

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Pengunduh <i>Mobile apps Payments, Clearing dan Settlement</i> ...	4
Tabel I.2 Hasil Survei Pendahuluan Sumber : Survei Pendahuluan (2020)	7
Tabel II.1 Skala Matriks Parwise Comparison	16
Tabel II.2 Metode Perbandingan.....	20
Tabel II.3 Alat Pembandingan	22
Tabel II.4 Perbandingan Tugas Akhir Terdahulu dan Tugas Akhir Ini	23
Tabel II.5 Perbandingan Tugas Akhir Terdahulu dan Tugas Akhir Ini	25
Tabel IV.1 Profil Tabarak On Pay	35
Tabel IV.2 Profil Alternatif Partner Benchmark.....	36
Tabel IV.3 Atribut Komunikasi Pemasaran	39
Tabel IV.4 Program Komunikasi Pemasaran Partner Benchmark.....	40
Tabel IV.5 Perancangan Kuisisioner Bagian 1	44
Tabel IV.6 Perancangan Kuisisioner Bagian 2	45
Tabel IV.7 Rekapitulasi Kepentingan Komunikasi Pemasaran	46
Tabel IV.8 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>advertising</i>	47
Tabel IV.9 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>digital marketing</i> ..	47
Tabel IV.10 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>social media</i>	48
Tabel IV.11 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>alternative marketing</i>	48
Tabel IV.12 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>database marketing</i>	49
Tabel IV.13 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>direct response</i> ...	49
Tabel IV.14 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>personal selling</i> ..	50
Tabel IV.15 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>sales promotion</i> ..	50
Tabel IV.16 Matriks normalisasi partner benchmark kriteria <i>public relation</i>	51
Tabel IV.17 Nilai konsistensi alternatif komunikasi pemasaran	51
Tabel IV.18 Uji Reliabilitas Alternatif Komunikasi Pemasaran.....	52
Tabel IV.19 Nilai Konsistensi <i>Advertising</i> Partner Benchmark	52
Tabel IV.20 Uji Reliabilitas <i>Advertising</i>	52
Tabel IV.21 Nilai Konsistensi <i>Digital marketing</i> Partner Benchmark	53

Tabel IV.22 Uji Reliabilitas <i>Digital marketing</i>	53
Tabel IV.23 Nilai Konsistensi <i>Social media</i> Partner Benchmark	54
Tabel IV.24 Uji Reliabilitas <i>Social media</i>	54
Tabel IV.25 Nilai Konsistensi <i>Alternative marketing</i> Partner Benchmark.....	54
Tabel IV.26 Uji Reliabilitas <i>Alternative marketing</i>	55
Tabel IV.27 Nilai Konsistensi <i>Database marketing</i> Partner Benchmark	55
Tabel IV.28 Uji Reliabilitas <i>Database marketing</i>	55
Tabel IV.29 Nilai Konsistensi <i>Direct response</i> Partner Benchmark	56
Tabel IV.30 Uji Reliabilitas <i>Direct response</i>	56
Tabel IV.31 Nilai Konsistensi <i>Personal selling</i> Partner Benchmark.....	57
Tabel IV.32 Uji Reliabilitas <i>Personal selling</i>	57
Tabel IV.33 Nilai Konsistensi <i>Sales promotion</i> Partner Benchmark.....	57
Tabel IV.34 Uji Reliabilitas <i>Sales promotion</i>	58
Tabel IV.35 Nilai Konsistensi <i>Public relation</i> Partner Benchmark.....	58
Tabel IV.36 Uji Reliabilitas <i>Public relation</i>	58
Tabel IV.37 Peringkat Partner Benchmark	59
Tabel IV.38 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	61
Tabel IV.39 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)(lanjutan).....	62
Tabel IV.40 Analisis GAP	63
Tabel IV.41 Analisa Future performance.....	67
Tabel IV.42 Perancangan Sistem Terintegrasi.....	85
Tabel V.1 Analisa Implementasi Program Komunikasi Pemasaran	90
Tabel V.2 Analisis Sensitivitas	98