

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	6
1.3. Perumusan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	10
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	11
1.7. Sistematika Penulisan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Strategi Pemasaran dan Customer Relationship Marketing.....	15
2.1.2.1 Strategi Pemasaran.....	15
2.1.2.2 Customer Relationship Marketing (CRM).....	17
2.1.3 SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats) Analysis	19
2.1.4 Segmentation, Targeting, Positioning (STP)	20
2.1.5 Triangulasi.....	21
2.1.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	22
2.1.7 Penelitian Terdahulu	24
2.2 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Operasional Varibel.....	36
3.3 Tahapan Penelitian	41
3.4 Pengumpulan Data dan Sumber Data	43

3.5 Pre-Processing	43
3.5.1 Pembersihan Data (Data Cleaning).....	43
3.5.2 Pembuatan Alias (<i>Labelling</i>)	43
3.5.3 <i>Data Transformation</i>	44
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Analisis Data.....	44
3.7 Proses Mendapatkan Jumlah K Terbaik.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden	48
4.1.2 Karakteristik Data.....	49
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 Hasil Wawancara dan Verbatim Sesi 1 dan Sesi 2	50
4.2.2 Analisis SWOT (Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats)	55
4.2.3 Hasil Evaluasi Silhouette Index	63
4.2.4 Profiling Hasil Klaster	66
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66
4.3.1 Variabel Penelitian	67
4.3.2 Pembahasan Setiap Klaster	67
4.3.3 Pengelompokan Klaster Berdasarkan Jumlah Pengguna.....	81
4.3.4 Segmen Pasar berdasarkan Jumlah Pengguna	82
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	98
LAMPIRAN I.....	98
HASIL WAWANCARA NARASUMBER SESI-1	98
LAMPIRAN II	110
HASIL WAWANCARA NARASUMBER SESI-2	110