

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Lingkup Penelitian.....	7
1.7. Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Rencana Pemasaran	9
2.2. Tahapan Rencana Pemasaran.....	9
2.3. Analisis Situasional.....	11
2.3.1. Analisis Perusahaan	12
2.3.2. Analisis Konsumen	12
2.3.3. Analisis Kompetitor	14
2.4. SWOT (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats).....	14
2.5. Tujuan dan Sasaran Pemasaran.....	18
2.6. Strategi Pemasaran.....	19
2.7. Bauran Pemasaran.....	20
2.8. Strategi Keuangan.....	20
2.9. Implementasi Pemasaran	21
2.10. Segmentasi Pasar	21
2.11. Pemosisian Merek.....	23
2.12. Evaluasi dan Monitor.....	24
2.13. Kerangka Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	28



3.1. Desain Penelitian	28
3.2. Sumber dan Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.3. Instrumen Penelitian	31
3.4. Pedoman wawancara.....	32
3.5. Metode Analisis data.....	36
3.6. Profil Perusahaan	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Penetapan Misi Perusahaan.....	43
4.2. Tujuan Perusahaan	44
4.3. Analisis Pasar.....	46
4.3.1. Analisis Konsumen dan Segmen Traveloka Health.....	46
4.3.2. Analisis Proses Psikologis Utama.....	51
4.3.3. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	61
4.3.4. Analisis Persaingan Traveloka Health	63
4.4. Analisis SWOT (<i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>).....	68
4.4.1. Analisis Lingkungan Internal.....	69
4.4.2. Analisis Lingkungan Eksternal	78
4.5. Analisis bauran Pemasaran	86
4.5.1. Produk	86
4.5.2. Harga.....	90
4.5.3. Promosi	91
4.5.4. Tempat	93
4.6. Strategi Keuangan yang Mendukung Pemasaran	94
4.7. Tahap Triangulasi Data.....	98
BAB V RENCANA AKSI.....	101
5.1. Penetapan Tujuan	101
5.1.1 Penetapan Misi.....	101
5.1.2. Menetapkan Tujuan Perusahaan dan Tujuan Pemasaran	101
5.2. Peninjauan Situasi	102
5.2.1 Segmentasi	102
5.2.2. Penetrasi Pasar	104
5.2.3. Analisis <i>SWOT</i>	105
5.3. Formulasi Strategi	110
5.3.1. Produk.....	110
5.3.2. Harga.....	116
5.3.3. Promosi	118
5.3.4. Tempat	122



3.4. Susunan Implementasi Rencana Pemasaran	124
Daftar Pustaka.....	128
Daftar Lampiran.....	131



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitur aplikasi kesehatan di Indonesia	4
Tabel 2.1. Faktor Penentu Keberhasilan	24
Tabel 3.1. Daftar Sampel Wawancara	31
Tabel 3.2. Pedoman Wawancara Internal Traveloka	32
Tabel 3.3. Pedoman Wawancara Pelanggan Traveloka	35
Tabel 4.1 Tingkat Pengeluaran di 15 Kota Besar	49
Tabel 4.2 Analisis SWOT	68
Tabel 4.3 Prediksi Penjualan dan Laba	97
Tabel 4.4 Hasil Triangulasi Sumber dan Isi	98
Tabel 5.1 Profil Segmen	103
Tabel 5.2 Penetrasi area Mitra Traveloka Health	104
Tabel 5.3 Fitur yang Belum Ada pada Traveloka Health	111
Tabel 5.4 Tabel Rencana Implementasi Strategi.	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Semester I-2020 Terhadap Semester I-2019.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Rumah Sakit Umum dan Khusus di Indonesia.....	3
Gambar 2.1. Matriks Peluang dan Ancaman	15
Gambar 2.2. Proyeksi Keuangan	21
Gambar 2.3. Kerangka Penelitian	26
Gambar 3.1. Logo Traveloka.....	40
Gambar 4.1 Persebaran Penggunaan Aplikasi Kesehatan	46
Gambar 4.2 Logo kompetitor Traveloka Health.....	63
Gambar 4.3. Struktur Organisasi Traveloka Health.....	74
Gambar 4.4 Pertumbuhan Ekonomi Semester I-2020 Terhadap Semester I-2019.....	79
Gambar 4.5 Acara Vaksinasi di Bandara Soekarno-Hatta 2021	82
Gambar 4.6. Desain Pembelian Layanan Kesehatan Traveloka Health	87
Gambar 4.7. Desain layanan konsultasi.....	88
Gambar 4.8 Desain Pembelian Obat.....	89
Gambar 4.9 Artikel Kesehatan Traveloka Health.....	89
Gambar 4.10 Promosi Traveloka Health	92
Gambar 4.11 Promosi Traveloka Health di Media Sosial	92
Gambar 4.12 Grafik Strategi Proyeksi Keuangan Traveloka Health.....	97
Gambar 5.1 Desain Aplikasi Traveloka Health dan Halodoc.....	113
Gambar 5.2 Desain Aplikasi Alodokter dan Klik Dokter.....	114
Gambar 5.3 Desain Aplikasi Good Doctor dan SehatQ	115
Gambar 5.4 Perbandingan Harga Telekonsultasi Traveloka Health dengan Aplikasi Lain ..	117
Gambar 5.5. Media Sosial Traveloka Health.....	119
Gambar 5.6 Promosi pada Situs Web Traveloka	120
Gambar 5.7 berita media Traveloka Health.....	121
Gambar 5.8 penempatan pembelian obat secara daring Traveloka Health.....	123



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara <i>Revenue Growth Manager</i>	131
Lampiran 2 Transkrip Wawancara <i>Marketing Manager</i>	144
Lampiran 3 Transkrip Wawancara <i>Market Partnership Lead</i>	163
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Pelanggan	193
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Pelanggan	198
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Pelanggan	206
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Pelanggan	215
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Pelanggan	221