

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
INTISARI	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan.....	4
1.4. Manfaat.....	5
1.5. Kebaruan.....	5
1.6. Sistematika Pembagian Bab	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Analisis Perusahaan.....	7
2.1.1. Profil Perusahaan	7
2.1.2. UT Connect	8
2.1.3. Segmentasi Pasar.....	8
2.2. Kerangka Teori atau Pemikiran.....	9
2.2.1. Pemasaran Digital (<i>Digital Marketing</i>).....	10
2.2.2. CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	11
2.2.3. Strategi CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	14
2.3. Kerangka Konsep	18
BAB III METODOLOGI	19
3.1. Tahap Pengumpulan Data.....	19

3.2. Tahap Pengolahan dan Analisis Data	19
3.3. Batasan Laporan	20
BAB IV TEMUAN DAN DISKUSI	21
4.1. Strategi CRM yang Telah Dilakukan	22
4.1.1. <i>Content Marketing</i>	22
4.1.2. <i>Email Marketing</i>	26
4.1.3. <i>Mobile CRM</i>	31
4.1.4. <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	36
4.1.5. <i>Social Media Marketing</i>	37
4.2. Strategi CRM yang Telah Direncanakan	48
4.2.1. <i>Event Marketing</i>	48
4.2.2. <i>Loyalty Program</i>	49
4.3. Strategi CRM yang Belum Direncanakan	49
4.4. Evaluasi Strategi Pemasaran	50
BAB V PENUTUP	53
5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58