

## DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Lembar Pernyataan .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Daftar Isi .....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	x
Intisari .....	xi
<i>Abstract</i> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.6 Batasan Penelitian .....	12
1.7 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
2.1 <i>Holistic Marketing</i> .....	14
2.1.1 <i>Integrated Marketing</i> .....	16
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i> .....	20
2.1.3 <i>Internal Marketing</i> .....	23
2.1.4 <i>Performance Marketing</i> .....	26

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>28</b>
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.1.1 Narasumber .....	29
3.1.2 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	29
3.1.3 Jenis Data dan Pengumpulan Data .....	31
3.1.4 Teknik Analisis Data .....	32
3.1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	34
3.2 Profil Perusahaan.....	34
3.2.1 Industri Hulu Migas Indonesia .....	34
3.2.3 Profil PT Medco E&P Indonesia.....	37
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1 Fungsi <i>Marketing</i> pada PT Medco E&P Indonesia.....	42
4.1.1 Organisasi <i>Marketing</i> PT Medco E&P Indonesia .....	43
4.1.2 Aktivitas Utama Fungsi <i>Marketing</i> PT Medco E&P Indonesia .	44
4.2 Profil Narasumber .....	46
4.3 Analisis Data Wawancara.....	47
4.4 Analisis Penerapan <i>Holistic Marketing</i> di PT Medco E&P Indonesia	62
4.4.1 Dimensi <i>Integrated Marketing</i> .....	63
4.4.2 Dimensi <i>Relationships Marketing</i> .....	70
4.4.3 Dimensi <i>Internal Marketing</i> .....	75
4.4.4 Dimensi <i>Performance Marketing</i> .....	79
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>85</b>
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Saran.....	88

<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>92</b>
LAMPIRAN A: Transkrip Wawancara .....	94
LAMPIRAN B: <i>Organization Chart</i> PT Medco E&P Indonesia.....	104
LAMPIRAN C: <i>Brand Book</i> Medcoenergi.....	108