

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Segmentasi Demografi	2
Tabel I.2 Jumlah <i>Followers</i> Instagram <i>Brand</i> Terkait.....	4
Tabel I.3 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	6
Tabel I.4 Hasil Survei Pendahuluan.....	7
Tabel II.1 Tugas Akhir Terdahulu	19
Tabel II.2 Perbandingan Metode.....	23
Tabel II.3 Alat Pembanding	25
Tabel IV.1 Deskripsi Profil Kopirek.....	35
Tabel IV.2 Atribut komunikasi pemasaran Kopirek dan <i>partner benchmark</i>	39
Tabel IV.3 Perancangan Kuesioner Bagian 1	42
Tabel IV.4 Perancangan Kuesioner Bagian 2	43
Tabel IV.5 Rekapitulasi Kepentingan Komunikasi Pemasaran	43
Tabel IV.6 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Advertising)</i>	44
Tabel IV.7 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Digital Marketing)</i>	44
Tabel IV.8 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Social Media)</i>	45
Tabel IV.9 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Alternative Marketing)</i>	45
Tabel IV.10 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Database Marketing)</i>	45
Tabel IV.11 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Direct Response)</i>	46
Tabel IV.12 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Personal Selling)</i>	46
Tabel IV.13 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Sales Promotion)</i>	46
Tabel IV.14 Matriks normalisasi <i>partner benchmark (Public Relation)</i>	47
Tabel IV.15 Nilai konsistensi alternatif komunikasi pemasaran	47
Tabel IV.16 Uji Reliabilitas alternatif Komunikasi Pemasaran.....	48
Tabel IV.17 Nilai konsistensi <i>partner benchmark (Advertising)</i>	48
Tabel IV.18 Uji Reliabilitas (<i>Advertising</i>)	48
Tabel IV.19 Nilai konsistensi <i>partner benchmark (Digital Marketing)</i>	49
Tabel IV.20 Uji Reliabilitas (<i>Digital Marketing</i>)	49
Tabel IV.21 Nilai konsistensi <i>partner benchmark (Social Media)</i>	50
Tabel IV.22 Uji Reliabilitas (<i>Social Media</i>)	50
Tabel IV.23 Nilai konsistensi <i>partner benchmark (Alternative Marketing)</i>	50

Tabel IV.24 Uji Reliabilitas (<i>Alternative Marketing</i>).....	51
Tabel IV.25 Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> (<i>Database Marketing</i>)	51
Tabel IV.26 Uji Reliabilitas (<i>Database Marketing</i>)	51
Tabel IV.27 Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> (<i>Direct Response</i>).....	52
Tabel IV.28 Uji Reliabilitas (<i>Direct Response</i>)	52
Tabel IV.29 Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> (<i>Personal Selling</i>)	53
Tabel IV.30 Uji Reliabilitas (<i>Personal Selling</i>).....	53
Tabel IV.31 Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> (<i>Sales Promotion</i>)	53
Tabel IV.32 Uji Reliabilitas (<i>Sales Promotion</i>).....	54
Tabel IV.33 Nilai konsistensi <i>partner benchmark</i> (<i>Public Relation</i>)	54
Tabel IV.34 Uji Reliabilitas (<i>Public Relation</i>)	54
Tabel IV.35 Peringkat <i>partner benchmark</i>	55
Tabel IV.36 <i>Key Performance Indicator</i> (KPI)	56
Tabel IV.37 Identifikasi <i>Gap</i>	59
Tabel IV.38 Analisis <i>Future Performance</i>	64
Tabel IV.39 Perancangan Sistem Terintegrasi.....	80
Tabel V.1 Analisa Implementasi Program Komunikasi Pemasaran	92
Tabel V.2 Analisis Sensitivitas	106