

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAKSI.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR ISTILAH	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	6
I.4 Batasan Penelitian	6
I.5 Manfaat Penelitian.....	6
I.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
II.1 Komunikasi Pemasaran	9
II.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	9
II.2 Metode Komunikasi Pemasaran	11
II.3 <i>Benchmarking</i>	12
II.3.1 Tipe <i>Benchmarking</i>	13

II.3.2	Tahapan <i>Benchmarking</i>	13
II.3.3	<i>Tools Benchmarking</i>	16
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	19
III.1	Model Konseptual	19
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	20
III.2.1	Tahap Pengumpulan Data	22
III.2.2	Tahap Pengolahan Data.....	23
III.2.3	Tahap Rekomendasi	25
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	25
BAB IV	PENGUMPULAN DAN ANALISIS DATA.....	26
IV.1	<i>Benchmarking</i>	26
IV.1.1	<i>Planning</i>	26
IV.1.2	<i>Analysis</i>	38
BAB V	ANALISIS HASIL PEMBAHASAN	64
V.1	Rancangan Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan.....	64
V.1.1	Aspek Pasar	64
V.1.2	Bauran Komunikasi Pemasaran (Media dan Konten)	64
V.2	Rincian Biaya dan Perlengkapan yang Dibutuhkan	76
V.3	Prioritas Pelaksanaan Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan	77
V.4	Diagram Alir Rencana Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan.....	79
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
VI.1	Kesimpulan.....	82
VI.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	84

LAMPIRAN A..... 87
LAMPIRAN B 89