

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN_PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....	v
HALAMAN_MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Batasan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Perancangan .....	6
B. E-Marketing .....	7
C. Pemasaran .....	7
D. SOSTAC .....	8
E. Penelitian Sebelumnya .....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	18

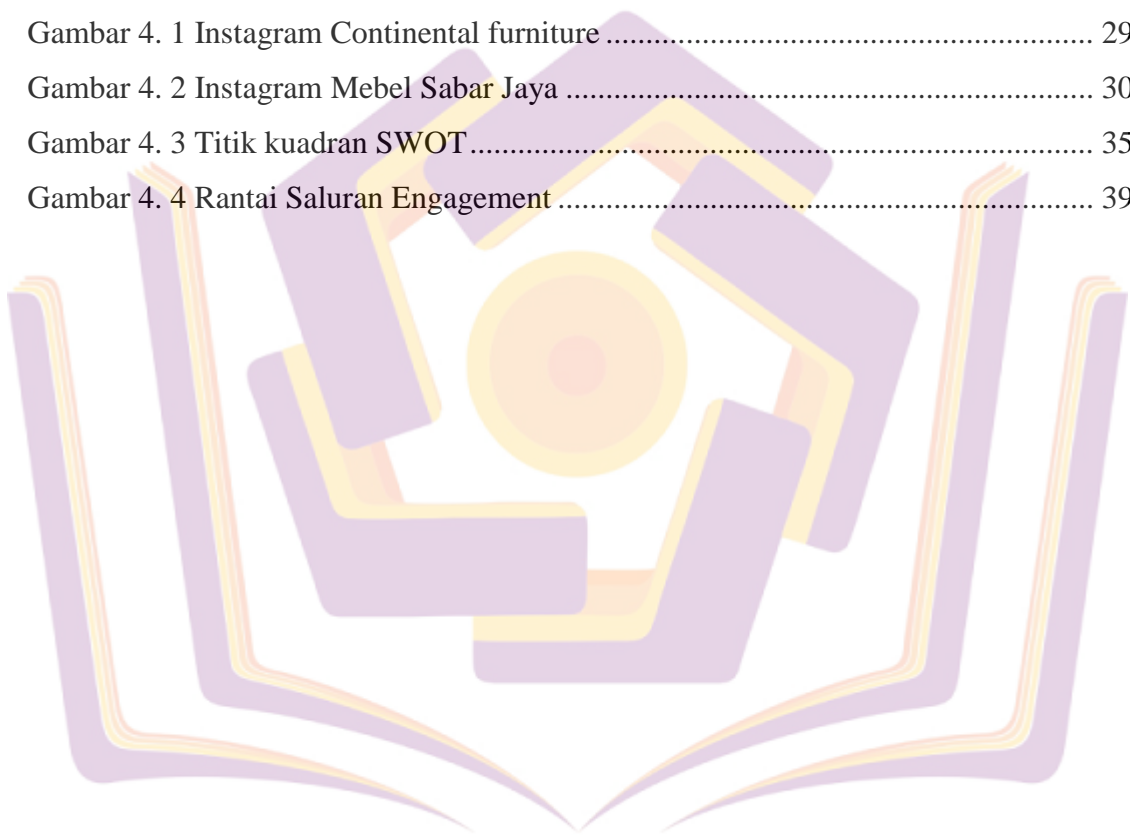
B. Metode Pengumpulan Data.....	18
1. Studi Literatur .....	18
2. Observasi.....	18
3. Wawancara.....	19
4. Dokumentasi .....	20
C. Alat dan Bahan Penelitian.....	20
D. Konsep Penelitian.....	22
1. <i>Situation Analysis</i> .....	23
2. <i>Objectives</i> .....	27
3. <i>Strategy</i> .....	27
4. <i>Tactics</i> .....	27
5. <i>Actions</i> .....	28
6. <i>Control</i> .....	28
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>
A. Hasil Analisis dengan Metode SOSTAC .....	28
1. <i>Situation Analysis</i> .....	28
2. <i>Objective</i> .....	36
3. <i>Strategy</i> .....	36
4. <i>Tactic</i> .....	38
5. <i>Action</i> .....	41
6. <i>Control</i> .....	47
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>48</b>
A. Kesimpulan .....	48
B. Saran.....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrix Perbandingan Penelitian.....	16
Tabel 3. 1 Pembobotan Faktor Internal.....	25
Tabel 3. 2 Pembobotan Faktor Eksternal .....	26
Tabel 4. 1 Customer Insight .....	28
Tabel 4. 2 Competitor Analysis .....	31
Tabel 4. 3 Summary customer insight, competitor analysis and current channel.....	32
Tabel 4. 4 Pembobotan Faktor Internal.....	34
Tabel 4. 5 Pembobotan Faktor Eksternal .....	34
Tabel 4. 6 5S Objective.....	36
Tabel 4. 7 Segmentation Startegy .....	37
Tabel 4. 8 Positioning Strategy .....	38
Tabel 4. 9 Taktik Pada Objective.....	40
Tabel 4. 10 Action pada instagram .....	41
Tabel 4. 11 Action pada Facebook.....	42
Tabel 4. 12 Action kampanye pada Instagram.....	43
Tabel 4. 13 Action kampanye pada Facebook .....	44
Tabel 4. 14 Rodmap Action .....	46
Tabel 4. 15 Control .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Platform Media Sosial Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Aktifitas E-commerce Indonesia 2020.....	2
Gambar 2. 1 6 Bidang SOSTAC.....	9
Gambar 3. 1 Penerapan Metode Sostac.....	22
Gambar 3. 2 Titik Kuadran SWOT.....	27
Gambar 4. 1 Instagram Continental furniture.....	29
Gambar 4. 2 Instagram Mebel Sabar Jaya.....	30
Gambar 4. 3 Titik kuadran SWOT.....	35
Gambar 4. 4 Rantai Saluran Engagement.....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi pembuatan furniture GMFurniture

Lampiran 3. Laporan penjualan bulan April dan July

