4.3.2	Penyajian Data Orientasi Pesaing	70
4.3.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Orientasi Pesaing	71
4.4	Koordinasi Antar Fungsi	80
4.4.1	Kondensasi Data Koordinasi Antar Fungsi	80
4.4.2	Penyajian Data Koordinasi Antar Fungsi	82
4.4.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Koordinasi Antar Fungsi	83
4.5	Pelaksanaan Strategi Inovasi Perusahaan	89
4.5.1	Kondensasi Data Inovasi Perusahaan	90
4.5.2	Penyajian Data Inovasi Perusahaan	91
4.5.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Inovasi Perusahaan	93
4.6	Pelaksanaan Strategi Etika Pemasaran	100
4.6.1	Kondensasi Data Etika Pemasaran	101
4.6.2	Penyajian Data Etika Pemasaran	102
4.6.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Etika Pemasaran	103
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1	Kesimpulan	106
5.2	Implikasi Manajerial	109
5.3	Keterbatasan Penelitian	111
5.4	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	111
DAFTAR PUSTAKA		112
LAMPIRAN		118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Klasifikasi Produk PT Pegadaian.....	4
Tabel 2.1	Rangkuman Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3.1	Narasumber Utama Penelitian.....	43
Tabel 3.2	Narasumber Pendukung Penelitian	44
Tabel 4.1	Penyajian Data Indikator Orientasi Pelanggan	53
Tabel 4.2	Rekening Aktif Nasabah 2022	57
Tabel 4.3	Aspek Kepuasan Pelanggan	63
Tabel 4.4	Triangulasi Aspek Orientasi Pelanggan	65
Tabel 4.5	Penyajian Data Indikator Orientasi Pesaing.....	71
Tabel 4.6	Komparasi PT Pegadaian dalam Industri Pergadaian	73
Tabel 4.7	Triangulasi Aspek Orientasi Pesaing	77
Tabel 4.8	Penyajian Data Aspek Koordinasi Antar Fungsi	83
Tabel 4.9	Triangulasi Aspek Koordinasi Antar Fungsi	87
Tabel 4.10	Penyajian Data Aspek Inovasi Perusahaan	92
Tabel 4.11	Ringkasan Laba Rugi PT Pegadaian Tahun 2022.....	95
Tabel 4.12	Triangulasi Aspek Inovasi Perusahaan	98
Tabel 4.13	Penyajian Data Aspek Etika Pemasaran	102
Tabel 4.14	Triangulasi Aspek Etika Pemasaran.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kilas Kinerja PT Pegadaian	2
Gambar 1.2	Layanan PT Pegadaian.....	3
Gambar 1.3	Komponen Pembentuk Kinerja Perusahaan.....	7
Gambar 1.4	Kerangka Konseptual Orientasi Pasar.....	8
Gambar 2.1	Jejak Langkah PT Pegadaian	16
Gambar 2.2	Ilustrasi Prisma Kinerja.....	21
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir Penelitian	38
Gambar 4.1	Alur Analisis Hasil Penelitian.....	49
Gambar 4.2	Kondensasi Data Orientasi Pelanggan	51
Gambar 4.3	Struktur JM Organisasi Pemasaran dan Market Intelligence.....	59
Gambar 4.4	Kondensasi Data Orientasi Pesaing	69
Gambar 4.5	Kondensasi Data Koordinasi Antar Fungsi.....	80
Gambar 4.6	Hasil Survei Sinergis Forum Peningkatan Kinerja 2023	86
Gambar 4.7	Kondensasi Data Inovasi Perusahaan.....	90
Gambar 4.8	Roadmap Masterplan Tahun 2022-2024.....	97
Gambar 4.9	Kondensasi Data Etika Pemasaran.....	102