

## DAFTAR ISI

LEMBARJUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTARTABEL .....	x
DAFTARGAMBAR .....	xiii
DAFTARLAMPIRAN .....	xiv
INTISARI .....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BABI    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Lingkungan Eksternal Perusahaan .....	1
1.2    Lingkungan Internal Perusahaan .....	8
1.2.1 Bisnis Perusahaan .....	8
1.2.1.1 Visi dan Misi Kata.ai .....	12
1.2.1.2 Budaya Perusahaan .....	12
1.2.2 Kepemilikan dan Manajemen .....	13
1.2.2.1 Struktur Kepemilikan .....	13
1.2.2.2 Susunan Manajemen .....	13
1.2.3 Kegiatan Usaha .....	13
1.2.4 Proses Bisnis .....	16
1.2.5 Performa Keuangan .....	17
1.3    Rumusan Masalah .....	18
1.4    Tujuan Studi .....	21
1.5    Manfaat Penelitian .....	22

<b>BABII</b>	<b>LANDASAN TEORI.....</b>	<b>23</b>
2.1	Landasan Teori.....	23
2.1.1	Pengertian Kecerdasan Buatan.....	23
2.1.2	Pengertian Robot Berbicara atau <i>Chatbot</i> .....	26
2.1.3	Rencana Pemasaran.....	29
2.1.3.1	Definisi Rencana Pemasaran .....	29
2.1.3.2	Strategi dan Program Pemasaran .....	34
2.2	Model Teorikal.....	36
2.2.1	Kerangka Kerja Konseptual Lima Kekuatan Persaingan....	36
2.2.2	Kerangka Kerja Konseptual Perencanaan Bisnis dan Perencanaan Pemasaran.....	40
<b>BABIII</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1	Tingkatan Analisis .....	42
3.2	Sumber Data.....	43
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	47
3.4	Metode Analisis Data.....	47
3.4.1	Analisis Konten (Deskriptif Kualitatif).....	47
3.4.2	Analisis Proyeksi Pasar Tersedia .....	51
3.4.3	Kajian Peta Empati.....	52
<b>BABIV</b>	<b>RUMUSAN RENCANA DAN STRATEGI PEMASARAN.....</b>	<b>57</b>
4.1	Analisis Situasi.....	57
4.1.1	Analisis Kompetisi Industri .....	57
4.1.2	Analisis Peta Empati .....	67
4.2	Rumusan Misi dan Visi.....	85
4.3	Rencana Pemasaran.....	85
4.3.1	Proposisi Nilai Produk Yang Ditawarkan .....	85
4.3.2	Merek dan Logo .....	87
4.3.3	Konsumen Potensial.....	88
4.3.3.1	Segmentasi.....	90
4.3.3.1.1	Segmentasi Psikografis.....	91

4.3.3.1.2 Analisis Minat Pembelian .....	110
4.3.3.2 Target Pasar .....	129
4.3.3.3 Penetapan Posisi Pasar .....	131
4.3.4 Perkiraan Pasar Potensial .....	131
4.3.4.1 Ukuran Pasar Tersedia .....	132
4.3.5 Strategi Penetapan Harga .....	133
4.3.6 Strategi Saluran Pemasaran .....	135
4.3.7 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	141
<b>BAB V RENCANA AKSI .....</b>	<b>148</b>
5.1 Rencana Kegiatan dan Waktu Persiapan .....	148
5.2 Penanggung Jawab .....	150
5.3 Ukuran Kinerja .....	151
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>152</b>