

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Media Platform Penyedia Musik Secara Online.....	16
Tabel I. 2 Bauran Komunikasi Pemasaran Langit Musik	17
Tabel I. 3 Analisis Kuesioner Pendahuluan Dalam Bentuk AIDA	19
Tabel II. 1 Skala Saaty	27
Tabel II. 2 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	28
Tabel II. 3 Random Index	29
Tabel II. 4 Studi Literatur Terdahulu	30
Tabel II. 5 Metode Pembandingan.....	32
Tabel IV. 1 Rancangan Kuesioner Bagian 1	43
Tabel IV. 2 Rancangan Kuesioner Bagian 2	44
Tabel IV. 3 Priority Vector Komunikasi Pemasaran	45
Tabel IV. 4 Kepuasan Responden Terhadap Advertising.....	46
Tabel IV. 5 Kepuasan Responden Terhadap Sales Promotion	46
Tabel IV. 6 Kepuasan Responden Terhadap Event and Experience.....	46
Tabel IV. 7 Kepuasan Responden Terhadap Public Relations and Publicity	47
Tabel IV. 8 Kepuasan Responden Terhadap Online and Social Media Marketing	47
Tabel IV. 9 Kepuasan Responden Terhadap Direct and Database Marketing.....	48
Tabel IV. 10 Kepuasan Responden Terhadap Mobile Marketing.....	48
Tabel IV. 11 Kepuasan Responden Terhadap Kriteria Personal Selling	49
Tabel IV. 12 Nilai Konsistensi Alternatif Komunikasi Pemasaran	49
Tabel IV. 13 Uji Reliabilitas Alternatif Komunikasi Pemasaran.....	50

Tabel IV. 14 Nilai Konsistensi Alternatif Partner Benchmark	50
Tabel IV. 15 Uji Reliabilitas Alternatif Partner Benchmark.....	51
Tabel IV. 16 Penentuan Partner Benchmark.....	52
Tabel IV. 17 Key Performance Indicator	53
Tabel IV. 18 Analisis Gap.....	54
Tabel IV. 19 Analisis Future Performance	57
Tabel V. 1 Prioritas Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	76
Tabel V. 2 Action Plan.....	77