

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.3 Rumusan Masalah	8
I.3 Tujuan Tugas Akhir	8
I.4 Batasan Tugas Akhir	8
I.5 Manfaat Tugas Akhir	9
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
II.1 Komunikasi Pemasaran	11
II.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	11
II.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	11
II.4 <i>Benchmarking</i>	12
II.4.1 Tipe <i>Benchmarking</i>	13
II.4.2 Tahapan <i>Benchmarking</i>	14

II.5 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	15
II.5.1 Tahapan <i>Analytical Hierarchy Process</i>	15
II.6 <i>Key Performance Indicator</i>	18
II.7 Metode Pembanding	18
II.8 Submetode Pembanding	19
II.9 Tugas Akhir sebelumnya	20
BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH.....	24
III.1 Model Konseptual	24
III.2 Sistematika Pemecahan Masalah	25
III.2.1 Tahap Pendahuluan	27
III.2.2 Tahap Perancangan Sistem Terintegrasi	28
III.2.3 Tahap Analisis dan Evaluasi	31
III.2.3.1 Analisis dan Validasi Implementasi Hasil	31
III.2.3.2 Analisis Sensitivitas	32
III.2.3 Tahap Kesimpulan dan Saran.....	32
III.3 Metode Evaluasi.....	32
BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI	33
IV.1 Deskripsi Profil Salvina Hijab	33
IV.2 Identifikasi Alternatif <i>Partner benchmark</i>	34
IV.2.1 Jilbrave	35
IV.2.2 Elbina hijab	35
IV.2.3 Zayra hijab	35
IV.2.4 Jamise Syari	35
IV.3 Identifikasi bauran Komunikasi Pemasaran.....	36
IV.4 Perancangan Struktur AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>).....	37
IV.5 Perancangan Kuisisioner AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>)	38

IV.6 Pengolahan Data Kuisisioner AHP.....	40
IV.6.1 Matriks Perbandingan Kriteria Komunikasi Pemasaran.....	40
IV.6.2 Matriks Perbandingan Alternatif <i>Partner benchmark</i>	41
IV.6.3 Uji Reabilitas.....	45
IV.6.4 Menentukan <i>Partner benchmark</i>	48
IV.7 <i>Benchmarking</i>	49
IV.7.1 Penentuan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	49
IV.7.2 Identifikasi Gap.....	52
IV.7.3 <i>Future performance</i>	55
IV.7.4 Analisis Gap Komunikasi Pemasaran	59
IV.8 Perancangan Sistem Terintegrasi	65
BAB V ANALISA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN.....	71
V.1 Analisa dan Validasi Implementasi Hasil	71
V.2 Analisis Sensitivitas	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
VI.1. Kesimpulan	87
VI.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	89
DAFTAR LAMPIRAN	93