

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah	12
I.3 Tujuan Tugas Akhir.....	12
I.4 Manfaat Tugas Akhir	12
I.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
II.1 Manajemen Pemasaran	15
II.2 Komunikasi Pemasaran	15
II.2.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	15
II.3 Studi Literatur Terdahulu.....	17
II.4 Perbandingan Metode	19
II.5 <i>Benchmarking</i>	22

II.5.1 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i>	22
II.5.2 Tahapan <i>Benchmarking</i>	23
II.6 <i>Competitive Profile Matrix</i>	24
II.7 <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	25
BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH	27
III.1 Sistematika Penyelesaian Masalah	27
III.1.1 Tahap Pengumpulan Data dan Pengolahan Data.....	29
III.1.2 Tahap Rekomendasi.....	32
III.1.3 Tahap Kesimpulan dan Saran	32
III.2 Identifikasi Sistem Integrasi	32
III.3 Batasan dan Asumsi Tugas Akhir	34
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	35
IV.1 Deskripsi Data	35
IV.1.1 Identifikasi Profil Readysset Perfumery	35
IV.1.2 Identifikasi Profil Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	38
IV.1.3 Identifikasi Bauran Komunikasi Pemasaran	48
IV.2 <i>Competitive Profile Matrix</i> Program Komunikasi Pemasaran	52
IV.3 Identifikasi <i>Key Performances Indicator (KPI)</i>	53
IV.4 Identifikasi GAP.....	58
IV.5 Analisis GAP	65
IV.5.1 Advertising	65
IV.5.2 Online, Social Media, Mobile Communication.....	66
IV.5.3 Event and Experience	81
IV.5.4 Word of Mouth	86
IV.5.5 Public Relation and Publicity.....	87
IV.5.6 Packaging	89
IV.5.7 Personal Selling.....	91

IV.5.8 Direct Marketing.....	92
IV.6 Hasil Rancangan.....	92
BAB V ANALISIS HASIL RANCANGAN	110
V.1 Verifikasi Hasil Rancangan	110
V.2 Validasi Hasil Rancangan.....	112
V.3 Evaluasi Hasil Rancangan.....	132
V.4 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan	139
V.4.1 <i>Advertising</i>	139
V.4.2 <i>Online, Social Media, and Mobile Communication</i>	141
V.4.3 <i>Event and Experience</i>	159
V.4.4 <i>Word of Mouth (WoM)</i>	165
V.4.5 <i>Public Relation and Publicity</i>	166
V.4.6 <i>Packaging</i>	168
V.4.7 <i>Personal Selling</i>	169
V.4.8 <i>Direct Marketing</i>	171
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	174
VI.1 Kesimpulan	174
VI.1.1 Saran	176
DAFTAR PUSTAKA.....	177