

ABSTRAK

Mariana Beauty merupakan salah satu klinik kecantikan yang saat ini sedang berkembang dan terletak di kota Bandung. Mariana Beauty ini merupakan klinik kecantikan yang memiliki harga yang murah dengan kualitas yang bersaing dengan klinik kecantikan lain. Gejala masalah pada Mariana Beauty adalah jumlah pelanggan yang dinamis namun cenderung turun setiap bulannya, Mariana Beauty tidak termasuk kedalam merek yang terbaik karena tidak termasuk pada Top Brand dimana Top Brand ini merupakan indikator suatu merek dikatakan baik, selain itu Mariana Beauty memiliki enam cabang di Kota Bandung dan calon *partner benchmark* memiliki cabang yang kurang dari enam, namun kehadiran Mariana Beauty masih kurang disadari oleh banyak orang hal ini berdasarkan hasil survei pendahuluan yang menunjukkan bahwa Mariana Beauty tidak cukup dikenal. Berdasarkan permasalahan tersebut maka dapat disimpulkan Mariana Beauty belum memaksimalkan komunikasi pemasaran yang telah diterapkan.

Tujuan penelitian ini yaitu melakukan perbaikan dan rekomendasi program komunikasi pemasaran pada Mariana Beauty menggunakan metode *Benchmarking* dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS). Rancangan yang telah dilakukan harus mampu memberikan dampak baik bagi Mariana Beauty. Metode *Benchmarking* digunakan untuk mendapatkan rancangan terbaik dari *partner benchmark*. AHP digunakan untuk menentukan bobot kepentingan dari setiap komunikasi pemasaran dan menentukan peringkat implementasi hasil rekomendasi sedangkan TOPSIS digunakan untuk menentukan *partner benchmark*.

Rekomendasi pada penelitian ini adalah menambah *tent card* pada *outlet* dan logo atau slogan pada bagian belakang kemasan, mulai menerapkan *free shipping* dan menambahkan jenis pada *related products*, menambahkan jenis acara dan jumlah rata-rata peserta acara, menambahkan jumlah *e-marketplace*, meningkatkan jumlah *engagement rate*, menambah jumlah pengikut, menambah jenis konten pada postingan Instagram, menambah jumlah *organic keyword* dan menambah jumlah kegiatan amal.

Kata Kunci : *Benchmarking, Analytical Hierarchy Process, Technique for Order Preferences by Similarity to Ideal Solution*, komunikasi pemasaran, klinik kecantikan.