

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ABSTRAK..... i

***ABSTRACT* ii**

KATA PENGANTAR iii

DAFTAR ISI..... v

DAFTAR GAMBAR ix

DAFTAR TABEL..... x

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 3

1.2.1. Identifikasi Masalah 4

1.2.2. Rumusan Masalah 4

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian..... 5

1.3.1. Maksud Penelitian 5

1.3.2. Tujuan Penelitian..... 5

1.4. Kegunaan Penelitian..... 6

1.5. Batasan Masalah..... 6

1.6. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
1.7. Sistematika Penelitian	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu	10
2.2. Strategi	12
2.3. <i>Digital Marketing</i>	14
2.4. Teknologi <i>Chatbot</i>	16
2.5. <i>Whatsapp</i>	17
2.6. Promosi	18
2.7. <i>Retargeting Marketing</i>	18
2.8. <i>Chatbot Data Gathering</i>	19

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	20
3.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	20
3.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	21
3.1.2.1. Visi PT. Logika Berbicara Indonesia	21
3.1.2.2. Misi PT. Logika Berbicara Indonesia	21
3.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	22
3.1.4. Deskripsi Tugas.....	22

3.1.5 Analisis Sistem yang Berjalan.....	26
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2.2 Tahapan Penelitian	29
3.2.2.1 Riset Perusahaan	30
3.2.2.2 Pengumpulan Data	30
3.2.2.3 Identifikasi Awal	32
3.2.2.4 Preliminary	32
3.2.2.5 Requirement Management	33
3.2.2.6 Opportunities and Solutions	33
3.2.2.7 Implementations	34
3.2.2.8 Diskusi Hasil Analisa dengan Perusahaan	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil... ..	35
4.1.1 Evaluasi Flowchart Sistem yang Berjalan dan Landasan Flowchart Sistem yang Diusulkan.....	35
4.1.2 Flowchart Sistem yang Diusulkan dan Contoh Kasus Penerapan Model.. ..	38
4.2 Hasil Evaluasi dan Rekomendasi	41

4.2.1. Nilai Fungsional dari Dukungan Teknologi <i>chatbot</i> dalam Proses Penjualan.....	41
4.2.2. Implementasi Strategi <i>Digital Marketing</i> dengan Teknologi <i>Chatbot</i>	45
4.2.3. Rekomendasi Strategi <i>Digital Marketing</i> yang dapat Diimplementasikan Menggunakan Teknologi <i>Chatbot</i>	48
4.2.4. Hasil Rekomendasi Strategi <i>Digital Marketing</i> yang Sudah Diimplementasikan Menggunakan Teknologi <i>Chatbot</i> terhadap Perusahaan X.....	50
4.2.5. Hasil Rekomendasi Strategi <i>Digital Marketing</i> yang Sudah Diimplementasikan Menggunakan Teknologi <i>Chatbot</i> terhadap PT. Logika Berbicara Indonesia.....	52
4.3. Pembahasan.....	53
4.3.1. Nilai Fungsional dari Dukungan Teknologi <i>chatbot</i> dalam Proses Penjualan.....	53
4.3.2. Implementasi <i>Chatbot</i> pada Strategi <i>Digital Marketing</i>	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	71
5.2. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA