

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR ISTILAH .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Alternatif Solusi .....	7
I.3 Rumusan Masalah .....	11
I.4 Tujuan Tugas Akhir .....	11
I.5 Manfaat Tugas Akhir .....	12
I.5.1 Manfaat Akademis .....	12
I.5.2 Manfaat Praktis .....	12
I.6 Sistematika Penulisan .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	14
II.1 Manajemen Pemasaran .....	14
II.2 Komunikasi Pemasaran .....	14
II.3 Statistika Industri .....	16
II.4 Populasi .....	16

II.5 Sampel.....	16
II.6 <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	17
II.7 <i>Benchmarking</i> .....	21
II.8 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	23
II.9 Metode Pembandingan.....	23
II.10 Alat Pembandingan .....	23
II.11 Penelitian Terdahulu.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH.....</b>	<b>28</b>
III.1 Sistematika Perancangan .....	28
III.1.1 Tahap Pendahuluan.....	30
III.1.2 Pengumpulan Data .....	31
III.1.3 Tahap Perancangan Solusi.....	33
III.1.4 Tahap Verifikasi Hasil Rancangan.....	36
III.1.5 Tahap Validasi Hasil Rancangan .....	37
<b>BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA .....</b>	<b>38</b>
IV.1 Deskripsi Data.....	38
IV.1. 1 Identifikasi Profil Perusahaan.....	38
IV.1.2 Identifikasi Alternatif <i>Partner Benchmark</i> .....	40
IV.1.3 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran .....	44
IV. 2 Spesifikasi Rancangan dan Standar Rancangan.....	48
IV.3 Proses Perancangan.....	50
IV.3.1 Perancangan Struktur Hirarki <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	51
IV.3.2 Perancangan Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	51
IV.3.3 <i>Pretesting</i> Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	56
IV.3.4 Penentuan Teknik dan Jumlah Sampel .....	56

IV.3.5 Penyebaran Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	56
IV. 3.6 Penentuan Kriteria Responden .....	56
IV.3.7 Pengumpulan Data Kuesioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	57
IV.3.8 Pengolahan Data Kuesioner Menggunakan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP) .....	58
IV.3.9 Uji Konsistensi .....	64
IV.3.10 Penentuan <i>Partner Benchmark</i> Terpilih .....	68
IV.3.11 Identifikasi dan Penentuan <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	69
IV.3.12 Identifikasi <i>Gap</i> .....	71
IV.3.13 <i>Future Performance</i> .....	75
IV.3.14 Analisis <i>Gap</i> .....	78
IV.4 Hasil Rancangan.....	82
IV. 5 Verifikasi Hasil Rancangan .....	88
BAB V ANALISIS .....	92
V.1 Validasi Hasil Rancangan .....	92
V.2 Evaluasi Hasil Rancangan .....	100
V.3 Analisis dan Rencana Implementasi Hasil Rancangan.....	105
V.3.1 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran <i>Online and Media Social Marketing</i> .....	105
V.3.2 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran <i>Event and Experience</i> .....	106
V.3.3 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Promosi dan Penjualan ( <i>Sales and Promotion</i> ).....	106
V.3.4 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran Hubungan Masyarakat dan Publisitas ( <i>Public Relation and Publicity</i> ) .....	108
V.3.5 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) .	109

V.3.6 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran <i>Direct and Database Marketing</i> .....	109
V.3.7 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran <i>Advertising</i> .....	110
V.3.8 Analisis Hasil Rancangan Kriteria Pemasaran Mobile ( <i>Mobile Marketing</i> )	112
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	114
VI.1 Kesimpulan.....	114
VI.2 Saran .....	114
VI.2.1 Saran untuk Zflora Gardening.....	114
VI.2.2 Saran untuk Tugas Akhir Selanjutnya.....	115
DAFTAR PUSTAKA .....	116