

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	5
ABSTRAK	7
BAB I	8
PENDAHULUAN	8
1.1 Latar Belakang	8
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Akademis	15
1.4.2 Manfaat Praktis	15
1.5 Batasan Penelitian	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II	16
KAJIAN TEORI	17
2.1 Pemasaran	17
2.2 Strategi Pemasaran	17
2.2.1 Digital Marketing	18
2.2.1.a Digital Media Channels	18
2.3 Consultative Selling	19
2.4 Analisis Situasi (4C)	21
2.5 Analisis Lingkungan (Context)	21
2.5.1 Lingkungan Eksternal Makro	21
2.5.2 Analisis Industri	22
2.5.2.1. Threat of New Entrance	22
2.5.2.2. Threat of substitute	23
2.5.2.3. Bargaining power of customer	23
2.5.2.4. Bargaining power of supplier	24
2.5.2.5. Rivalry among competitor	25
2.5.3 Key Success Factor (KSF)	25
2.6 Analisis Kompetitor (Competitor)	25
2.6.1 Competitive Profile Matrix (CPM)	25
2.7 Analisis Pelanggan (Customer)	27
2.7.1 Keputusan Pembelian	27
2.7.1.1 Problem Recognition	27
2.7.1.2 Information Search	27
2.7.1.3 Alternative Evaluation and Selection	28

2.7.1.4 Purchase Behavior	28
2.7.1.5 Post Purchase Behavior	28
2.8 Analisis Perusahaan (Company)	30
2.8.1 Analisis STP	30
2.8.1.1 Segmentasi	30
2.8.1.2 Targeting	33
2.8.1.3 Positioning	34
2.8.2 Bauran Pemasaran	34
2.9 Analisis SWOT	36
2.10 Kerangka Analisis	37
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1 Desain Penelitian	40
3.2 Metode Pengumpulan data	40
3.2.1 Wawancara	41
3.2.2 Survei	42
3.2.3 Studi Dokumen	42
3.3 Desain Sampling	43
3.4 Metode Pengolahan Data	43
3.5 Timeframe Penelitian	44
BAB IV	46
PROFIL PERUSAHAAN	46
4.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Misi Perusahaan	47
4.2 Jenis Proyek yang ditangani	47
Pemasangan Wallpaper	47
Pembuatan Furnitur	47
Desain Interior (3D)	48
Furnish Interior Full Ruangan	49
4.3 Langkah Pemesanan pada Golden Horse Interior	49
BAB V	50
ANALISIS	51
5.1 Analisis Situasi	51
5.1.1 Analisis Lingkungan (Context)	51
5.1.1.1 Analisis Lingkungan Eksternal Makro (PESTEL)	51
5.1.1.2 Analisis Daya Tarik Pasar	58
5.1.1.3 Analisis Digital Marketing	62
5.1.4. Key Success Factor (KSF)	63

5.2 Analisis Kompetitor (Competitor)	65
5.2.1 Fabelio	65
5.2.1.1 Analisis STP pada Fabelio	66
5.2.1.2 Analisis Bauran Pemasaran Fabelio	67
5.2.2. Vinili.id	69
5.2.2.1. Analisis STP (Segmenting, Targeting dan Positioning)	70
5.2.2.2 Analisis Bauran Pemasaran	70
5.3 Analisis Konsumen (Customer)	72
5.3.1 Analisis Existing Customer	72
5.3.2 Analisis Target Customer	77
5.4. Competitive Profile Matrix (CPM)	87
5.5 Analisis Perusahaan (Company)	87
5.5.1 Analisis Segmentasi, Target, Positioning (STP)	87
5.5.2 Analisis Bauran Pemasaran	90
5.6 Analisis SWOT	96
5.7 Objektif Pemasaran	98
5.8 Rancangan Strategi	99
5.8.1 Segmentasi Targeting Positioning	99
5.8.2 Bauran pemasaran	100
5.9 Rancangan Implementasi	107
5.9.1 Timeline strategi pemasaran	107
5.9.2 Prototype recommendation	107
5.9.3 Content Plan	110
5.9.4 Penjadwalan Posting	114
BAB VI	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
6.1 Kesimpulan	115
6.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN	122
Lampiran 1 : Pertanyaan untuk wawancara Owner Perusahaan	122
Lampiran 2 : Kuesioner untuk survei existing customer	128
Lampiran 2 : Hasil Kuesioner untuk existing customer	133
Lampiran 3 : Kuesioner untuk Survey Pasar	135
Lampiran 4 : Hasil Kuesioner untuk Survey Pasar	138
Lampiran 5 : Pertanyaan untuk kompetitor	143

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Peningkatan Pemesanan Properti.....	9
Gambar 2. Grafik Peningkatan Pembelian Online.....	10
Gambar 3. Grafik Penjualan Interior Golden Horse Interior.....	13
Gambar 4. Model Penjualan Konsultatif.....	20
Gambar 5. Siklus Penjualan Konsultatif.....	20
Gambar 6. CDMP Model.....	29
Gambar 7. SWOT Analysis.....	36
Gambar 8. Kerangka Analisis.....	37
Gambar 9. Rumus Slovin.....	43
Gambar 10. Logo Golden Horse Interior.....	46
Gambar 11. Wallpaper.....	47
Gambar 12. Furniture.....	48
Gambar 13. Desain 3D.....	49
Gambar 14. Furnish Full.....	49
Gambar 15. Grafik Pengeluaran Digital Marketing.....	63
Gambar 16. Diagram Demografis.....	73
Gambar 17. Diagram Pengenalan Kebutuhan.....	74
Gambar 18. Diagram Pencarian Informasi.....	74
Gambar 19. Diagram Evaluasi Alternatif.....	75
Gambar 20. Diagram Pembelian.....	76
Gambar 21. Diagram Demografis.....	78
Gambar 22. Pengenalan Kebutuhan.....	79
Gambar 23. Pencarian Informasi.....	80
Gambar 24. Diagram Evaluasi Alternatif.....	81
Gambar 25. Diagram Proses Pembelian.....	82
Gambar 26. Diagram Pasca Pembelian.....	83
Gambar 27. Produk 3D Golden Horse Interior.....	91
Gambar 28. Level Distribusi Golden Horse Interior.....	92
Gambar 29. Instagram Golden Horse Interior.....	94
Gambar 30. Timeline Golden Horse Interior 2021-2023.....	107
Gambar 31. Penjadwalan Posting.....	114

DAFTAR TABEL

Table 1. Matriks CPM	26
Table 2. Tabel Pengumpulan Data.....	41
Table 3. Timeframe Penelitian	44
Table 4. PESTEL	56
Table 5. Five Forces of Porter.....	61
Table 6. Tabel Pasca Pembelian	76
Table 7. S/W Pada Analisis Konsumen.....	83
Table 8. CPM Interior.....	84
Table 9. S/W Golden Horse Interior	86
Table 10. Segmentasi, Targeting dan Positioning	89
Table 11. S/W Pada Analisis Perusahaan.....	94
Table 12. SWOT	96
Table 13. Performa Penjualan Golden Horse Interior	98
Table 14. Rancangan Strategi STP.....	99
Table 15. Instagram Feeds	110
Table 16. Instagram Stories	112
Table 17. Konten Untuk Website.....	113