

## **ABSTRAK**

### **RENCANA PEMASARAN APARTEMEN AMETHYST TOWER – THE H RESIDENCE KEMAYORAN**

**Venny Septia Monica**

18/432872/PEK/24138

Kebutuhan hunian menjadi salah satu kebutuhan utama bagi manusia untuk hidup, semakin tahun jumlah permintaan akan hunian semakin meningkat seiring dengan peningkatan jumlah kelahiran dan perpindahan penduduk terutama ke kota besar seperti DKI Jakarta. Hal ini lah yang membuat pengembang (*developer*) berlomba-lomba dalam membuat dan memasarkan hunian yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas dengan jarak yang dekat dengan lokasi perkantoran dan usaha. Saat ini persaingan pada industri properti sangat kompetitif karena permintaan akan hunian meningkat pada usia generasi milenial dan juga merupakan jumlah penduduk dengan usia terbanyak.

Studi ini bertujuan merumuskan rencana pemasaran bagi PT HK Realtindo terkhusus untuk proyek apartemen Amethyst Tower sehingga didapat rencana pemasaran yang tepat. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deksriptif. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara observasi, wawancara mendalam dan survey kepada tim pemasaran Amethyst Tower dan calon konsumen, data sekunder didapatkan penulis dari kajian literature, artikel, jurnal, laporan statistik tahunan dan buku.

Hasil analisis deskriptif pada Amethyst Tower antara lain Amethyst Tower memiliki kemampuan untuk bersaing di industri properti, namun disisi lain Amethyst Tower kurang dapat bersaing dari sisi perawatan produk dan pemasaran digital. Rencana Pemasaran yang dirumuskan untuk Amethyst Tower adalah dengan melakukan perbaikan dan perawatan produk secara berkala, menciptakan program penjualan pemasaran digital yang dikhususkan bagi konsumen dari generasi milenial namun tetap di kombinasikan dengan pemasaran konvensional, dan membangun komunikasi pemasaran Amethyst Tower sebagai hunian terbaik yang menyediakan kenyamanan rumah bagi calon konsumen.

Kata kunci: Properti, Apartemen, Rencana Pemasaran, Pemasaran Digital.

## ***ABSTRACT***

### ***MARKETING PLAN FOR AMETHYST TOWER APARTMENT – THE H RESIDENCE KEMAYORAN***

**Venny Septia Monica**  
18/432872/PEK/24138

*Residential is a basic human basic need that increase year by year in line with number of births and population growth especially in big cities like DKI Jakarta. Therefore developers then compete one another to provide and sell the residential with many facilities and nearby office and business areas. Currently, the competition in property industry is very tough because demand of residentials comes from millenials generation which also as the largest population.*

*This study aims to create marketing plan for PT HK Realtindo in Amethyst Tower Apartment project in order to obtain an appropriate marketing plan. Descriptive qualitative is being used as the research methods. The data consist of primary and secondary data. Primary data was obtained by conducting an observation, in-depth interview and survey both to the marketing team in Amethsyt Tower and potential konsumen. Meanwhile, the secondary data was obtained from study of literature, articles, journals, annual statistical reports and books.*

*The results of descriptive analysis on Amethyst Tower showed that it has ability to compete in the property industry, but on the other hand, Amethyst Tower is less competitive in terms of product maintenance and digital marketing. The marketing plan is designed by having regular repairs and maintenance to the product, create a digital marketing sales program specifically for consumers from the millennial generation but still combining it with conventional marketing, and build marketing communications for the Amethyst Tower as the best residence that provides to get feeling home for potential konsumen.*

*Key words: Property, Apartment, Marketing Plan, Digital Marketing.*