

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Tugas Akhir	8
I.4 Batasan Masalah.....	9
I.5 Manfaat Tugas Akhir	9
I.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
II.1 <i>Startup</i>	12
II.2 <i>Financial Technology</i> (FinTech).....	12
II.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	13
II.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	13
II.5 <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP).....	15
II.6 Tahapan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	15
II.7 <i>Benchmarking</i>	18
II.7.1 Tipe <i>Benchmarking</i>	18
II.7.2 Tahapan <i>Benchmarking</i>	18
II.8 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	19
II.9 Metode Perbandingan.....	20

II.10	Alat Pemandangan	22
II.11	Tugas Akhir Terdahulu	23
BAB III	SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH.....	26
III.1	Model Konseptual	26
III.2	Evaluasi Rancangan Perbaikan	27
III.3	Pendahuluan	28
III.3.1	Pengumpulan Data Primer	29
III.3.2	Pengumpulan Data Sekunder	29
III.3.3	Identifikasi Permasalahan Objek (Tabarak On Pay)	29
III.3.4	Penentuan Tujuan Tugas akhir	29
III.3.5	Penentuan Metode Tugas akhir	29
III.4	Tahap Rancangan Sistem Terintegrasi	30
III.4.1	Identifikasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	30
III.4.2	Perancangan Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> 30	
III.4.3	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process AHP</i>	30
III.4.4	Uji Konsistensi	31
III.4.5	Penentuan <i>Partner Benchmark</i>	31
III.4.6	Penentuan <i>Key Performance Indicator</i>	31
III.4.7	Identifikasi GAP	32
III.4.8	Penentuan <i>Future performance</i>	32
III.4.9	Perancangan Sistem Terintegrasi	32
III.5	Tahap Analisis dan Evaluasi	32
III.5.1	Analisis dan Validasi Implementasi Hasil	32
III.5.2	Analisis Sensitivitas	33
III.6	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	33
III.7	Metode Evaluasi	33
BAB IV	PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI.....	35
IV.1	Deskripsi Profil Tabarak On Pay	35
IV.2	Identifikasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	36
IV.2.1	PayFazz	37

IV.2.2 DFlash	38
IV.2.3 AtozPay	38
IV.3 Identifikasi Bauran Komunikasi Pemasaran	39
IV.4 Perancangan Struktur AHP (Analytical Hierarchy Process).....	41
IV.5 Perancangan Kuesioner	42
IV.6 Pengolahan Data.....	45
IV.6.1 Matriks Normalisasi Kriteria Komunikasi Pemasaran	45
IV.6.2 Matriks Normalisasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	46
IV.6.3 Uji Reliabilitas.....	51
IV.6.4 Menentukan Partner Benchmark.....	59
IV.7 <i>Benchmarking</i>	61
IV.7.1 Penentuan <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	61
IV.7.2 Identifikasi GAP	63
IV.7.3 <i>Future performance</i>	67
IV.7.4 Analisis Gap	70
IV.8 Perancangan Sistem Terintegrasi	85
BAB V ANALISA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN	90
V.1 Analisa dan Validasi Implementasi Hasil	90
V.2 Analisis Sensitivitas	98
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
VI.1 KESIMPULAN	103
VI.2 SARAN	104
VI.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	104
VI.2.2 Saran Untuk Tugas akhir.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105
DAFTAR LAMPIRAN.....	108