

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | x |
| INTISARI | xi |
| ABSTRACT..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 8 |
| 1.7 Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1 Landasan Teori | 11 |
| 2.1.1 Pemasaran Holistik | 11 |
| 2.1.2 Pemasaran Internal | 12 |
| 2.1.3 Pemasaran Terpadu | 13 |
| 2.1.4 Pemasaran Keterhubungan..... | 14 |
| 2.1.5 Pemasaran Kinerja | 14 |
| 2.2 Kerangka Penelitian | 15 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 17 |
| 3.1 Metode Penelitian..... | 17 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data | 18 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.2.1 | Data Primer | 18 |
| 3.2.2 | Data Sekunder | 19 |
| 3.3 | Instrumen Penelitian | 19 |
| 3.4 | Pedoman Pertanyaan Wawancara | 20 |
| 3.5 | Metode Analisis Data | 23 |
| 3.6 | Narasumber | 24 |
| 3.7 | Triangulasi | 25 |
| 3.8 | Profil Perusahaan | 26 |
| 3.8.1 | Visi dan Misi Perusahaan | 28 |
| 3.8.2 | Model Bisnis Perusahaan (Produk dan Layanan) | 29 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 31 |
| 4.1 | Tahapan Analisis | 31 |
| 4.1.1 | Implementasi Analisis Triangulasi | 32 |
| 4.2 | Analisis Hasil Wawancara dan Pembahasan | 36 |
| 4.2.1 | Penerapan Strategi Pemasaran Internal | 36 |
| 4.2.2 | Penerapan Strategi Pemasaran Terpadu | 44 |
| 4.2.3 | Penerapan Strategi Pemasaran Keterhubungan | 52 |
| 4.2.4 | Penerapan Strategi Pemasaran Kinerja | 60 |
| 4.3 | Ringkasan Analisis dan Pembahasan | 70 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 75 |
| 5.1 | Kesimpulan | 75 |
| 5.2 | Keterbatasan Penelitian | 77 |
| 5.3 | Saran dan Implikasi | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 80 |
| LAMPIRAN | | 83 |