

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	9
I.3 Tujuan Penelitian	10
I.4 Batasan Penelitian	10
I.5 Manfaat Penelitian	10
I.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
II.1 Komunikasi Pemasaran	12
II.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran	12
II.1.2 Metode Komunikasi Pemasaran	14
II.2 <i>Benchmarking</i>	15
II.2.1 Tipe <i>Benchmarking</i>	15
II.2.2 Tahapan <i>Benchmarking</i>	16
II.2.3 <i>Tools Benchmarking</i>	18

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	21
III.1	Metode Konseptual.....	21
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah.....	23
III.2.1	Tahap Pengumpulan Data.....	24
III.2.3	Tahap Pengolahan Data.....	25
III.2.3	Tahap Rekomendasi	26
III.2.4	Tahap Kesimpulan dan Saran.....	27
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	28
IV.1	<i>Benchmarking</i>	28
IV.1.2	<i>Planning</i>	28
IV.1.2	<i>Analisis Benchmark</i>	35
BAB V	ANALISIS HASIL PEMBAHASAN.....	54
V.2	Perancangan Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan.....	54
V.1.1	Strategi Pemasaran Aspek Pasar dan Sahuran Distribusi	54
V.1.3	Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	55
V.1.3	Strategi Media Komunikasi Pemasaran dan Konten.....	57
V.2	Rancangan Biaya dan Perlengkapan yang Dibutuhkan.....	63
V.3	Prioritas Pelaksanaan Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan	66
V.4	Rencana Pelaksanaan Bauran Komunikasi Pemasaran Usulan.....	67
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
VI.1	Kesimpulan	69
VI.2	Saran	70
VI.2.1	Saran Bagi Pengelola Pupuk Cair Organik Universitas Telkom.....	70
VI.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	70

DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN A	73
LAMPIRAN B	75