

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Perbandingan Jumlah Penjualan Lokal.....	4
Tabel I. 2 Kapasitas Produksi Eksisting.....	4
Tabel I. 3 Perbandingan Program Komunikasi Pemasaran Talitha dan Sagitria.....	5
Tabel I. 4 Tanggapan Responden mengenai Kelom Geulis Talitha.....	6
Tabel II. 1 <i>Common Communication Platforms</i>	14
Tabel II. 2 Perbandingan Metode Rancangan Komunikasi Pemasaran.....	15
Tabel II. 3 Studi Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel II. 4 Intensitas Kepentingan <i>Saaty's Scale</i>	22
Tabel II. 5 <i>Random Index</i>	25
Tabel IV. 1 Profil Kelom Geulis Talitha.....	40
Tabel IV. 2 Profil Pesaing.....	43
Tabel IV. 3 Identifikasi Program Komunikasi Pemasaran.....	46
Tabel IV. 4 Skala Saaty.....	49
Tabel IV. 5 Contoh Kuesioner.....	50
Tabel IV. 6 <i>Priority Vector</i> Kriteria.....	52
Tabel IV. 7 <i>Priority Vector</i> Pesaing.....	53
Tabel IV. 8 <i>Random Index</i>	54
Tabel IV. 9 <i>Consistency Ratio</i> Kriteria.....	54
Tabel IV. 10 <i>Consistency Ratio</i> Pesaing untuk Setiap Kriteria.....	55
Tabel IV. 11 Penentuan <i>Benchmark Partner</i>	56
Tabel IV. 12 Penentuan <i>Key Performance Indicator</i>	57
Tabel IV. 13 Analisis <i>Gap</i>	59
Tabel IV. 14 <i>Future Performance</i>	62
Tabel V. 1 Daftar <i>E-Marketplace</i> Terbaik Indonesia.....	76
Tabel V. 2 <i>Rating E-Marketplace</i> Kerajinan Lokal.....	76
Tabel V. 3 Prioritas Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	81
Tabel V. 4 Perhitungan Biaya Komunikasi Pemasaran.....	84