

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGHANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Batasan Penelitian	7
1.5. Hasil dan Manfaat	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Pengertian Strategi Pemasaran.....	12
2.2 Bauran Pemasaran	14
2.3 Pengertian Promosi	17
2.4 Bauran Promosi.....	17
2.5 Analisis Proses Keputusan Pembelian	19
2.6 Analisis SWOT	22
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Kerangka Analisis	25
3.2 Desain Penelitian.....	28
3.3 Metode Pengumpulan dan Analisis Data	28
BAB IV	33
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	33

4.1	Sejarah Singkat dan Perkembangan <i>Cloud Lounge & Dining</i>	33
4.2	Ruang Lingkup Usaha.....	34
4.3	Struktur Organisa	35
4.4	Evaluasi Kondisi Pemasaran	36
	<i>Segmenting</i>	37
	<i>Targeting</i>	38
	<i>Positioning</i>	38
	<i>Product</i>	39
	<i>Price</i>	47
	<i>Place</i>	49
	<i>Promotion</i>	51
	<i>People</i>	54
	<i>Process</i>	57
	<i>Physical Evidence</i>	59
BAB V	61
ANALISIS EKSTERNAL DAN INTERNAL		61
5.1	Analisis Eksternal.....	61
5.1.1	<i>Customer</i>	61
5.1.2	<i>Competitor</i>	92
5.1.2.1	<i>Key Success Factor</i>	93
	1. Review Konsumen.....	93
	2. Promosi Penjualan	94
	3. Konten Media Sosial	95
	4. <i>Event</i>	96
	5. Teknis dalam <i>Posting</i>	96
5.1.2.2	Bauran Promosi Kompetitor	98
	<i>Skye Lounge & Dining</i>	98
	<i>Hause Rooftop</i>	101
5.2	Analisis Internal	104
5.2.1	<i>Company</i>	104
	<i>Promotion Mix</i>	104

5.2.2	Analisis Competitive Profile Matrix (CPM)	107
1.	Review Konsumen.....	108
2.	Promosi Penjualan	109
3.	Konten Media Sosial	110
4.	<i>Event</i>	112
5.	Teknis dalam <i>Posting</i>	113
BAB VI.....		114
FORMULASI DAN IMPLEMENTASI STRATEGI.....		114
6.1	Formulasi Strategi	114
6.1.1	Perumusan Strategi	114
6.1.2	Objective (Sasaran Perusahaan).....	116
6.1.3	Pemilihan Strategi.....	117
6.2	Implementasi Strategi.....	118
6.2.1	<i>Cloud's Experience</i>	118
6.2.2	<i>Cloud's Coupon</i>	122
6.2.3	Rancangan Media Sosial.....	125
BAB VII.....		135
KESIMPULAN DAN SARAN		135
7.1.1.	Kesimpulan.....	135
7.1.2.	Saran	137
DAFTAR PUSTAKA		138
LAMPIRAN.....		140
KUISIONER.....		140
WAWANCARA INDUSTRI		145

