

ABSTRAK

Nama : William Oswaldo Thonora
Program Studi : Construction Engineering and Management
Judul : Identifikasi Aspek *Digital Marketing* di Industri Konstruksi

Digital marketing udah menjadi salah satu media pemasaran yang banyak digunakan oleh berbagai sektor industri termasuk salah satu adalah industri konstruksi. Seiring berkembangnya waktu *digital marketing* juga berkembang dengan berbagai wadah untuk aplikasi dalam penggunaannya. Berdasarkan analisis dari studi literatur masih sedikit yang membahas mengenai digital marketing di industri konstruksi. Dengan berdasarkan analisis tersebut maka, disini penulis mengidentifikasi aspek *digital marketing* di industri konstruksi yang bertujuan untuk mengetahui sarana yang digunakan, manfaat dari penggunaan *digital marketing*, *customer relation* dalam *digital marketing*, dan juga hambatan yang ditemui dalam menjalankan *digital marketing* pada industri konstruksi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan studi literatur untuk menghasilkan faktor-faktor yang kemudian disusun menjadi pertanyaan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yaitu penyebaran kuesioner. Penyebaran data dilakukan kepada 132 responden valid dari berbagai sektor industri konstruksi yang menjalankan *digital marketing*. Proses analisis data menggunakan metode analisis RII (*Relative Important Index*) dengan pemeringkatan. Hasil dari penelitian ini adalah dengan penggunaan media sosial dalam industri konstruksi dapat memberikan manfaat berupa kepuasan pelanggan sampai dengan penghematan waktu, menjaga hubungan dengan pelanggan, dan juga hambatan bukan merupakan ancaman dalam menjalankan *digital marketing* pada industri konstruksi.

Kata kunci: *Digital marketing* di industri konstruksi, sarana, manfaat, hubungan pelanggan, hambatan

ABSTRACT

Name : William Oswaldo Thonora

Study Program : Construction Engineering and Management

Title : Identified Aspect of Digital Marketing in Construction Industry

Digital marketing has become one of marketing tools which is has been used for several industry including construction industry. As time develops digital marketing also has been made more improvement with more tools to operate digital marketing. Based on analysis from literature review there are still less literature which is discuss about digital marketing in construction industry. As on that analysis, writer will identified aspect of digital marketing in construction industry with purpose of to know about used tools, benefit from digital marketing, customer relation in digital marketing, and obstacle when operate digital marketing in construction industry. This research was carried out with study literature then will obtain factor and will be arrange to be questions. Data collection in this research is by quantitative methods which is distributing questionnaires. Data distributed to 132 valid respondents from several construction industries which is operating digital marketing. Data will be analyze by using RII (Relative Important Index) methods and will be sort by rank. Result of this research is digital marketing with social media tools has give more benefits from customer satisfaction to time savings, build a customer relations, and technology is not the obstacle of operating digital marketing in construction industry.

Keywords: Digital marketing in construction industry; tools; benefits; customer relation; obstacles