

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1    Latar Belakang.....	1
I.2    Perumusan Masalah .....	9
I.3    Tujuan Tugas Akhir.....	10
I.4    Manfaat Tugas Akhir.....	10
I.5    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II    LANDASAN TEORI .....	12
II.1    Literatur / Teori / Konsep Umum / Model / Kerangka Standar.....	12
II.1.1 Manajemen Pemasaran (Manajemen Pemasaran) .....	12
II.1.2 Komunikasi Pemasaran (Manajemen Pemasaran) .....	12
II.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran Manajemen Pemasaran) .....	12
II.1.4 <i>Brand Awareness</i> (Kewirausahaan) .....	13
II.1.5 <i>Benchmarking</i> .....	14

II.1.6	Analytical Hierarchy Process (AHP) (Penelitian Operasional 2).....	15
II.1.7	Key Performance Indicator (KPI) .....	16
II.2	Pemilihan Teori / Model / Kerangka Standar Perancangan .....	17
BAB III	METODOLOGI PERANCANGAN .....	19
III.1	Sistematika Perancangan .....	19
III.1.1	Tahap Pendahuluan .....	20
III.1.2	Tahap Pengumpulan & Pengolahan Data.....	21
III.1.3	Tahap Verifikasi .....	24
III.1.4	Tahap Validasi.....	24
III.1.5	Tahap Kesimpulan & Saran.....	24
III.2	Batasan dan Asumsi Tugas Akhir .....	24
III.3	Identifikasi Komponen Sistem Terintegrasi .....	25
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	26
IV.1	Pengumpulan Data.....	26
IV.1.1	Identifikasi Profil Biclothing .....	26
IV.1.2	Identifikasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i> .....	27
IV.1.3	Identifikasi Bauran Komunikasi Pemasaran .....	27
IV.1.4	Perancangan Struktur AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ) .....	29
IV.1.5	Perancangan Kuesioner AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ).....	30
IV.1.6	Penentuan Kriteria Responden .....	32
IV.1.7	Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Sampel.....	33
IV.1.8	<i>Pretest</i> .....	33
IV.1.9	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ) .....	34
IV.2	Pengolahan Data.....	35
IV.2.1	Pengolahan Data Kuesioner AHP ( <i>Analytical Hierarchy Process</i> ) .....	35

IV.2.2 Uji Konsistensi .....	38
IV.2.3 Penentuan <i>Partner Benchmark</i> Terpilih .....	41
IV.2.4 Penentuan dan Identifikasi KPI ( <i>Key Performance Indicator</i> ) .....	41
IV.2.5 Identifikasi <i>Gap</i> .....	43
IV.2.6 Penentuan <i>Future Performance</i> .....	49
IV.2.7 Analisis <i>Gap</i> .....	52
IV.2.8 Penentuan Rekomendasi Program Komunikasi Pemasaran Biclothing .....	62
<b>BAB V ANALISIS .....</b>	<b>70</b>
V.1 Verifikasi dan Validasi .....	70
V.1.1 Verifikasi .....	70
V.1.2 Validasi.....	72
V.2 Analisis Hasil.....	82
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
VI.1 Kesimpulan .....	90
VI.2 Saran .....	91
VI.2.1 Saran Untuk Biclothing .....	91
VI.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>93</b>