

DAFTAR ISI

HALAMAN DEWAN PENGUJI.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	4
1.3 Tujuan penelitian.....	4
1.4 Manfaat penelitian.....	4
1.5 Sistematika penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Bauran Pemasaran	7
2.2 Bauran Promosi	7
2.3 Digital Marketing	8
2.3.1 Online advertising	9
2.3.2 Website	9
2.3.3 Optimasi Mesin Pencari (SEO)	9
2.3.4 Interactive Display Advertising.....	10
2.3.5 Pemasaran afiliasi dan kemitraan strategis (affiliate marketing and strategic partnership).....	10
2.3.6 Hubungan masyarakat online (Online PR).....	10
2.3.7 Jejaring sosial (social network)	10
2.3.8 E-mail pemasaran (e-mail marketing)	11
2.4 Attitude.....	11
2.5 Attitude terhadap merek	11
2.6 Purchase Intention	11
2.7 Segmenting, Targeting, Positioning	12
2.7.1 Segmenting	12
2.7.2 Targeting.....	13

2.7.3 Positioning.....	13
2.8 Brand Image.....	14
2.9 Brand Awareness.....	14
2.10 Key Success Factors.....	14
2.11 Consumer Perception.....	14
2.12 Sensory Input.....	15
2.13 Interpretation.....	15
2.14. Gap.....	15
2.15 Kerangka Analisis.....	16
BAB III.....	17
METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Metode Pengumpulan Data.....	17
3.2 Metode Analisis Data Kualitatif.....	18
3.2.1 Desain Penelitian.....	18
3.2.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	18
3.2.3 Teknik Analisis Data.....	19
3.3 Metode Data Kuantitatif.....	20
3.3.1 Desain Penelitian.....	21
3.3.2. Penetapan Sampel.....	22
3.3.3 Teknik analisis data.....	23
3.3.4 Definisi Operasional.....	25
BAB IV.....	27
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	27
4.1 Profil perusahaan.....	27
4.2 Visi dan misi perusahaan.....	28
4.3 Struktur Organisasi.....	29
4.4 Proses bisnis.....	30
4.5 Proses serah terima apartemen.....	30
BAB V.....	31
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
5.1. Analisis data internal.....	31
5.1.1. Aktivitas promosi digital Betos Lagoon Apartment.....	31

5.1.2. Efektivitas promosi digital menurut persepsi perusahaan	34
5.1.3. Brand image Betos Lagoon Apartment Menurut Persepsi Perusahaan....	35
5.1.4 Analisis kemampuan daya saing Betos Lagoon Apartment dengan kompetitor.....	36
5.1.5 Kesimpulan hasil analisis internal	37
5.2 Analisis data eksternal.....	38
5.2.1 Statistik deskriptif.....	38
5.2.2 Analisis faktor	41
5.2.3 Uji validitas	43
5.2.4 Uji reliabilitas	43
5.2.5 Uji asumsi klasik	44
5.2.6 Efektivitas promosi digital menurut persepsi masyarakat.....	51
5.2.7 Brand image menurut persepsi masyarakat	52
5.2.8 Kesimpulan Hasil Analisis Data Eksternal.....	53
5.3 Analisis Gap	54
5.3.1 Analisis gap pada efektivitas promosi digital Betos Lagoon Apartment ..	55
5.3.2 Analisis gap pada brand image Betos Lagoon Apartment	56
5.3.3 Kesimpulan hasil analisis gap	57
5.4 Segmenting, targeting, positioning Betos Lagoon Apartment	58
5.4.1 Segmenting	58
5.4.2 Targeting.....	58
5.4.3 Positioning.....	58
BAB VI.....	59
Kesimpulan dan Saran	59
Daftar Pustaka.....	69
Lampiran	71
Lampiran 1 : transkrip wawancara 1	71
Lampiran 2 : transkrip wawancara 2	71
Lampiran 3 : transkrip wawancara 3	72
Lampiran 4 : transkrip wawancara 4	73
Lampiran 5 : Daftar pertanyaan kuesioner via digital (google forms).....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data pengguna internet 2016	1
Tabel 2 Metode pengumpulan data.....	17
Tabel 3 Definisi operasional	26
Tabel 4 efektivitas promosi digital menurut perusahaan	35
Tabel 5 analisis kemampuan daya saing.....	36
Tabel 6 kesimpulan hasil analisis data internal	37
Tabel 7 data demografi	39
Tabel 8 rata-rata jawaban respnden	40
Tabel 9 hasil analisis faktor variabel independen.....	41
Tabel 10 hasil analisis faktor variabel dependen	42
Tabel 11 hasil uji validitas	43
Tabel 12 hasil uji normalitas attitude toward digital promotion terhadap brand attitude	45
Tabel 13 hasil uji normalitas attitude toward digital promotion terhadap purchase intention	46
Tabel 14 hasil uji linearitas atdp terhadap brand attitude	49
Tabel 15 hasil uji regresi sederhana.....	51
Tabel 16 efektivitas promosi digital persepsi masyarakat	52
Tabel 17 brand image persepsi masyarakat	53
Tabel 18 hasil kesimpulan analisis data internal	54
Tabel 19 hasil analisis gap	55
Tabel 20 hasil analisis gap pada brand image.....	57
Tabel 21 aktivitas promosi digital betos lagoon apartment	59
Tabel 22 prioritas program	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Digital Marketing Channels Effectiveness	2
Gambar 2 Kerangka Analisis	16
Gambar 3 Model Konseptual	21
Gambar 4 Struktur organisasi	29
Gambar 5 Proses bisnis	30
Gambar 6 Proses serah terima apartment	30
Gambar 7 website betos lagoon	32
Gambar 8 online partnership atlastock	33
Gambar 9 online partnership olx	33
Gambar 10 online sales promotion	34
Gambar 11 uji heteroskedastisitas pada BA	47
Gambar 12 uji heteroskedastisitas terhadap PI	48
Gambar 13 konten website betos lagoon apartment	60
Gambar 14 online partnership dengan atlastock	61
Gambar 15 online partneship dengan OLX	61
Gambar 16 online sales promotion	62
Gambar 17 ilustrasi konten informasi produk	65
Gambar 18 ilustrasi konten search engine marketing	67
Gambar 19 ilustrasi interactive display advertising.....	68