

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
ABSTRAK	4
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	5
DAFTAR ISI	6
DAFTAR TABEL	9
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB 1 PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penulisan.....	16
1.4 Ruang Lingkup.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	17
1.6 Sistematika Penulisan.....	17
BAB 2 TELAAH PUSTAKA	19
2.1 Definisi Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	19
2.2 Baruan Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	19
2.3 <i>IMC Planning Context (Current Situation)</i>	23
2.4 Definisi Pemasaran.....	24
2.5 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	25
2.6 PESTEL.....	29
2.7 <i>Segmentasi – Targeting – Positioning (STP)</i>	30
2.8 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Pelanggan (<i>CDMP</i>).....	33

2.9 SWOT.....	35
2.10 <i>Objective</i>	35
2.11 TOWS Matrix	35
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	38
3.1 Kerangka Analisis	38
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.3 Jenis Data	40
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Populasi Penelitian	42
3.6 Sampel Penelitian	42
3.7 Kriteria Responden.....	42
3.8 Metode Analisis Data	43
BAB 4 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	44
4.1 Profil Perusahaan.....	44
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	45
4.3 Nilai-nilai Strategis.....	45
4.4 Struktur Organisasi.....	46
4.5 Penghargaan dan Sertifikasi	46
4.6 Penjelasan Produk PayPro.....	47
BAB 5 ANALISIS PEMBAHASAN	50
5.1 Analisis Eksternal.....	50
5.1.1 <i>Context (Current Situation)</i>	50
5.1.2 <i>Customer</i>	53
5.1.3 <i>Competitor</i>	61
5.2 Internal Analisis	78

BAB 6 FORMULASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI	90
6.1 Formulasi Strategi	90
6.1.1 <i>Objective</i> (Sasaran).....	90
6.1.2 Perumusan Strategi.....	91
6.1.3 Pengelompokkan Strategi.....	94
6.1.4 Pemilihan Strategi.....	98
6.2 Implementasi Strategi.....	100
6.2.1 <i>Advertising</i> (Iklan).....	100
6.2.2 <i>Sales Promotion</i> (Promosi).....	105
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN	109
7.1 Kesimpulan.....	109
7.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	117

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jenis-Jenis Promosi.....	20
Tabel 5.1	Bobot Nilai Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengguna Dalam Menentukan Produk E-wallet	59
Tabel 5.2	Bobot Penilaian Pengguna E-wallet Terhadap Dompetku/PayPro pada Lima Faktor	60
Tabel 5.3	Tabel Perbandingan Kompetitor	63
Tabel 5.4	Tabel Faktor Eksternal – Peluang dan Ancaman	77
Tabel 5.5	Tabel STP Perusahaan PayPro.....	78
Tabel 6.1	Analisis TOWS Matrix	92
Tabel 6.2	SO Strategy	94
Tabel 6.3	WO Strategi	95
Tabel 6.4	ST Strategi	96
Tabel 6.5	WT Strategi.....	96
Tabel 6.6	Pengelompokkan Kriteria Mutlak dan Kriteria Keinginan	98
Tabel 6.7	Analisis Keputusan	99
Tabel 6.8	Spending Budget Untuk Google Display Advertising.....	101
Tabel 6.9	Spending Budget Untuk Iklan Instagram.....	103
Tabel 6.10	Anggaran Kegiatan Kerjasama Dengan influencer Instagram.....	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Customer Decision Making Proses.....	33
Gambar 2.2	TOWS Matrix.....	36
Gambar 3.1	Kerangka Analisis	38
Gambar 4.1	Nilai-nilai Strategis Pada Perusahaan PT Indosat Ooredoo	45
Gambar 4.2	Struktur Organisasi PT Indosat Ooredoo	46
Gambar 5.1	Diagram Persentase Pengguna Produk E-wallet	54
Gambar 5.2	Diagram Persentase Usia Pengguna Produk E-wallet.....	55
Gambar 5.3	Diagram Persentase Pekerjaan Pengguna Produk E-wallet	55
Gambar 5.4	Diagram Persentase Pengeluaran Pengguna Produk E-wallet	56
Gambar 5.5	Diagram Persentase Hobby Pengguna Produk E-wallet	57
Gambar 5.6	Diagram Sumber Informasi Untuk Mengetahui Produk E-wallet.....	58
Gambar 5.7	Youtube T-Cash Yang Ditayang Pada Tahun 2015	65
Gambar 5.8	Youtube T-Cash Yang Ditayang Pada Tahun 2016.....	65
Gambar 5.9	Youtube Doku Wallet Yang Ditayang Pada Tahun 2016	66
Gambar 5.10	Promoti T-Cash 1	67
Gambar 5.11	Promoti T-Cash 2	67
Gambar 5.12	Promosi Doku Wallet 1	68
Gambar 5.13	Promosi Doku Wallet 2	68
Gambar 5.14	Kampanye T-Cash #Paketcash.....	69
Gambar 5.15	Ditraktir T-Cash	69
Gambar 5.16	Popazop Doku Wallet.....	70
Gambar 5.17	Festival Durian Oleh T-Cash.....	71
Gambar 5.18	Doku Wallet Mempermudah Transaksi Di Kota Medan	72

Gambar 5.19	Desain Aplikasi Dompetku	73
Gambar 5.20	Desain Aplikasi PayPro.....	74
Gambar 5.21	Desain Aplikasi T-Cash	75
Gambar 5.22	Desain Aplikasi Dokue Wallet.....	75
Gambar 5.23	Diagram Persetase E-wallet Yang Paling Sering Digunakan Untuk Bertransaksi.....	76
Gambar 5.24	PayPro Sticker	80
Gambar 5.25	Foto kegiatan Indonesia Comic Con 2016 di Jakarta Convention Center	83
Gambar 5.26	Coupon Promo Dompetku.....	84
Gambar 5.27	Coupon Promo PayPro	85
Gambar 5.28	Proses Bisnis E-wallet.....	87
Gambar 5.29	Aplikasi PayPro Pada Google Play	89
Gambar 6.1	Jumlah Downloader PayPro	91
Gambar 6.2	Ilustrasi Google Display Network.....	101
Gambar 6.3	Ilustrasi Iklan Pada Instagram.....	103
Gambar 6.4	Ilustrasi Digital Banner Dompetku	104
Gambar 6.5	Ilustrasi Promosi Influencer Instagram	106
Gambar 6.6	Contoh Promo Oleh Dompetku.....	107
Gambar 6.7	Contoh Promo Oleh T-Cash.....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	117
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	122
Lampiran 3	Printscreen Traffic Overview PayPro, T-Cash, dan Doku Wallet	128

BAB 1