

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR ORISINALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR ISTILAH | xiii |
| DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| I.1 Latar Belakang | 1 |
| I.2 Perumusan Masalah | 8 |
| I.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| I.4 Batas Penelitian..... | 8 |
| I.5 Manfaat Penelitian | 9 |
| I.6 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| II.1 Industri Fesyen..... | 11 |
| II.1.1 Rantai Kreasi | 11 |
| II.1.2 Rantai Produksi | 12 |
| II.1.3 Rantai Komersialisasi..... | 12 |
| II.1.4 Rantai Distribusi..... | 12 |
| II.2 Komunikasi Pemasaran..... | 13 |
| II.3 Bauran Komunikasi Pemasaran | 14 |
| II.4 <i>Benchmarking</i> | 16 |
| II.4.1 Definisi <i>Benchmarking</i> | 16 |
| II.4.2 Varian <i>Benchmarking</i> | 16 |
| II.4.3 Tahapan <i>Benchmarking</i> | 17 |
| II.5 <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i> | 18 |
| II.6 Penelitian Terdahulu | 21 |

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|----|
| II.7 Perbandingan Metode | 23 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 25 |
| III.1 Model Konseptual..... | 25 |
| III.2 Sistematika Penyelesaian Masalah | 27 |
| III.2.1 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data..... | 29 |
| III.2.2 Tahap Analisis dan Rekomendasi | 31 |
| BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA..... | 33 |
| IV.1 Identifikasi Profil Magma Apparel dan Calon Partner <i>Benchmark</i> | 33 |
| IV.1.1 Identifikasi Profil Magma Apparel..... | 33 |
| IV.2 Identifikasi Profil Calon Partner <i>Benchmark</i> | 34 |
| IV.3 Analytical Hierarchy Process (AHP) | 35 |
| IV.3.1 Pembuatan Struktur Hirarki | 36 |
| IV.3.2 Tahap Pengumpulan Data..... | 36 |
| IV.3.3 Pengolahan Data Tahap Pertama | 37 |
| IV.3.4 Pengolahan Data Tahap Kedua..... | 46 |
| IV.3.5 Pengolahan Data Hasil Perhitungan Tahap 1 dan Tahap 2..... | 52 |
| IV.4 Benchmarking | 53 |
| IV.4.1 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran Magma Apparel .. | 53 |
| IV.4.2 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran Partner <i>Benchmark</i> | 54 |
| IV.4.3 Penentuan Key Performance Indicator (KPI)..... | 56 |
| IV.4.4 Penentuan Gap | 59 |
| IV.4.5 Future Performance | 67 |
| BAB V ANALISIS DAN REKOMENDASI..... | 74 |
| V.1 Analisis Gap Program Komunikasi Pemasaran..... | 74 |
| V.1.1 Iklan | 74 |
| V.1.2 Promosi Penjualan..... | 74 |
| V.1.3 Humas dan Publisitas | 75 |
| V.1.4 Pemasaran Langsung dan Database | 75 |
| V.1.5 Pemasaran <i>Online</i> dan Media Sosial..... | 75 |
| V.2 Rekomendasi Program Komunikasi Pemasaran..... | 78 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 99 |

| | |
|-------------------------------------------------|-----|
| VI.1 Kesimpulan | 99 |
| VI.2 Saran..... | 100 |
| VI.2.1 Saran untuk Perusahaan | 100 |
| VI.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya | 100 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 103 |