

## ABSTRAK

Stco.theway merupakan salah satu perusahaan *clothing* yang berada di Kota Bandung. Stco.theway menjual beberapa produk yaitu kaos, *hoodie*, *clutch* dan dompet. Stco.theway mengalami gejala masalah berupa tidak tercapainya target penjualannya, penjualannya mengalami fluktuasi dan rendahnya tingkat pengetahuan terhadap *brand* Stco.theway dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Stco.theway harus meningkatkan *brand awareness* terhadap masyarakat. Permasalahan pada Stco.theway dapat berasal dari penerapan program komunikasi pemasaran yang kurang maksimal. sehingga perlu adanya perbaikan dalam memperbaiki program komunikasi pemasaran yang telah dilakukan oleh Stco.theway. Perbaikan ini dilakukan agar mendapatkan *brand awareness* yang tinggi pada masyarakat Kota Bandung.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang komunikasi pemasaran pada Stco.theway menggunakan metode *Benchmarking* dengan *tools Analytical Hierarchy process (AHP)*. Metode *Benchmarking* digunakan untuk mendapatkan rancangan komunikasi pemasaran terbaik dari kompetitor Stco.theway. *Analytical Hierarchy process (AHP)* digunakan untuk menentukan *partner benchmark* yang tepat untuk Stco.theway yang didasarkan pada bauran komunikasi pemasaran kompetitor.

Pada penelitian ini dirumuskan bahwa perbaikan komunikasi pemasaran Stco.theway yang perlu dilakukan perbaikan yaitu *Mobile Marketing*, Promosi Penjualan, Pemasaran *Online* dan *database*, Iklan, Acara dan pengalaman, Pemasaran Langsung dan *Database*, Humas dan Publisitas, dan Penjualan Personal.

Kata Kunci: *Analytical Hierarchy process, clothing, benchmarking, brand awareness, partner benchmark*