DAFTAR TABEL

Table 1.1 <i>Cloud Lounge & Dining</i> Media Report	5
Tabel 4. 1 Strategi Pemasaran <i>Cloud Lounge & Dining</i>	37
Tabel 4. 2 <i>Cloud Lounge & Dining</i> Media Report	54
Tabel 5. 1 competitive profile matrix	107
Tabel 6. 1 TOWS Matrix	114
Tabel 6. 2 Timeline Acara <i>Cloud's Experience</i>	121
Tabel 6. 3 Proyeksi Biaya <i>Cloud's Experience</i>	122
Tabel 6. 4 Biaya <i>Cloud's</i> Coupon.....	124
Tabel 6. 5 Proporsi Konten Restoran.....	126
Tabel 6. 6 Penggunaan Media Sosial.....	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2. Penjualan <i>Cloud Lounge & Dining</i>	3
Gambar 2. 1 Bauran Promosi (Sumber: Kotler dan Keller Manajemen Pemasaran, 2009).....	18
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian (Sumber: Kotler dan Keller. Manajemen Pemasaran, 2008).....	20
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi <i>Cloud Lounge & Dining</i>	35
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi <i>Cloud Lounge & Dining</i>	35
Gambar 4. 3 Lounge Process.....	57
Gambar 4. 4 Dining Process.....	58
Gambar 4. 5 Banquet Process.....	59
Gambar 5. 1 Jenis Kelamin.....	61
Gambar 5. 2 Usia.....	62
Gambar 5. 3 Pekerjaan.....	62
Gambar 5. 4 Pengeluaran.....	63
Gambar 5. 5 penggunaan internet untuk informasi kuliner.....	63
Gambar 5. 6 Waktu Penggunaan Internet.....	64
Gambar 5. 7 Jenis Media Sosial.....	64
Gambar 5. 8 Jenis Informasi.....	65
Gambar 5. 9 Kuantitas Penggunaan Internet.....	66
Gambar 5. 10 Iklan Media Sosial Berguna.....	66
Gambar 5. 11 Pesan Iklan.....	67
Gambar 5. 12 Gambar Hidangan.....	68
Gambar 5. 13 Video Peragaan.....	68
Gambar 5. 14 Awareness melalui Media Sosial.....	69
Gambar 5. 15 Berita dan Gambar dapat Dipercaya.....	70
Gambar 5. 16 Pesan bersafat positif dan berguna.....	70
Gambar 5. 17 Image melalui media sosial.....	71
Gambar 5. 18 Pesan mudah ditanggapi.....	72
Gambar 5. 19 Pemasaran langsung.....	72
Gambar 5. 20 Potongan harga.....	73
Gambar 5. 21 Promo bundling.....	74
Gambar 5. 22 event dapat menarik.....	74
Gambar 5. 23 live music dapat menarik.....	75
Gambar 5. 24 kegiatan interaktif.....	76
Gambar 5. 25 Kedatangan memenuhi keinginan.....	76
Gambar 5. 26 mencoba sesuatu baru.....	77
Gambar 5. 27 merayakan hari istimewa.....	78
Gambar 5. 28 suasana dan pemandangan.....	78
Gambar 5. 29 variasi hidangan.....	79

Gambar 5. 30 pengaruh pihak terdekat	80
Gambar 5. 31 pengaruh gambar media sosial	81
Gambar 5. 32 pengaruh tren	82
Gambar 5. 33 pengaruh feedback	82
Gambar 5. 34 membandingkan terlebih dahulu	83
Gambar 5. 35 feedback sebelum mengunjungi	84
Gambar 5. 36 informasi media sosial mempengaruhi	85
Gambar 5. 37 popularitas restoran	86
Gambar 5. 38 lokasi memilih restoran	86
Gambar 5. 39 harga memilih restoran	87
Gambar 5. 40 pertimbangan kualitas dan rasa	88
Gambar 5. 41 harapan sesuai dengan informasi	88
Gambar 5. 42 <i>memposting</i> dalam media sosial	89
Gambar 5. 43 datang secara berulang	90
Gambar 5. 44 merekomendasikan tempat kuliner	90
Gambar 5. 45 memberi masukan ke restoran	91
Gambar 6. 1 Skema Pendaftaran Cloud's Experience	119
Gambar 6. 2 Hadiah Cloud's Experience	120
Gambar 6. 3 Tata cara Cloud's Coupon	123
Gambar 6. 4 Feed Instagram Cloud Lounge & Dining	125
Gambar 6. 5 Proyeksi Multiple Posting	127
Gambar 6. 6 Proyeksi Feed Instagram Cloud Baru	128
Gambar 6. 7 Tag Page Cloud Lounge & Dining	132
Gambar 6. 8 Kolom Ulasan Zomato	133
Gambar 6. 9 Fan Page Cloud Lounge & Dining	134