

**IMPLEMENTASI *SERVICE TRIANGLE*
PADA AO TRANSPORT PT ALFAOMEGA SEHATI MITRA
DI YOGYAKARTA**

Gilang Aji Gerhana

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi *service triangle* pada AO *Transport* dan menentukan metode apa yang sebaiknya diterapkan pada AO *Transport*. Metode analisis data dilakukan dengan metode deskriptif yang digunakan untuk memperoleh gambaran dan data secara sistematis tentang berbagai hal yang berkaitan dengan data pemasaran PT. Alfaomega Sehati Mitra. Hasil penelitian menemukan bahwa Implementasi *service triangle* pada AO *Transport* terbagi menjadi 3 kategori yaitu pertama, pelaksanaan *external marketing* yang diawali dengan melakukan proses segmentasi pasar, menargetkan pasar dan melakukan *positioning* pada pasar tersebut. Selanjutnya, AO *Transport* melakukan kegiatan pemasaran eksternal dengan berpatokan pada tujuh jenis bauran pemasaran. Kedua, implementasi internal *marketing* dilaksanakan dengan adanya *service training programn*, *performans incentives* dan *vision about excellence service* guna tercapainya program kerja yang efektif. Ketiga, pemasaran interaktif ini dijalankan dengan menggunakan empat komponen penting yaitu *integrated marketing* yang berhubungan dengan komunikasi, produk, dan juga saluran distribusi.

Kata Kunci: Service Triangle, Eksternal Marketing, Internal Marketing, Interaktif Marketing