

## 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