

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel I. 1. Jumlah Followers Instagram..... | 3 |
| Tabel I. 2. Bauran Komunikasi Pemasaran | 5 |
| Tabel I. 3. Hasil Survei Pendahuluan..... | 7 |
| Tabel II. 1 Bauran Komunikasi Pemasaran..... | 13 |
| Tabel II. 2 Intensitas Kepentingan..... | 20 |
| Tabel II. 3. Penelitian Terdahulu | 21 |
| Tabel II. 4. Perbandingan Pemasaran Audit Terpadu dengan Benchmarking | 24 |
| Tabel IV. 1. Deskripsi Profil Bearpath | 34 |
| Tabel IV. 2. Atribut Komunikasi Pemasaran | 36 |
| Tabel IV. 3. Rekapitulasi Kepentingan Komunikasi Pemasaran | 42 |
| Tabel IV. 4. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>advertising</i> | 44 |
| Tabel IV. 5. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>digital marketing</i> | 44 |
| Tabel IV. 6. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>social media</i> | 45 |
| Tabel IV. 7. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>alternative marketing</i> | 45 |
| Tabel IV. 8. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>database marketing</i> ... | 46 |
| Tabel IV. 9. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>direct response</i> | 46 |
| Tabel IV. 10. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>personal selling</i> | 47 |
| Tabel IV. 11. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>sales promotion</i> | 48 |
| Tabel IV. 12. Matriks normalisasi <i>partner benchmark</i> kriteria <i>public relation</i> | 48 |
| Tabel IV. 13. Nilai konsistensi alternatif komunikasi pemasaran | 49 |
| Tabel IV. 14. Uji Reliabilitas alternatif Komunikasi Pemasaran | 49 |
| Tabel IV. 15. Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> setiap alternatif..... | 50 |
| Tabel IV. 16. Uji reliabilitas alternatif <i>partner benchmark</i> setiap komunikasi pemasaran..... | 51 |
| Tabel IV. 17. Peringkat <i>partner benchmark</i> | 52 |
| Tabel IV. 18. <i>Key Performance Indicator</i> | 53 |
| Tabel IV. 19. Analisis <i>Gap</i> | 56 |
| Tabel IV. 20. <i>Future Performance</i> | 63 |

| | |
|---|----|
| Tabel V. 1. Prioritas implementasi komunikasi pemasaran | 86 |
| Tabel V. 2. <i>Action plan</i> program komunikasi pemasaran | 87 |