

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Kondisi <i>Existing</i> Aktivitas Komunikasi Pemasaran MSE	3
Tabel I.2 Rekapitulasi hasil survei pendahuluan Produk Nugget lele Mantap Sangat	4
Tabel II.1 Langkah-langkah dalam zero-based planning (Duncan, 2002)	13
Tabel II.2 Perbandingan Metode-Metode yang dapat digunakan untuk merancang Komunikasi Pemasaran Terpadu	17
Tabel II.3 Perbedaan Studi Literatur yang dikaji dengan penelitian ini	21
Tabel III.1 Metode Pengambilan Data Primer	30
Tabel IV.1 Segmentasi nugget lele Mantap Sangat	48
Tabel IV.2 Targeting nugget lele Mantap Sangat	52
Tabel IV.3 kompetitor Nugget lele Mantap Sangat beserta harga jualnya	54
Tabel IV.4 Penentuan Objective	58
Tabel IV.5 Bauran Promosi	60
Tabel IV.6 Penetapan Ide Kreatif	62
Tabel IV.7 Rancangan Komunikasi Pemasaran Terpadu Nugget Lele Mantap Sangat selama satu tahun	66
Tabel IV.8 Analisis dan Estimasi Biaya	68
Tabel IV.9 Analisis Kendala	71
Tabel IV.10 Program IMC nugget lele Mantap Sangat	72