

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                 | i    |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....                    | ii   |
| ABSTRAK .....   | iii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                   | iv   |
| LEMBAR PERSEMBAHAN .....                                | v    |
| KATA PENGANTAR .....                                    | vi   |
| DAFTAR ISI .....  | vii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                     | x    |
| DAFTAR TABEL.....                                       | xi   |
| DAFTAR ISTILAH .....                                    | xiii |
| DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG .....                      | xiv  |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                    | xv   |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                 | 1    |
| I.1 Latar Belakang .....                                | 1    |
| I.2 Perumusan Masalah .....                             | 8    |
| I.3 Tujuan Penelitian .....                             | 8    |
| I.4 Batasan Masalah.....                                | 9    |
| I.5 Manfaat Penelitian .....                            | 9    |
| I.6 Sistematika Penulisan.....                          | 10   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                            | 12   |
| II.1 Pemasaran .....                                    | 12   |
| II.2 Komunikasi Pemasaran.....                          | 12   |
| II.3 <i>Benchmarking</i> .....                          | 15   |
| II.3.1 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i> .....            | 15   |
| II.3.2 Langkah-langkah Metode <i>Benchmarking</i> ..... | 16   |
| II.4 Perbandingan Metode .....                          | 17   |
| II.5 <i>Analytical Hierarchy Process</i> .....          | 19   |
| II.5.1 Langkah-langkah AHP .....                        | 19   |
| II.6 <i>Key Performance Indicator</i> .....             | 21   |
| II.7 Penelitian Terdahulu .....                         | 22   |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....                      | 23   |
| III.1 Model Konseptual .....                            | 23   |
| III.2 Sistematika Pemecahan Masalah.....                | 24   |
| III.2.1 Tahap Pendahuluan.....                          | 26   |

|   |    |
|---|----|
| III.2.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data .....   | 26 |
| III.2.3 Tahap Analisis dan Rekomendasi.....   | 30 |
| III.2.4 Tahap Kesimpulan dan Saran .....  | 31 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....   | 32 |
| IV.1 Pengumpulan Data .....   | 32 |
| IV.1.1 Identifikasi Profil Fortuna Shoes.....   | 32 |
| IV.1.2 Identifikasi Profil Alternatif Partner Benchmark .....   | 34 |
| IV.1.3 Identifikasi Kriteria Program Komunikasi Pemasaran.....  | 37 |
| IV.2 Perancangan Kuesioner .....  | 39 |
| IV.2.1 Mendefinisikan Masalah dan Menentukan Tujuan .....   | 39 |
| IV.2.2 Pengembangan Struktur Hierarki .....   | 40 |
| IV.2.3 Profil Responden .....   | 40 |
| IV.2.4 Seleksi Kriteria Responden .....   | 40 |
| IV.2.5 Kuesioner Ketertarikan Program Komunikasi Pemasaran .....  | 41 |
| IV.2.6 Kuesioner Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran Alternatif<br><i>Partner Benchmark</i> .....   | 41 |
| IV.3 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....   | 42 |
| IV.4 Penyebaran Kuesioner.....  | 42 |
| IV.5 Pengumpulan Kuesioner .....  | 42 |
| IV.5.1 <i>Screening</i> .....   | 43 |
| IV.5.2 <i>Input Data</i> .....  | 43 |
| IV.5.3 Rekapitulasi Karakteristik Responden.....  | 43 |
| IV.6 Pengolahan Data.....   | 44 |
| IV.6.1 Pengolahan Data Kuesioner Ketertarikan Program Komunikasi<br>Pemasaran.....  | 44 |
| IV.6.2 Pengolahan Data Kuesioner Perbandingan Program Komunikasi<br>Pemasaran Alternatif <i>Partner Benchmark</i> .....   | 45 |
| IV.6.3 Uji Konsistensi .....  | 48 |
| IV.6.4 Integrasi Kuesioner Ketertarikan Program Komunikasi Pemasaran dan<br>Kuesioner Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran Alternatif <i>Partner</i><br><i>Benchmark</i> ..... | 49 |
| IV.6.5 Identifikasi <i>Key Performance Indicator</i> .....  | 50 |
| IV.6.6 Identifikasi <i>Gap</i> .....  | 53 |
| BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI.....   | 57 |
| V.1 Analisis Pengolahan Data.....   | 57 |
| V.1.1 Analisis Penentuan <i>Partner Benchmark</i> .....   | 57 |

|   |    |
|---|----|
| V.1.2 Analisis <i>Gap</i> Program Komunikasi Pemasaran.....                           | 58 |
| V.2 Perumusan Rekomendasi.....  | 76 |
| V.2.1 Penyusunan Rancangan Usulan Program Komunikasi Pemasaran<br>Fortuna Shoes ..... | 76 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....   | 84 |
| VI.1 Kesimpulan.....  | 84 |
| VI.2 Saran.....   | 85 |
| VI.2.1 Saran untuk Pihak Fortuna Shoes.....   | 85 |
| VI.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....                                       | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 87 |