

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Dewan Penguji	iii
Pernyataan Keaslian	iv
Kata Pengantar	v
Abstrak dan <i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi	x
Bab I: Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penulisan Tesis.....	13
1.4 Manfaat Penulisan Tesis.....	13
1.5 Batasan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penelitian.....	14
Bab II: Tinjauan Teori	16
2.1 Pemasaran.....	16
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	16
2.1.2 Segmenting	19
2.1.3 Targeting	20

2.1.4 Positioning	21
2.2 Pengertian Pemasaran Dlgital	23
2.3 e-commerce	26
2.3.1 Sejarah e-commerce	26
2.3.2 Definisi e-commerce	26
2.3.3 Jenis e-commerce	27
2.3.4 Mekanisme e-commerce	30
2.3.5 Keunggulan dan Kelemahan e-commerce.....	32
2.4 Pengertian Hiburan (Entertainment).....	34
2.5 <i>Merchandise</i>	34
2.6 Analisa Eksternal	35
2.6.1 Analisa Makro	35
2.6.2 Analisa Industri	37
2.7 <i>Key Success Factors</i>	37
2.8 Analisa Industri	38
2.9 <i>Competitive Profile Matrix</i>	38
2.10 TOWS Matrix.....	39
2.11Analisa Keputusan	40
2.12Perencanaan Implementasi Strategi	40
Bab III: Metode Penelitian.....	41

3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	42
3.5 Kerangka Analisis	43
Bab IV: Analisa Eksternal	44
4.1 Analisa Makro	44
4.1.1 Analisa SLEPT	44
4.2 Analisa Industri	50
4.2.1 Definisi Industri	50
4.2.2 <i>Market Demand & Market Potential</i>	51
4.2.3 <i>Key Player</i>	53
4.2.3.1 Pesaing Konvensional	53
4.2.3.2 Pesaing Online	56
4.2.3.3 Pesaing <i>Digital Merchandise</i>	58
4.2.3 <i>Product Life Cycle</i>	67
4.3 Analisa Konsumen	69
4.3.1 Analisa Perilaku Pembeli Online.....	69
4.3.1 Analisa Perilaku Pembeli Merchandise.....	74
4.4 <i>Summary</i> & Identifikasi Ancaman dan Peluang	78

4.5 <i>Key Success Factors</i>	80
Bab V: Analisa Internal	82
5.1 Sejarah KidZania.....	82
5.2 Pemasaram KidZania Jakarta	84
5.2.1 Segmenting	84
5.2.2 Targeting	84
5.2.3 Positioning	85
5.3 <i>Stage Model Capabilities</i>	86
5.4 Laporan Aktivitas kidzania.co.id	86
5.5 <i>Competitive Profile Matrix</i>	92
5.6 Identifikasi <i>Strength & Weakness</i>	94
Bab VI: Analisa TOWS	97
6.1 TOWS Matriks.....	97
6.2 Pemilihan Strategi.....	100
6.2.1 Analisa Keputusan.....	100
Bab VII: Perencanaan Implementasi Strategi	102
7.1 Produk yang ditawarkan.....	102
7.2 Perancangan Website e-commerce	102
7.3 Tampilan Website (Prototype).....	104
7.3.1 Proses Pemesanan	109

7.3.2 Proses Transaksi	109
7.3.3 Promosi	114
7.4 Evaluasi	115
7.5 Dana Yang Dibutuhkan	116
7.6 Timeline Schedule.....	117
7.7 Proyeksi Revenue	119
Bab VIII: Kesimpulan & Saran	122
8.1 Kesimpulan	122
8.2 Saran	123
Daftar Pustaka	125
Lampiran	128

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Gambaran Industri Taman Bermain di Indonesia	4
Tabel 1.2 Perbandingan Perilaku Pelanggan	7
Tabel 1.2 Perbandingan Perilaku Pelanggan	7
Tabel 2.1 TOWS Matrix.....	40
Tabel 4.1 Jumlah Populasi Penduduk Jabotabek	53
Tabel 4.2 <i>Stage of Product Life Cycle</i> KidZania	67
Tabel 4.3 <i>Summary</i> dan Identifikasi Ancaman dan Peluang	78
Tabel 5.1 Competitive Profile Matrix.....	93
Tabel 5.2 Key Internal Factors	95
Tabel 6.1 <i>SWOT</i>	97
Tabel 6.2 <i>TOWS Matrix</i>	98
Tabel 6.3 Pemilihan Strategi	101
Tabel 7.6 Proyeksi Revenue	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Pemakai Internet Indonesia	8
Gambar 1.2 Jumlah Pengunjung KidZania Jakarta	10
Gambar 1.3 Revenue Merchandise KidZania Jakarta	11
Gambar 2.1 A Simple model of The Marketing Process.....	18
Gambar 2.2 Sistem pemasaran Modern	18
Gambar 2.3 Mekanisme e-commerce	31
Gambar 3.1 Kerangka Analisis.....	43
Gambar 4.1 Penjualan Merchandise KidZania Jakarta	52
Gambar 4.2 Jumlah Pengunjung KidZania Jakarta	52
Gambar 4.3 Matrix Posisi KidZania dengan Pesaing Konvensional.....	56
Gambar 4.4 Matrix Posisi KidZania dengan Pesaing <i>online</i>	58
Gambar 4.5 <i>Traffic</i> disneystore.com	61
Gambar 4.6 Audiens disneystore.com	62
Gambar 4.7 <i>Traffic</i> universalorlando.com	64
Gambar 4.8 Audiens universalorlando.com	65
Gambar 4.9 Matrix Posisi KidZania dengan Pesaing <i>Digital Merchandise</i>	66
Gambar 4.10 <i>Product Life Cycle</i> KidZania Jakarta	68
Gambar 5.1 <i>Traffic</i> KidZania.co.id.....	68

Gambar 7.1 <i>Blueprint website e-commerce</i> KidZania Jakarta	105
Gambar 7.2 Halaman Login	106
Gambar 7.3 Halaman Merchandise	107
Gambar 7.4 Kategori Produk Merchandise	108
Gambar 7.5 Produk Merchandise	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Perilaku Konsumen Merchandise KidZania Jakarta	128
Lampiran 2. Kuesioner Perilaku Konsumen Pembeli Online	130