

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Alternatif Solusi	7
I.3 Rumusan Masalah.....	10
I.4 Tujuan Tugas Akhir	10
I.5 Manfaat Tugas Akhir	10
I.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
II.1 Literatur / Teori / Konsep Umum / Model / Kerangka Standar.....	13
II.1.1 Manajemen Pemasaran	13
II.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	13
II.1.3 Statistika Industri.....	15
II.1.4 <i>Operational Research</i>	16
II.2 Referensi Akademik / Ilmiah Relevan	19

II.2.1 Definisi <i>Benchmarking</i>	19
II.2.2 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	21
II.3 Metode Pembandingan	21
II.4 Alat Pembandingan	22
II.5 Pemilihan Teori / model / kerangka standar perancangan.....	24
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN	28
III.1 Sistematika Perancangan.....	28
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data	30
III.1.2 Tahapan Perancangan Solusi.....	32
III.1.3 Tahap Verifikasi.....	35
III.1.4 Tahap Validasi Hasil Rancangan	35
III.1.5 Analisis Sensitivitas	35
III.1.6 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	35
III.1.7 Kesimpulan dan Saran.....	36
III.2 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	36
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	37
IV.1 Deskripsi Data.....	37
IV.1.1 Identifikasi Profil Coccoes <i>Sandals & Sneakers</i>	37
IV.1.2 Identifikasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	39
IV.1.3 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran.....	43
IV.2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Perancangan.....	46
IV.3 Proses Perancangan.....	49
IV.3.1 Perancangan Struktur Hirarki <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	49
IV.3.2 Perancangan Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	51
IV.3.3 <i>Pretesting</i> Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	52
IV.3.4 Penentuan Teknik dan Jumlah Sampel	53
IV.3.5 Penyebaran Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	53
IV.3.6 Penentuan Kriteria Responden.....	53
IV.3.7 Pengumpulan Data Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	53
IV.3.8 Pengolahan Data Kuesioner Menggunakan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	55

IV.3.9 Identifikasi dan Penentuan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	62
IV.3.10 Identifikasi <i>Gap</i>	65
IV.3.11 <i>Future Performance</i>	68
IV.3.12 Analisis <i>Gap</i>	72
IV.4 Hasil Rancangan	76
IV.5 Verifikasi Hasil Rancangan	85
BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN	87
V.1 Validasi Hasil Rancangan	87
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan.....	98
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	103
V.3.1 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Sales Promotion</i>	103
V.3.2 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Advertising</i>	105
V.3.3 Analisis Rencana Hasil Rancangan Kriteria <i>Online & Social Media Marketing</i>	108
V.3.4 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Event & Experiences</i>	111
V.3.5 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Public Relations and Publicity</i>	113
V.3.6 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Mobile Marketing</i>	115
V.3.7 Analisis Hasil Rancangan <i>Direct & Database Marketing</i>	116
V.3.8 Analisis Hasil Rancangan Kriteria <i>Personal Selling</i>	118
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	120
VI.1 Kesimpulan	120
VI.2 Saran	121
VI.2.1 Saran untuk <i>Coco's Sandals & Sneakers</i>	121
VI.2.2 Saran untuk Tugas Akhir Selanjutnya	121
DAFTAR PUSTAKA	122