

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	16
I.1 Latar Belakang.....	16
I.2 Rumusan Masalah.....	23
I.3 Tujuan Tugas Akhir.....	24
I.4 Manfaat Tugas Akhir.....	24
I.5 Sistematika Penulisan.....	24
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
II.1 Komunikasi Pemasaran.....	26
II.2 Studi Literatur Terdahulu.....	27
II.3 Perbandingan Metode.....	30
II.4 <i>Benchmarking</i>	33
II.5 Jenis-jenis <i>Benchmarking</i>	34
II.6 Langkah-langkah <i>Benchmarking</i>	35
II.7 <i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	36
II.7.1 Komponen <i>Competitive Profile Matrix</i>	36
II.8 <i>Key Performance Indicator (KPI)</i>	37
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN.....	38
III.1 Sistematika Perancangan.....	38
III.1.1 Deskripsi Mekanisme Pengumpulan Data.....	39
III.1.2 Tahapan Perancangan.....	42

III.2	Identifikasi Sistem Terintegrasi	44
III.3	Batasan Tugas Akhir.....	45
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		46
IV.1	Deskripsi Data	46
IV.1.1	Identifikasi Profil A&H Collection	46
IV.1.2	Identifikasi Alternatif Partner <i>Benchmark</i>	49
IV.1.3	Identifikasi Profil Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	54
IV.1.4	Identifikasi Bauran Komunikasi Pemasaran	61
IV.2	<i>Competitive Profile Matrix</i> Program Komunikasi Pemasaran	65
IV.3	Identifikasi <i>Key Performances Indicator</i> (KPI).....	66
IV.4	Identifikasi <i>Gap</i>	70
IV.5	Analisis <i>Gap</i>	79
IV.5.1	<i>Advertising</i>	79
IV.5.2	<i>Online, Social Media, and Mobile Communication</i>	79
IV.5.3	<i>Event and Experience</i>	83
IV.5.4	<i>Word of Mouth</i>	84
IV.5.5	<i>Public Relation and Publicity</i>	84
IV.5.6	<i>Packaging</i>	85
IV.5.7	<i>Personal Selling</i>	85
IV.5.8	<i>Direct Marketing</i>	85
IV.6	Hasil Rancangan	86
BAB V VERIFIKASI DAN VALIDASI.....		104
V.1	Verifikasi Hasil Rancangan	104
V.2	Validasi Hasil Rancangan.....	110
V.3	Evaluasi Hasil Rancangan	124
V.4	Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	129
V.4.1	<i>Advertising</i>	129
V.4.2	<i>Online, Social Media, and Mobile Communication</i>	131
V.4.3	<i>Event and Experience</i>	143
V.4.4	<i>Word of Mouth</i>	149
V.4.5	<i>Public Relation and Publicity</i>	152
V.4.6	<i>Packaging</i>	155

V.4.7 <i>Direct Marketing</i>	158
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	162
VI.1 Kesimpulan	162
VI.2 Saran	163
DAFTAR PUSTAKA	164
LAMPIRAN	169