

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Perbandingan Inagri, Tani Hub, Keranjang Sayur, Kedai Sayur dan Mahakarya Tukang Sayur.....	4
Tabel I.2 Program Komunikasi Pemasaran Eksisting Inagri.....	5
Tabel I.3 Survei Pendahuluan.....	6
Tabel II.1 Studi Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel II.2 Studi Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	11
Tabel II.3 Studi Penelitian Terdahulu (Lanjutan).....	12
Tabel II.4 Perbandingan Metode <i>Benchmarking</i>	13
Tabel II.5 Perbandingan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	14
Tabel IV.1 Identifikasi Produk Inagri.....	34
Tabel IV.2 Profil Aspek Pasar Alternatif <i>Partner Benchmark</i>	40
Tabel IV.3 Format Kuisisioner <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	42
Tabel IV.4 Pembobotan Kriteria <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	43
Tabel IV.5 Normalisasi <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	43
Tabel IV.6 Uji Konsistensi <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).....	44
Tabel IV.7 Priority Vector Tiap Alternatif.....	45
Tabel IV.8 Priority Vector Tiap Alternatif (Lanjutan).....	45
Tabel IV.9 <i>Average Consistency Index</i> (RI).....	46
Tabel IV.10 Nilai Konsistensi <i>Partner Benchmark</i>	46
Tabel IV.11 Nilai Konsistensi <i>Partner Benchmark</i>	46
Tabel IV.12 Nilai Konsistensi <i>Partner Benchmark</i> (Lanjutan).....	47
Tabel IV.13 Uji Reabilitas <i>Partner Benchmark</i> Terhadap Setiap Komunikasi Pemasaran.....	47
Tabel IV.14 Alternatif <i>Partner Benchmark</i> Terpilih.....	48
Tabel IV.15 Indikator Kinerja Bauran Komunikasi Pemasaran.....	49
Tabel IV.16 Indikator Kinerja Bauran Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	50
Tabel IV.17 Indikator Kinerja Bauran Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	51
Tabel IV.18 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran.....	52
Tabel IV.19 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	53
Tabel IV.20 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	54
Tabel IV.21 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	55
Tabel IV.22 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	56
Tabel IV.23 Identifikasi Gap Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	57

Tabel IV.24 Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran.....	58
Tabel IV.25 Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	59
Tabel IV.26 Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	60
Tabel IV.27 Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	61
Tabel IV.28 Usulan Perbaikan Program Komunikasi Pemasaran (Lanjutan).....	62
Tabel V.1 Usulan Rekomendasi Iklan.....	68
Tabel V.2 Usulan Rekomendasi Promosi Penjualan.....	68
Tabel V.3 Usulan Rekomendasi Pemasaran Interaktif Pada Media Sosial.....	69
Tabel V.4 Prioritas Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	74