

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
DAFTAR ISTILAH	x
ABSTRAKSI	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. LATAR BELAKANG	1
1.2. RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3. TUJUAN PENULISAN.....	4
1.4. KERANGKA PENULISAN	5
BAB 2. GAMBARAN UMUM PENULISAN	6
2.1. KONDISI UMUM	6
2.2. STUDI LITERATUR.....	15
2.3. METODE PENELITIAN.....	37
BAB 3. PEMBAHASAN.....	46
3.1. Analisa STP (Segmentation, Targeting, Positioning) Brodo	46
3.2. Analisa Marketing Mix Brodo	53
3.3. Bauran Promosi Pemasaran Digital Brodo	66
BAB 4. KESIMPULAN DAN SARAN	103
4.1. KESIMPULAN.....	103
4.2. SARAN.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tingkatan Produk berdasarkan Hirarki Nilai Pelanggan	59
Tabel 3.2 Daftar Harga Produk Brodo berdasarkan Kategori Produk	61
Tabel 3.3 Fungsi Penyaluran Nilai Produk	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Brodo	9
Gambar 2.2 <i>Catalog</i> Produk Sepatu Brodo	11
Gambar 2.3 <i>Catalog</i> Produk <i>Apparel</i> Brodo	12
Gambar 2.4 <i>Catalog</i> Produk <i>Accessories</i> Brodo	13
Gambar 2.5 <i>Catalog</i> Produk Perawatan Sepatu Brodo	13
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Brodo 2014 – 2015	14
Gambar 3.1 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori <i>boots</i>	54
Gambar 3.2 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori <i>engineered leather</i>	54
Gambar 3.3 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori <i>Play Series</i>	55
Gambar 3.4 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori <i>Stealth</i>	55
Gambar 3.5 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori <i>Parang</i>	56
Gambar 3.6 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori Pakaian	57
Gambar 3.7 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori Aksesoris	57
Gambar 3.8 : <i>Catalog</i> produk Brodo kategori Perawatan Sepatu	58
Gambar 3.9 Facebook Advertising Brodo	66
Gambar 3.10 – <i>Flowchart</i> Facebook Advertising	67
Gambar 3.11 Google Adwords Advertising Brodo	69
Gambar 3.12 <i>Flowchart</i> Google Adwords Advertising	70
Gambar 3.13 Brodo Google Display Network	71
Gambar 3.13 <i>Flowchart</i> Brodo Google Display Network <i>Remarketing Advertising</i>	72
Gambar 3.14 Tampilan Website www.bro.do	73
Gambar 3.14 Tampilan Menu ‘Tentang Kami’ www.bro.do	74
Gambar 3.15 Tampilan Menu ‘Jurnal’ www.bro.do	75
Gambar 3.16 Tampilan Menu ‘Belanja’ www.bro.do	76
Gambar 3.17 Tampilan Menu ‘Testimonial’ www.bro.do	77
Gambar 3.18 Tampilan Fitur ‘Live Chat’ www.bro.do	78
Gambar 3.19 Tampilan Halaman Facebook Brodo	79
Gambar 3.20 Tampilan Twitter Brodo	80
Gambar 3.22 Tampilan Youtube Brodo	82
Gambar 3.23 Tampilan Instagram Brodo	83

Gambar 3.24 Tampilan Tumblr Brodo	84
Gambar 3.25 Tampilan Google+ Brodo	85
Gambar 3.26 Tampilan akun Blackberry Messenger, Whatsapp, dan LINE Brodo	87
Gambar 3.27 Review Brodo pada Situs Majalah Online	88
Gambar 3.28 Kampanye Brodo dengan para <i>Endorsement</i>	89
Gambar 3.29 Promo Festival Belanja Online Brodo	91
Gambar 3.30 Promo #HargaTeman Brodo	93
Gambar 3.31 Promo #BrodoHood Brodo	95
Gambar 3.32 Promo ‘Kado Untuk Ayah’ Brodo	96
Gambar 3.33 Tampilan <i>E-mail Newsletter</i> Brodo.....	98
Gambar 3.34 <i>Software</i> dan Aplikasi Penunjang <i>E-mail Newsletter</i>	99
Gambar 3.35 Tampilan Konten <i>direct marketing</i> LINE Brodo	101

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Transkrip Wawancara	110
2.	Tampilan Website resmi Brodo www.bro.do	132
3.	Suasana kerja dan Staff Divisi <i>digital marketing</i> Brodo.....	133

DAFTAR ISTILAH

<i>Socmed</i>	: Jejaring Sosial Online.
<i>Influencer</i>	: Publik figur yang digunakan untuk merepresentasikan sesuatu.
<i>Broadcast</i>	: Merupakan penyebaran informasi kepada seluruh daftar kontak.
<i>Audience</i>	: Target yang melihat iklan
<i>Software</i>	: Perangkat lunak pada internet.
<i>Awareness Customer</i>	: Kesadaran konsumen
<i>Engangement Customer</i>	: Keterlibatan konsumen