

## DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Tabel Perbandingan Harga dan Cakupan Pasar .....	4
Tabel I.2 Bauran Komunikasi Pemasaran Cuanki Laksana .....	20
Tabel I. 3 Survei Pendahuluan .....	6
Tabel II. 1 Tingkat ketertarikan AHP .....	14
Tabel II. 2 <i>Average Random Consistency Index (RI)</i> .....	17
Tabel II. 3 Studi Literatur.....	22
Tabel II. 4 Metode Pembandingan.....	27
Tabel IV. 1 Profil Cuanki Laksana.....	37
Tabel IV. 2 Atribut objek penelitian dan <i>partner benchmark</i> .....	42
Tabel IV. 3 Rekap Atribut Komunikasi Pemasaran.....	45
Tabel IV. 4 Rekap Atribut Iklan.....	46
Tabel IV. 5 Rekap Atribut Promosi Penjualan.....	47
Tabel IV. 6 Rekap Atribut Humas dan Publisitas.....	48
Tabel IV. 7 Rekap Atribut Pemasaran Langsung dan <i>Database</i> .....	48
Tabel IV. 8 Rekap Atribut Pemasaran <i>Online</i> dan Media Sosial.....	49
Tabel IV. 9 Rekap Atribut Acara dan Pengalaman.....	49
Tabel IV. 10 Rekap Atribut Mobile Marketing.....	50
Tabel IV. 11 Rekapitulasi Atribut Penjualan Personal.....	51
Tabel IV. 12 Nilai Konsistensi Alternatif Komunikasi Pemasaran.....	51
Tabel IV. 13 Uji Konsistensi Alternatif Komunikasi Pemasaran.....	52
Tabel IV. 14 Nilai Konsistensi <i>Partner Benchmark</i> setiap Alternati.....	53
Tabel IV. 15 Nilai Konsistensi <i>Partner Benchmark</i> setiap Alternatif .....	53
Tabel IV. 16 Uji Konsistensi Alternatif <i>Partner Benchmark</i> .....	54
Tabel IV. 17 Peringkat <i>Partner Benchmark</i> .....	54
Tabel IV. 18 Rekapitulasi <i>Partner Benchmark</i> Terpilih.....	55
Tabel IV. 19 <i>Key performance indicator</i> .....	56
Tabel IV. 21 Analisis <i>Gap</i> .....	58
Tabel IV. 22 <i>Future performance</i> .....	61

Tabel V. 1 Strategi penetapan diskon .....	68
Tabel V. 2 Usulan fitur-fitur <i>website</i> Cuanki Laksana.....	71
Tabel V. 3 Prioritas implementasi komunikasi pemasaran.....	80